



REPORTE DE
SOSTENIBILIDAD
2018 · 2019



Walmart 
Chile

Índice

1.	Mensaje del Gerente General
2.	Perfil de la Compañía, Gobernanza y Gestión Ética
3.	Nuestros Colaboradores
4.	Foco en los Clientes

5.	Valor Compartido y Sustentabilidad
6.	Acerca de este Reporte
7.	Anexos
8.	Índice de Contenidos Global Reporting Initiative (GRI)

Valor Compartido y Sustentabilidad

- Relacionamento Comunitario
- Gestión Ambiental
- Compromiso con los Proveedores

IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA

Razón Social: Walmart Chile S.A.
Domicilio Legal: Av. Presidente Eduardo Frei Montalva N° 8301, Quilicura, Santiago, Chile.
Sitio Web: www.walmartchile.cl
Teléfono: +56 22 345 55 00
Tipo Entidad: Sociedad Anónima cerrada.

Indicadores GRI: 102-1, 102-3

CONTACTO

Gerencia Legal y de Asuntos Corporativos
Correo electrónico: sustentabilidad.chile@walmart.com

Indicador GRI: 102-53



1.

Mensaje del Gerente General

Indicadores GRI: 102-14, 102-15

Llevamos una década acompañando a las familias chilenas, ayudándolas día a día a ahorrar tiempo y dinero, para que puedan vivir mejor. No ha sido una tarea fácil, pero el esfuerzo de los más de 46 mil colaboradores que forman parte de Walmart Chile nos ha permitido dar grandes pasos para renovar permanentemente dicho compromiso. Este Reporte de Sostenibilidad 2018-2019 es el reflejo de dos años intensos, de mucho trabajo y –por sobre todo– de muchos aprendizajes que serán determinantes para continuar construyendo la compañía que todos queremos.

Sin duda, TRANSFORMACIÓN es un concepto que define muy bien los últimos años de Walmart Chile. Somos una compañía que constantemente se está desafiando a explorar nuevas fórmulas para estar más cerca de nuestros clientes. El Plan de Inversiones trazado de cara a 2019 se tradujo, entre otras cosas, en la apertura de 27 nuevas tiendas de Arica a Punta Arenas llegando a más lugares de Chile con una propuesta de valor diversa y atractiva, bajo los formatos Lider, Express de Lider, SuperBodega aCuenta y Central Mayorista; además de la remodelación de 31 supermercados en igual período. Pero quisimos ir un paso más allá, reconvirtiendo 60 tiendas de Ekono en Express de Lider, ofreciendo una experiencia de compra renovada a miles de clientes.

Cuando nos planteamos el desafío de transformarnos en una compañía omnicanal, capaz de llegar a sus clientes de manera eficiente a través del canal físico y online, establecimos como prioridad ampliar considerablemente el número de tiendas con el servicio de entrega Pickup para las compras realizadas a través de Lider.cl y la Lider App. Y en estos últimos dos años experimentamos notorios avances: si en 2017 contábamos con 9 locales que ofrecían esta opción, en 2018 abrimos 21 y cerramos 2019 con un total de 58 puntos distribuidos en distintas comunas de todo el país.

Pero estos avances en materia de omnicanalidad tuvieron un sustento mayor. Un viejo anhelo que logramos materializar después de muchos años de esfuerzo y trabajo: el Centro de Distribución El Peñón, en la comuna de San Bernardo, el más grande de Chile –con casi 150.000 m² de superficie– y la mayor inversión logística de Walmart fuera de Estados Unidos. Este centro –inaugurado en



1.

Mensaje del Gerente General

2019– ha hecho posible que grandes y pequeños proveedores puedan distribuir sus productos en nuestros supermercados a lo largo de todo el país y es pieza fundamental en el fortalecimiento del comercio electrónico, alcanzando un flujo de hasta 1.400.000 cajas despachadas semanalmente. Todo un hito en el afán de optimizar nuestros flujos, la gestión del stock y el servicio al cliente.

No cabe duda de que vivimos días de cambio, donde la adaptabilidad pasó a jugar un papel fundamental en el futuro de las empresas. Y a partir del 18 de octubre de 2019 nos vimos enfrentados a un escenario complejo, que nos impulsó rápidamente a encontrar formas para mantener nuestro compromiso de abastecer a los chilenos –garantizando la continuidad de nuestra operación– pero siempre teniendo en el centro de nuestras decisiones la seguridad de nuestros colaboradores y clientes. Las cifras son dolorosas, pero son el fiel reflejo de un momento crítico en nuestra historia como compañía: Más de 1.300 incidentes entre saqueos, resaqueos, incendios y amagos de incendio, locales quemados y muchos de ellos completamente destruidos.

A pesar de este desolador e incierto panorama, el compromiso de nuestros colaboradores para levantarse frente a toda esta adversidad fue impresionante y nos pusimos manos a la obra para responder en el menor tiempo posible a las expectativas de clientes y comunidades aledañas a nuestras tiendas, desplegando un plan de reapertura de los locales siniestrados a partir del 18 de octubre, potenciando la relación con nuestros vecinos y reforzando el contacto permanente con las autoridades centrales y locales, especialmente en aquellas comunas donde hoy –más que nunca– es clave nuestra presencia. Al cierre de 2019, ya contábamos con un 85% de nuestros locales operando.

Esta impecable labor no solo nos permitió seguir cumpliendo con el rol de abastecer a las familias chilenas en los peores días del estallido social, sino que también –y lo que es muy importante– asegurar la fuente de trabajo de miles de personas, a lo largo de todo Chile. En tiempo récord logramos trasladar a más del 80% de los colaboradores que vieron destruidos sus empleos.

Pese a enfrentar un contexto adverso, que golpeó el corazón de esta compañía, fuimos testigos de un hecho profundamente llamativo, que sirvió como aliciente extra para sobreponernos con más fuerzas: el compromiso de la comunidad. Las muestras de afecto hacia nuestras tiendas, nuestros propios colaboradores y el trabajo que día a día realizamos es algo que no olvidaremos. Como compañía, apuntamos a construir relaciones de confianza duradera con el entorno.

Nuestra preocupación por las comunidades donde operamos es genuina y el compromiso con los grupos de interés con los que nos relacionamos y con el medioambiente es a largo plazo. Queremos ser un aporte real al bienestar general, contribuyendo desde nuestro espacio a la generación de valor compartido, y la única forma de lograrlo es mejorando constantemente nuestro desempeño socioambiental en la cadena de valor de toda la compañía, bajo cuatro pilares: energías renovables; cero residuos; productos más sustentables, saludables y accesibles; y realizar un trabajo centrado en las personas.

Para concluir, quiero destacar el esfuerzo de todos quienes formamos parte de Walmart Chile, ya que nuestro compromiso y alta capacidad de adaptación han sido clave para evolucionar como compañía. Sabemos que hemos avanzado mucho, pero también somos conscientes del largo camino que nos queda por recorrer. El último año, nuestro país ha experimentado una serie de cambios que representan grandes aprendizajes y desafíos para que las empresas nos demos cuenta del valor que tiene nuestro propósito y así además ser más sostenibles en el tiempo. Y eso es lo que estamos haciendo en Walmart Chile, escuchando y aprendiendo, para convertirnos en una mejor empresa para el país.

Gonzalo Gebara
CEO Walmart Chile



Perfil de la Compañía

Indicadores GRI: 102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6

En Walmart Chile S.A., filial de Wal-Mart Stores Inc., nuestro principal negocio es la venta de alimentos y mercaderías en supermercados, actividad que llevamos a cabo a través de los formatos Lider, Express de LIDER, SuperBodega aCuenta y Central Mayorista. Cabe señalar que, en 2016, cancelamos nuestra inscripción en el Registro de Valores de la entonces Superintendencia de Valores y Seguros (SVS, actual Comisión para el Mercado Financiero, CMF), con lo cual dejamos de ser una sociedad anónima abierta y nuestras acciones ya no se transan abiertamente en la Bolsa de Valores.

Tenemos presencia a lo largo de todo el país, respondiendo a las necesidades de nuestros clientes desde Arica a Punta Arenas, a través de más de 300 supermercados (ver detalles en “Walmart Chile en cifras”).

Nos planteamos el desafío de ofrecer Precios Bajos Todos los Días, cumpliendo nuestra **Misión: Ahorrarle tiempo y dinero a nuestros clientes, para que puedan vivir mejor.** De esta manera, contamos con una estructura eficiente, que nos permite poner a disposición productos y servicios a un precio competitivo, contribuyendo a maximizar el presupuesto de las personas y favorecer una mejor calidad de vida.



2.

Perfil de la Compañía



Con este compromiso, desplegamos una estrategia multiformato, mediante distintas cadenas de supermercados que se diferencian a partir de las características del servicio que ofrecen, cada una dirigida a perfiles de clientes específicos, según frecuencia y comportamiento de compra.

La sostenibilidad de esta oferta hacia los clientes está basada en la confianza: ellos pueden tener la tranquilidad de comprar en una compañía que opera genuinamente con costos bajos todos los días para traspasarle sus eficiencias a sus precios, en estricto cumplimiento de las leyes y normativas que le competen y bajo un direccionamiento ético claro.

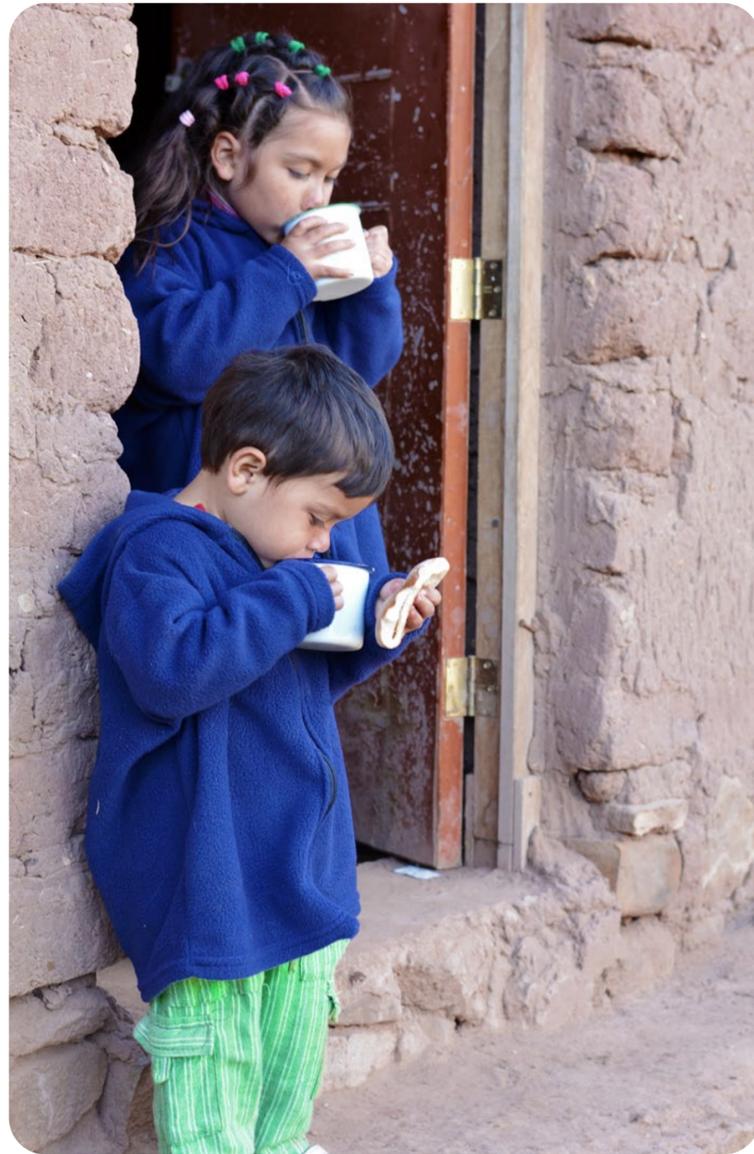


Así, nos orientamos permanentemente a la generación y fortalecimiento de relaciones que buscan la construcción de valor compartido entre nuestra compañía y sus grupos de interés, con especial atención en los clientes, colaboradores, proveedores, el medioambiente y la comunidad.

Alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas, este enfoque que concilia el desempeño económico, social y ambiental de Walmart Chile permite plasmar nuestro rol social como ciudadanos corporativos, entendiendo que debemos preocuparnos también del desarrollo del país, porque somos un actor relevante y tenemos mucho que aportar. Somos una organización dispuesta a escuchar y tener presencia allí donde están las necesidades, donde otros no llegan, abasteciendo, generando empleo, potenciando el talento diverso e innovando.



¿Qué son los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU?



En la Cumbre de la Organización de Naciones Unidas, celebrada en septiembre de 2015, los estados miembros de la ONU establecieron 17 objetivos globales, con el fin de erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar el bienestar de las personas, como parte de una Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible.

En virtud del compromiso de cumplirlos en los próximos 15 años, estos Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) requieren la acción decidida de la sociedad civil, así como de los actores públicos y privados, para alcanzar las 169 metas en las cuales se desglosan dichos objetivos.

De esta manera, el desarrollo sostenible demanda esfuerzos concertados para construir un futuro inclusivo, sostenible y resiliente para las personas y el planeta. Así, cada ciudadano, gobierno, institución y empresa asumen el criterio de “rendición de cuentas” en su quehacer diario, para contribuir a alcanzar este gran desafío desde la gestión que le es propia.

A lo largo de este reporte, identificaremos con los respectivos íconos de los Objetivos de Desarrollo Sostenible aquellas declaraciones, programas y proyectos Walmart Chile relacionados con determinados ODS, como muestra de nuestro compromiso con esta iniciativa global.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

- 
1. Fin de la pobreza
- 
2. Hambre cero
- 
3. Salud y Bienestar
- 
4. Educación de calidad
- 
5. Igualdad de género
- 
6. Agua limpia y saneamiento
- 
7. Energía asequible y no contaminante
- 
8. Trabajo decente y crecimiento económico
- 
9. Industria, Innovación e Infraestructura
- 
10. Reducción de las desigualdades
- 
11. Ciudades y comunidades sostenibles
- 
12. Producción y consumo responsables
- 
13. Acción por el Clima
- 
14. Vida Submarina
- 
15. Vida de Ecosistemas Terrestres
- 
16. Paz, Justicia e Instituciones sólidas
- 
17. Alianzas para lograr los objetivos

Principios Corporativos

Indicador GRI 102-16

Contribución a los ODS



Misión

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

Este es el propósito que Sam Walton impulsó desde la apertura de la primera tienda de Walmart en Estados Unidos, el año 1962. Hasta hoy, es la motivación que nos inspira para que cada cliente pueda encontrar precios bajos, todos los días, en todos los formatos de la compañía.

Valores



Búsqueda de la Excelencia

Trabajamos como equipo y representamos ejemplos positivos a medida que innovamos y mejoramos cada día.

Respeto por las personas

Valoramos a todos los colaboradores, nos hacemos responsables del trabajo que hacemos y nos comunicamos escuchando y compartiendo.



Actuar con Integridad

Actuamos con el más alto nivel de integridad cuando somos honestos, justos e imparciales, mientras trabajamos cumpliendo todas las leyes y nuestras políticas.

Servicio a nuestros Clientes

Estamos aquí para servir a nuestros clientes, apoyarnos entre sí y aportar a nuestras comunidades locales.

Somos una organización dispuesta a escuchar y tener presencia allí donde están las necesidades, donde otros no llegan, abasteciendo, generando empleo, potenciando el talento diverso e innovando.



Venta del negocio de Servicios Financieros

Indicador GRI 102-10

Con fecha 19 de diciembre de 2017, Walmart Chile S.A. y Renta e Inversiones Presto Limitada, celebraron un contrato de compraventa de acciones y de derechos sociales por el ciento por ciento de las acciones y derechos sociales de las compañías que conforman el negocio financiero de Walmart Chile S.A. con el Banco de Créditos e Inversiones y BCI Corredor de Bolsa S.A. Las sociedades incluidas en esta operación son:



- Sociedad Servicios y Administración de Créditos Comerciales Lider S.A.
- Operadora de Tarjetas Lider Servicios Financieros Limitada
- Lider Corredores de Seguros y Gestión Financiera Limitada
- Sociedad de Servicios de Comercialización y Apoyo Financiero y de Gestión Presto Limitada
- Servicios y Cobranzas Limitada

El 20 de abril de 2018, la Fiscalía Nacional Económica (FNE) aprobó la operación de venta, descartando riesgos de libre competencia. El 20 de noviembre de ese año, la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras (SBIF) aprobó la compraventa de las compañías que conforman el negocio financiero de Walmart Chile S.A. con el Banco de Crédito e Inversiones y BCI Corredor de Bolsa S.A. Así, el 4 de diciembre de 2018, Walmart Chile S.A. transfiere el control de las sociedades de Servicios Financieros al Banco Bci.





2.

Perfil de la Compañía

Nuestros Negocios

Indicadores GRI: 102-2, 102-6, 102-7

Formatos segmento supermercados y su propuesta de valor



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.

Express 400

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 almacenes, botillerías, quioscos, así como empresas que ofrecen servicios de alimentación (hoteles, restaurantes y casinos, entre otros).

Lider.cl y Lider App

Plataforma de comercio electrónico con entregas de pick up y despacho a domicilio que funciona a través de Internet y Call Center. Ofrece gran variedad de productos de alimentación, electrónica, computación, deco-hogar, deportes, juguetes, entre otros.



Walmart Chile Alimentos y Servicios

Durante 2019 el área aportó al crecimiento rentable y sostenido de la propuesta de valor de alimentos perecederos, con permanente foco en la eficiencia e innovación en las categorías pastelería, carnicería y panadería. Destaca el inicio del proceso de centralización de la producción de pan y carne, siguiendo los estándares necesarios de inocuidad alimentaria.

2.

Perfil de la Compañía

Marcas Propias

Indicadores GRI: 102-2, 102-7

El programa de Marcas Propias de Walmart Chile nace hace más de 25 años con la misión de desarrollar productos que entreguen un valor excepcional a nuestros clientes permitiéndoles ahorrar dinero y vivir mejor.

Contamos con **una oferta que supera los 1.800 ítems** de productos para diferentes segmentos, gracias a la cual hemos logrado construir una relación de confianza y satisfacción con nuestros clientes, fundada en el ahorro, la calidad y un amplio surtido que responde a las nuevas tendencias de consumo.

Nuestro Programa de Marcas Propias (MMPP) está en constante evolución y seguiremos desarrollándolo de manera transversal en todos nuestros formatos, como medio de diferenciación, acceso y variedad para nuestros clientes. La calidad y consistencia es una pieza fundamental de nuestra propuesta de valor, por lo que cada producto es sometido a estrictos controles tanto previo a su lanzamiento como una vez presente en nuestras góndolas, mediante un robusto programa de control y monitoreo permanente.



Walmart Chile en cifras

Indicador GRI: 102-7

310 Supermercados operativos a diciembre de 2019

En salas de ventas
974.445m²

Colaboradores propios
2018
49.239
2019
46.490

Activos totales
2018
MM\$ 2.999.682
2019
MM\$ 3.420.038

Patrimonio total
2018
MM\$ 1.774.768
2019
MM\$ 1.717.109

Inversión comunitaria
2018
MM\$ 1.407
2019
MM\$ 834

2.

Perfil de la Compañía

Hitos 2018 - 2019



Premios y Reconocimientos



Walmart Chile se ubica entre las 20 empresas con mejor reputación del país

La novena edición del ranking realizado por la firma española Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (Merco), que analiza la percepción que líderes empresariales, de opinión y el público en general tienen de las empresas que operan en el país, destacó a Walmart Chile por subir 36 puestos en tan solo un año en este estudio, desplazándose desde el lugar 50 hasta el 18.



Gonzalo Gebara es elegido Director de la AMCHAM

Gonzalo Gebara, VP Comercial de Walmart Chile hasta 2018 y actual CEO, fue elegido miembro del directorio de la Cámara Chilena Norteamericana de Comercio, AmCham Chile, para el período comprendido entre el 1 de enero de 2019 y el 31 de diciembre de 2021.

Empresa Best Place to Innovate

Best Place to Innovate es una iniciativa conjunta entre GFK Adimark, el Centro de Innovación, Emprendimiento y Tecnología (CIET) de la UAI, la Escuela de Negocios UAI y Best Place to Innovate.

En su quinta versión se reconoció a Walmart Chile entre las 50 compañías con mayor capacidad de innovar y actuar hacia la consecución de sus objetivos de negocio, transformando a la innovación en una práctica constitutiva de su ADN.



Certificación IFREI Responsabilidad Familiar Corporativa

La compañía se convirtió en una de las cuatro empresas en el país que cuenta con certificación IFREI de Responsabilidad Familiar Corporativa, siendo la única del sector retail.

La certificación reconoce el compromiso de las empresas de impulsar el liderazgo, la cultura y las políticas de conciliación que faciliten en sus organizaciones la integración de la vida laboral, familiar y personal de sus colaboradores.

Reconocimiento Employers For Youth

Walmart Chile fue reconocida como una de las mejores empresas para los jóvenes profesionales y técnicos en Chile, obteniendo el 13° lugar, entre 60 empresas evaluadas. La medición contempló las respuestas cuantitativas de un total de 9.000 colaboradores nacidos desde el año 1984 en adelante, con más de 3 meses en la compañía y contrato indefinido.





Premio Impulsa Talento Femenino

La fundación Chile Mujeres, PwC Chile y diario PULSO reconocieron a Walmart Chile con el Premio Impulsa 2018, en la categoría Innovación Cultural, por sus políticas en materia de corresponsabilidad parental y/o adaptabilidad laboral para trabajadores con responsabilidades familiares.

Premio Todo Mejora

La Fundación Todo Mejora, que reconoce a líderes comprometidos con los derechos de Niños, Niñas y Adolescentes (NNA) vulnerados por su orientación sexual, identidad y expresión de género, destacó a Walmart Chile en la categoría “Mundo Privado”, superando a empresas como Google e IBM.



Retail Mejor Evaluado por Proveedores - Advantage Mirror

Por noveno año consecutivo, Walmart Chile fue reconocido como el retail mejor evaluado por sus proveedores según el estudio de opinión “The Advantage Mirror Report”, que realiza anualmente la consultora internacional The Advantage Group.



Reconocimiento a Ximena Santibáñez, Gerente Formato Central Mayorista, como una de las 100 mujeres líderes del país

Diario El Mercurio y Mujeres Empresarias premiaron a las 100 Mujeres Líderes 2019, entre las cuales figuró Ximena Santibáñez, quien se desempeña actualmente como gerente de formato Central Mayorista de Walmart Chile.

Reconocimiento a la Gestión Previsional Sustentable

En el marco del 4to Reconocimiento de Gestión Previsional Sustentable, organizado por la Alianza por la Previsión Sustentable, AFP Capital y ProHumana, y con el apoyo de Pacto Global y la Subsecretaría de Previsión Social, fuimos premiados en las categorías “Práctica Innovadora” y “Gestión Previsional Sustentable” por la implementación de iniciativas que fomentan el ahorro y bienestar futuro de nuestros colaboradores.



Retail Hall of Fame 2019: mejor retailer chileno y latinoamericano

En el marco de la 9a versión del Latam Retail CongresShop, organizado por América Retail, se realizó una de las premiaciones más importante a nivel latinoamericano de la industria, reconociendo a 10 empresas destacadas en temas como Innovación, Sostenibilidad, E-commerce y Omnicanalidad. En dicha instancia, Walmart Chile recibió la máxima distinción como mejor retailer chileno y latinoamericano del año.



Reconocimiento Employer For Youth

Un ranking elaborado por Employer for Youth (EFY) dio a conocer a las 34 mejores empresas para jóvenes profesionales en Chile. En la medición participaron 85 empresas, ocupando Walmart Chile el puesto número 15.

2º Lugar Ranking Creatividad e Innovación C3

El ranking de Creatividad e Innovación C3 -elaborado por la consultora Brinca con el apoyo de la Universidad del Desarrollo- distingue a las empresas que han desarrollado capacidades y resultados de innovación. Durante la versión 2019, el ranking reconoció el trabajo realizado por el área de Logística y Supply Chain de Walmart Chile, ocupando la segunda posición.



Walmart Chile reconocida como uno de los mejores lugares de trabajo para personas LGTB

La compañía recibió un importante reconocimiento por parte de Human Rights Campaign (HRC), la mayor organización de diversidad sexual del mundo, y de la Fundación Iguales, ONG local que trabaja por los derechos de las personas LGTB, al ser una de las 14 empresas que obtuvo la mayor calificación (100/100) en el estudio “Equidad CL”, enfocado en políticas de inclusión y diversidad.

Premio Redmad complementariedad de Género

Durante la celebración del Summit “El Valor de la Complementariedad”, diversos representantes del sector público, privado y de la academia se reunieron para premiar aquellas buenas prácticas que están demostrando el valor que representa incorporar mujeres en la alta dirección, al fomentar liderazgos complementarios con los pares masculinos. En esta primera edición, Antofagasta Minerals y Walmart Chile recibieron el premio “Empresa Inspira”.





Contribución a los ODS



3. Salud y Bienestar



5. Igualdad de género



8. Trabajo decente y crecimiento económico



9. Industria, Innovación e Infraestructura



10. Reducción de las desigualdades



12. Producción y consumo responsables



13. Acción por el Clima



17. Alianzas para lograr los objetivos



Nuestra Estrategia
 Indicadores GRI: 103-1, 103-2 y 103-3

La estrategia 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 nuestra oferta de productos con los precios más convenientes.



2.

Perfil de la Compañía

Seis Pilares del Éxito Comercial Sostenible de Walmart Chile

1. Crecimiento continuo y rentable

Entregamos una oferta diversificada gracias a nuestros 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.

2. 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.

3. Operar incansablemente con costos bajos todos los días

Trabajamos con proveedores y colaboradores 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.

4. Comprometer y desarrollar a nuestros colaboradores

Nos preocupamos de ofrecer a nuestros trabajadores un espacio para crecer y desarrollarse, tanto profesional como personalmente.

5. 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 incluir la diversidad de nuestra sociedad para cumplir de una mejor forma nuestra Misión.

6. 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.

Inversiones

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3

Presentes en todos los rincones del país

Como señalamos, en 2018 se remodelaron 44 tiendas, de las cuales 25 corresponden a conversiones de Ekono al formato Express 400. En 2019 remodelamos 47 tiendas y se convirtieron 35 a Express 400.

Cabe destacar que los proyectos de Lider Casona Osorno 618 y Express Pedro Fontova 674, consideraron una ampliación y remodelación. Asimismo, en el proyecto Lider Maipú Pajaritos 75, se hizo una reducción de la sala de ventas y trastienda para poder incorporar una tienda ancla Decathlon.

También continuamos profundizando el crecimiento orgánico de la compañía, expandiendo nuestra red de atención hacia nuevas comunidades, en aquellos puntos en que vimos una oportunidad para un supermercado especialista en precios bajos como los que integran Walmart Chile.





Aperturas de Locales

	2018	2019
Lider	3	3
express	2	4
aCuenta	4	6
central mayorista	3	2
TOTAL	12	15

En 2019, Walmart Chile Inmobiliaria administró una inversión total en proyectos nuevos, ampliaciones y remodelaciones de supermercados de aproximadamente MM\$ 70.158 y de MM\$ 92.231 en 2018.

El 90% de los chilenos vive a menos de 60 minutos de alguno de nuestros locales, reflejando el compromiso de Walmart Chile por brindar acceso a los productos a toda la comunidad.

Transformación Digital



En los dos períodos que cubre este reporte realizamos importantes inversiones en proyectos de transformación digital, pues tenemos la certeza que es una herramienta clave frente a los vertiginosos cambios que experimenta nuestra industria. En 2018 hubo dos iniciativas relacionadas con SAP: Migración y Upgrade de SAP y Proyecto Cherry - Venta de SSFF (Servicios Financieros) a BCI.

Entre ambos proyectos el monto de la inversión alcanzó los MM\$1.100, aproximadamente, y como parte de sus beneficios se puede mencionar: ahorro de costos, actualización e

integración de sistemas, además de incorporación de Estándares de Seguridad, Auditoría y Compliance de acuerdo con los lineamientos de nuestra matriz global.

Cabe mencionar que también ejecutamos otras inversiones en proyectos de transformación digital, tales como: Devolución Multiformato, Quemador de Boleta 2.0, Rebaja Norma Retiro, Boleta Digital y VPOS.

Más detalles de nuestros proyectos de Transformación Digital en el capítulo Foco en los Clientes.

2.

Perfil de la Compañía

Nuestro Desempeño Económico

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 201-1

Nuestro Valor Económico Generado en 2019 alcanzó los MM\$ 4.633.556, un 1,7% menos que en 2018, período en el cual fue de MM\$ 4.716.107. Asimismo, nuestro Valor Económico Distribuido en 2019 alcanzó una cifra de MM\$ 4.572.264, un 1,6% superior respecto de 2018, el cual alcanzó los MM\$ 4.497.034.

Valor Económico Generado y Distribuido Walmart Chile 2018 - 2019

Valor Económico Directo Generado

Ingresos	2018	%	2019	%
	MM\$		MM\$	
Ingresos ordinarios	4.688.522	99,4	4.610.374	99,5
Ingresos financieros	5.636	0,1	99	0,0
Otros ingresos	21.949	0,5	23.083	0,5
Total valor económico directo generado	4.716.107	100	4.633.556	100

Nota: Los ingresos financieros de 2019 representan el 0,002%.

Valor Económico Directo Distribuido

Ingresos	2018	%	2019	%
	MM\$		MM\$	
Salarios y beneficios de los colaboradores (as)	468.497	10,4	468.933	10,3
Impuestos	48.297	1,1	-11.481	-0,3
Proveedores de capital	4.450	0,1	6.701	0,1
Inversión comunitaria	1.407	0,0	834	0,0
Inversión / Gasto Medioambiental	331	0,0	14.357	0,3
Otros Costos / Gastos de la operación	3.974.052	88,4	4.092.920	89,6
Total valor económico directo distribuido	4.497.034	100	4.572.264	100
Valor Económico Retenido	219.073		61.292	

Notas

1.- Los impuestos en 2019 son negativos, porque se presentan en forma de ingreso.

2.- El ítem proveedores de capital corresponde a los gastos / costos financieros contraídos por Walmart Chile con proveedores de capital (bancos, inversionistas, accionistas, entre otros).

3.- La inversión comunitaria representan un 0,03% en el 2018 y un 0,02% en 2019.

4.- Los montos informados por inversión / gasto ambiental corresponde al CDEP (Centro de Distribución el Peñón). Estos montos representan un 0,007% en 2018.

5.- El ítem otros costos / gastos de la operación corresponde a los costos operativos, de ventas, gastos administrativos, entre otros.

6.- El Valor Económico Retenido corresponde a la resta entre el Valor Económico Directo Generado y el Valor Económico Directo Distribuido.

Gobernanza y Gestión Ética

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 102-17, 102-18, 102-19, 102-20, 102-22, 102-23

Nuestro Directorio

El Directorio de Walmart Chile es el máximo órgano de administración societaria compuesto por tres 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.

Además, 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 y la regulación aplicable.

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 o cuando se produzca una situación de urgencia y relevancia.



Las sesiones ordinarias del Directorio son, a lo menos, cada tres meses, y existe la instancia de reuniones extraordinarias que se convocan ante 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 Comisión para el Mercado Financiero (CMF).



El Presidente del Directorio no ocupa un cargo ejecutivo dentro de la organización.

Directorio Walmart Chile*

*a diciembre de 2019



Enrique Ostalé Cambiaso
Presidente

Ingeniero Comercial de la Universidad Adolfo Ibáñez y Máster en Science en Contabilidad y Finanzas del School of Economic and Political Science.

Guilherme Loureiro

Director

Administrador de Empresas Getulio Vargas Foundation y Doctor de esta misma institución.

Olga González

Directora

Administrador de Empresas de la Universidad Católica de Puerto Rico y MBA de Florida International University.

Los directores de nuestra 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 21 de diciembre de 2016.

En cuanto al rango etario y nacionalidad, los tres miembros de nuestro Directorio tienen más de 50 años de edad y dos de ellos son extranjeros. No contamos con Comités de Directorio.

Directorio · Antigüedad en el Cargo y Género

Antigüedad en el Cargo	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Menor a 3 años de antigüedad	1	1	2	1	1	2
Entre 3 y 6 años de antigüedad	1	0	1	1	0	1
Total	2	1	3	2	1	3

Alta Administración

La estructura administrativa de Walmart Chile al 31 de diciembre de 2019 es la siguiente:



Ejecutivos principales

La plana ejecutiva de la compañía es designada por el Directorio de acuerdo con 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 nuestro máximo órgano de gobierno corporativo.

Principales Ejecutivos Walmart Chile 2018 - 2019*

1. Horacio Barbeito**
Gerente General Walmart Chile
2. Carmen Román
Gerente de Asuntos Legales y Corporativos
3. Manuel López
Gerente de Operaciones
4. Alejandro König
Gerente Comercial
5. Mónica Aravena
Gerente de Finanzas
6. Matías Puente
Gerente de Marketing
7. Gonzalo Gebara**
Gerente de Inmobiliaria y Ways
8. Denisse Goldfarb
Gerente de Recursos Humanos
9. Lorena Ulanowicz
Gerente de Auditoría Interna
10. Patricio Dallan
Gerente de Logística y Supply Chain
11. Santiago Borges
Gerente de Cumplimiento
12. Eli Senerman
Gerente Digital



*Cargos ejercidos hasta 2019.
**Gonzalo Gebara, asumió como CEO en el primer trimestre de 2020, cargo que ocupaba Horacio Barbeito, quien dejó la compañía a fines de 2019.

Ejecutivos por género

Género	2018	2019
Hombres	8	7
Mujeres	2	4
Total	10	11

Nota: se consideran ejecutivos de primera línea de reporte incluido el Gerente General. A diciembre 2019 el cargo de Gerente General se encontraba vacante.

Ejecutivos por género y antigüedad

Antigüedad	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Menor a 3 años	2	0	2	1	3	4
Entre 3 y 6 años	4	1	5	4	0	4
Mayor a 6 y menor a 9 años	0	0	0	0	0	0
Entre 9 y 12 años	0	1	1	0	1	1
Mayor a 12 años	2	0	2	2	0	2
Total	8	2	10	7	4	11

Nota: se consideran ejecutivos de primera línea de reporte incluido el Gerente General. A diciembre 2019 el cargo de Gerente General se encontraba vacante.

2.

Perfil de la Compañía

Comités de la Alta Administración

Comité Ejecutivo

Compuesto por los ejecutivos que reportan al Gerente General (CEO), incluido éste último. Revisan los principales lineamientos de la organización. Sesiona una vez a la semana de forma ordinaria y según la necesidad de forma extraordinaria.

Comité de Políticas

Participan los ejecutivos que reportan al Gerente General, quienes revisan y definen las políticas de la compañía. Este comité sesiona según la necesidad de dictar una nueva política o modificar una ya existente. No tiene frecuencia definida.

Comité de Ética y Cumplimiento

Está integrado por nuestro CEO y sus reportes, quienes conforman el Comité Ejecutivo (Gerentes de las áreas Legal, Finanzas, Ética y Cumplimiento, Operaciones, Logística, Comercial, RR.HH., Marketing y Clientes, Walmart Tech y Auditoría). Se reúnen cada cuatro meses para analizar asuntos relacionados con ética, investigaciones, resultados, entrenamientos a la alta administración y una coordinación entre todas las áreas de la compañía, en caso de ser necesario.

Comité Contingencias Judiciales

En este Comité se analizan los juicios vigentes de la compañía o los riesgos de futuros, con el objetivo de adoptar medidas. El análisis incluye las razones que originaron los juicios, de tal manera de abordar las oportunidades de mejora. Este Comité está compuesto por las gerencias de Finanzas y Legal, sesionando una vez al mes.



Contribución a los ODS



5. Igualdad de género



8. Trabajo decente y crecimiento económico



12. Producción y consumo responsables



16. Paz, Justicia e Instituciones sólidas



Ética y Cumplimiento

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3

Las principales actividades de Walmart Chile se desarrollan en sectores económicos y empresariales que son considerados como no regulados. Sin perjuicio de lo anterior, dichos negocios están sujetos a diversos cuerpos normativos de aplicación general y, en especial, que afectan el modo en que los mismos deben desarrollarse, destacando la legislación de protección de la libre competencia, la legislación laboral y las normas sobre protección a los consumidores.

Línea de Denuncias

Indicadores GRI: 102-16, 102-17

La compañía dispone de un canal de ética abierto a colaboradores, clientes, proveedores y la comunidad en general, consistente en una dirección de correo electrónico (etica.chile@walmart.com), página web (www.walmartethics.com) y un número gratuito (800 550707).

Todos ellos funcionan las 24 horas del día, los 7 días de la semana.

Cada vez que se recibe una denuncia o una solicitud de cualquier tipo, como, por ejemplo, una pregunta, el sistema le asigna automáticamente un número de seguimiento en el sistema que permite conocer en tiempo real el estado del caso, así como las medidas adoptadas y las recomendaciones formuladas por la Oficina de Ética de Chile.

Adicionalmente, el contacto con la Oficina de Ética puede ser anónimo y siempre es confidencial, garantizando que no habrá represalias para las personas que realizan una consulta o denuncia.



Rigor en la Gestión Ética

Los colaboradores que presentan sus inquietudes a la Línea de Denuncias desempeñan un papel importante para mantener un lugar de trabajo saludable, respetuoso y productivo, así como para proteger a partes involucradas. Estos colaboradores ayudan a nuestra compañía a abordar los problemas anticipadamente, antes de que surjan consecuencias más serias. Consideramos importante que cada uno de nosotros cree un ambiente de trabajo en el que todos puedan plantear inquietudes de temas de ética sin temer a represalias.

Por esta razón, Walmart Chile tiene el compromiso de no desvincular, bajar de rango ni discriminar a ningún colaborador por hacer uso de nuestro canal ético. Los colaboradores que consideren que han experimentado represalias después de plantear una inquietud de ética, deben informar el problema a su supervisor inmediato o a Ética Global.

Nuestras cifras de gestión durante el 2018 y 2019 son las siguientes:

Gestión Ética 2018 - 2019

Denuncias y Consultas	2018	2019
N° de denuncias	1.198	1.567
N° de consultas	189	253

Tanto en 2018 como en 2019, el 100% de las denuncias y consultas fueron resueltas durante esos periodos.

Clasificación de las denuncias resueltas

	Períodos	
	2018	2019
Alcohol y Drogas	0,6%	1%
Anticorrupción	2,5%	3,2%
Cumplimiento	7,7%	7,5%
Conflicto de Interés	22,4%	22,5%
Discriminación	2,8%	1,2%
No Informar	0,9%	1,1%
Integridad Financiera	2,3%	2,6%
Ética en General	0,1%	0,0%
Acoso	10,8%	19,4%
Deshonestidad intencionada	4,0%	2,8%
Represalias	2,7%	2,2%
Salario y Horario	3,5%	2,3%
Activos de Walmart	5,4%	6,6%
Violencia en el trabajo	2,8%	2,2%
Ninguna de las demás denuncias*	31,7%	25,3%

Nota

La suma para el 2018 es 100,2% y para el 2019 es 99,9%, lo que se debe a que la información se obtiene directamente del sistema interno de Walmart, que aproxima 1 decimal. *Asuntos que no requieren una acción especial de Ética y que no caben en la definición de Otra Alegación. Algunos ejemplos son: faltas de respeto (que no constituyan acoso laboral), lenguaje inapropiado, favoritismos, mal uso de la jornada laboral, entre otros.

Mecanismos de Anticorrupción

Indicadores GRI: 102-15, 205-1, 205-2

Como parte de Walmart Inc., sus subsidiarias y afiliadas estamos comprometidos con mantener los más altos estándares éticos y cumplir con todas las leyes aplicables. Así, desplegamos nuestros esfuerzos para evitar, incluso, situaciones que parezcan inapropiadas respecto de las acciones de cualquiera de sus funcionarios, directores, colaboradores, agentes o representantes. Es nuestra política cumplir con todas las leyes anticorrupción, sin limitaciones. En consecuencia, no aceptamos que cualquier persona que actúe en nombre de la compañía, sea directa o indirectamente, un colaborador o un tercero, se desempeñe sin respetar nuestro marco valórico y normativo.

Por lo anterior, exigimos que todos los colaboradores y terceros que interactúen o puedan interactuar con funcionarios públicos en nombre de la compañía cumplan con la Política Anticorrupción Global. Para implementar esta política con eficacia, mantenemos un Programa Anticorrupción Global basado en los riesgos y diseñado para prevenir, detectar y remediar cualquier conducta inapropiada o ilegal.

En el marco del programa que abarca numerosos controles, medidas, auditorías y revisiones, entre otros procedimientos, el área de Capacitación y Comunicación es un pilar fundamental a la hora de gestionar una difusión oportuna y expedita para lograr año a año llegar al 100% de los colaboradores y, en la medida que se requiera, también a externos.



Cabe destacar que, de acuerdo con lo establecido por la Ley N°20.393, sobre Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas, en Walmart Chile contamos con un Modelo de Prevención de Delitos, cuya aplicación también es extensiva a sus filiales.

La comunicación de los mecanismos de anticorrupción se realiza mediante estándares de comportamiento claramente expresados en la Declaración de Ética de Walmart, la cual se entrega y comparte con cada nuevo colaborador. Además, el documento se encuentra publicado en las páginas web interna (intranet) y externa de nuestra compañía, nacionales e internacionales. Del mismo modo, todas las comunicaciones de Anticorrupción se comparten en intranet. La cantidad de colaboradores con una cuenta electrónica activa en el período reportado es de 9.000, en promedio, los cuales tienen acceso a intranet y otras plataformas.



Realizamos anualmente una Planificación de Comunicaciones, de acuerdo con las exigencias internacionales y locales, hitos y contingencias, coordinando y difundiendo información relevante hacia los colaboradores, a través de los siguientes canales e instancias:

- Comité de Ética, donde participa el CEO y los ejecutivos de primera línea.
- Comunicaciones Internas, a través de correos electrónicos, según plan de acción.
- Comunicaciones Internas, a través de la Revista Walmart Chile, que tiene un tiraje de 16.000 unidades y se reparte en áreas de soporte y operación. Además, es publicada en intranet (en versión digital).
- Afiche de Ética y Anticorrupción, publicado en todos los locales de la compañía y en las oficinas de soporte. Este formato se actualizó en el primer trimestre de 2019. También se realizan auditorías permanentes al material, por parte del área de Mejora Continua de la Gerencia de Cumplimiento.
- Workplace, medio de comunicación interno a nivel corporativo. Posee 10.000 usuarios aproximadamente y a él pueden acceder todos los colaboradores de soporte y de operación hasta cargos de jefaturas. Lo utilizamos para informar cualquier tipo de noticia o comunicación destacada, ya sea por parte de comunicaciones internas, como la propia retroalimentación de los usuarios. Con el tiempo se ha convertido en una plataforma para generar lazos, destacar buenas prácticas, solidarizar y felicitar a locales y colaboradores. Además, este medio tiene alcance internacional, lo cual permite compartir las buenas prácticas con los otros mercados de Walmart.
- Durante 2019 se crea CNN+ para operación retail, al que tienen acceso todos los colaboradores con correo corporativo. Cumple el objetivo de ser el canal de comunicación operacional de Walmart Chile, facilitando y simplificando la gestión de los locales, para un desempeño de excelencia. Actualmente, lo utilizan más de 6.300 colaboradores.

Capacitaciones en materia de cumplimiento

Nuestra Planificación de Capacitación se lleva a cabo mediante las siguientes instancias y cautelando los requerimientos de la matriz:



Comité Ejecutivos

Anualmente realizan una actualización de las materias de Ética y Anticorrupción a través de dos instancias: una presencial, donde los Gerentes de Ética y Anticorrupción se reúnen con el Comité para realizar la capacitación; y cursos en línea, con la plataforma Learning (LMS).



Colaboradores

Existen variadas instancias presenciales y on line de capacitación para los colaboradores, que se asignan de acuerdo con su cargo y antigüedad. También se realizan refuerzos para grupos objetivos y las Unidades de Negocio que se encuentran más expuestas a interactuar con organismos gubernamentales, proveedores o TPIs (terceros intermediarios). Durante 2019 incorporamos un nuevo curso para No Jefaturas en la operación, con el fin de actualizar conocimientos para todos los colaboradores que no realizan anualmente cursos en la materia, llegando a 27.000 colaboradores, aproximadamente.



Externos

También desarrollamos, cuando corresponda, capacitaciones a terceros en lo que respecta a los estándares y procedimientos de Ética y Anticorrupción que sean relevantes, dirigidas a proveedores, alumnos en práctica, TPIs, entre otros. Con las diferentes instancias de Capacitación y Comunicación, teniendo presente la alta rotación del negocio y el constante riesgo que existe a lo largo de la cadena de valor, en Walmart Chile ponemos foco en lograr que todos tengan los conocimientos necesarios para cumplir cabalmente con el robusto Programa de nuestra Política de Anticorrupción Global.

Libre Competencia

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 206-1



Chile cuenta con leyes de protección de la libre competencia, las cuales buscan impedir las prácticas o actividades monopólicas y de abuso de posición dominante en cualquier mercado o industria. En los últimos años, ha existido una preocupación creciente por el tamaño y poder de mercado relativo que tienen los grandes operadores de supermercados. En este sentido, la Fiscalía Nacional Económica y el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia han buscado activamente precaver eventuales abusos de parte de dichos operadores, tanto en sus relaciones con los proveedores, como con la competencia y los consumidores.

En este contexto, nuestra compañía se rige actualmente por los Términos y Condiciones Generales de Aprovisionamiento de Mercaderías (TCGA) puestos en vigencia a partir de mayo de 2007. El texto de dicho documento está disponible en la [página web de Walmart Chile \(www.walmartchile.cl\)](http://www.walmartchile.cl).

Los TCGA establecieron, entre otras disposiciones, la existencia de la Defensoría del Proveedor, entidad que está a cargo de prevenir, acoger, conocer y resolver de manera imparcial, objetiva, de buena fe y en carácter de mediador, cualquier dificultad o controversia que se genere entre la compañía y cualquier proveedor de mercadería para sus supermercados.

Respecto de la protección al consumidor, hemos adoptado una política de transparencia, publicando continuamente en nuestras páginas web www.walmartchile.cl y www.lider.cl amplia información de interés y de carácter legal respecto de los derechos y obligaciones de los consumidores. Asimismo, contamos con los recursos humanos y tecnológicos suficientes para dar oportuna atención a los requerimientos de nuestros clientes.

Además, desde nuestra llegada al país en 2009, disponemos de un Programa de Cumplimiento de la Normativa de Libre Competencia que contempla, entre otros, la disposición y difusión de una política de resguardo de la Libre Competencia, una guía práctica 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 y la realización de las mencionadas capacitaciones a los colaboradores y auditorías periódicas que buscan detectar en forma oportuna riesgos en esta materia.

En el Índice de Contenidos GRI, que se encuentra en los Anexos de este documento, informamos el estado de los requerimientos de la autoridad competente en este ámbito y los resultados de los recursos de reclamación interpuestos.



Gestión de Riesgos

Indicadores GRI: 102-11, 102-15, 103-1, 103-2, 103-3



Independiente de la naturaleza de su actividad, toda organización está expuesta a numerosos riesgos, entre los que destacan los regulatorios, reputacionales, de liquidez, por mencionar algunos. Para poder gestionar adecuadamente los riesgos es necesario identificarlos y evaluarlos periódicamente. Esto permite adoptar medidas oportunas e implementar procesos que minimicen o eliminen tales riesgos.

Nuestra organización no es ajena a esta realidad e identificamos, gestionamos y controlamos los riesgos a través de distintos procesos, con lo que evitamos que se materialicen, contribuyendo a la sostenibilidad del negocio y el valor compartido con nuestros grupos de interés.

Así, gestionamos los riesgos mediante políticas, protocolos, objetivos, metas y -en general- a través de una estructura que evalúa periódicamente los riesgos de nuestro negocio y el modo de abordarlos, lo que se hace en distintos niveles: el directorio, los comités de directorio, el comité ejecutivo, auditoría interna, finanzas y ética y cumplimiento, por nombrar algunas áreas involucradas. Nuestra gestión de riesgos está basada en “Global Ethics & Compliance Management System” que prevé los bloques sobre los cuales está construido el sistema, los niveles de madurez, materias y evaluación de riesgos periódica. Nuestro sistema prevé una gestión de riesgos basada en las necesidades del negocio y la regulación local e internacional que aplica a la compañía, dada por su sede principal en Estados Unidos. En este contexto, recoge todos los principios de la norma ISO 31000.

Una de las acciones más destacadas que el área de Ética y Cumplimiento realiza para evaluar periódicamente los riesgos del negocio es el proceso anual de Risk Assessment, el cual tiene por objeto revisar y definir con nuestros socios del negocio y la operación cuáles son los riesgos, y luego planificar, ejecutar y dar seguimiento a las medidas necesarias para mitigarlos adecuadamente. Este proceso, que estaremos implementando próximamente con mayor periodicidad, es una de las tareas más relevantes en la gestión de riesgos, pues permite revisar y mejorar continuamente nuestros procesos, así como cerrar eventuales brechas de manera oportuna.



Para el periodo que reportamos (2018 - 2019), los objetivos estuvieron centrados principalmente en los cambios regulatorios que impactaron nuestro quehacer. Variados y profundos cambios en normas sobre medioambiente, protección al consumidor, ámbito laboral y libre competencia son los más relevantes del periodo. No obstante, el análisis y los objetivos relacionados con la gestión de riesgos de nuestra compañía en los tiempos y escenario que atravesamos involucran también la situación local que vivimos como sociedad, a partir del mes de octubre del año pasado, y a nivel mundial con la actual pandemia. Es indudable que estas situaciones confirman la necesidad de poseer un proceso de análisis y evaluación de riesgos regular y flexible, centrado en el negocio y conectado con la realidad local e internacional.

El principal desafío es ser capaz de hacer seguimiento a los vertiginosos cambios que está experimentando nuestro negocio en un contexto distinto y de incertidumbre. Esto exige disciplina, una estrecha conexión con el negocio, nuestros colaboradores, proveedores, clientes y comunidades, así como estar al tanto de lo que ocurre en ámbitos como el político, regulatorio, sanitario, entre otros. En consecuencia, debemos plantearnos constantemente cuáles son los riesgos actuales y los que vendrán para nuestro negocio y la industria, dando siempre cumplimiento a la regulación que nos aplica y nuestro modo de hacer las cosas, que se basa en el mejor servicio al cliente, la integridad y la excelencia operacional.

3.



Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3

Para Walmart Chile los colaboradores son la pieza clave del motor que construye día a día a la compañía, por lo que nos hemos puesto como objetivo convertirnos en la mejor empresa para trabajar en Chile, impulsando iniciativas en materia de beneficios, capacitaciones, desarrollo de carrera y diversidad e inclusión.

Nos esforzamos por crear un ambiente de respeto para los más de 40 mil colaboradores que conforman la organización, donde la dignidad humana es nuestra prioridad. Valoramos a todas las personas más allá de la dimensión de su cargo y estamos comprometidos con su desarrollo personal y profesional.

Tal como lo expresan nuestros códigos de conducta y el Manual de Cultura Walmart, consideramos fundamental el aporte de cada uno para la continuidad del éxito de la compañía. Asimismo, esperamos lo mejor de nuestros colaboradores, respetando la diversidad que hace a cada uno de ellos un ser único y especial.

Contribución a los ODS



3. Salud y Bienestar



5. Igualdad de género



8. Trabajo decente y crecimiento económico



10. Reducción de las desigualdades



16. Paz, Justicia e Instituciones sólidas



3.

Nuestros Colaboradores

Compromiso con el empleo, la diversidad y la inclusión

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 102-8, 401-1, 405-1, 406-1

Sabemos que somos una de las compañías con mayor fuerza laboral del país y por eso tenemos la responsabilidad de crear empleos de calidad, para impactar positivamente en la vida de nuestros colaboradores y sus familias.

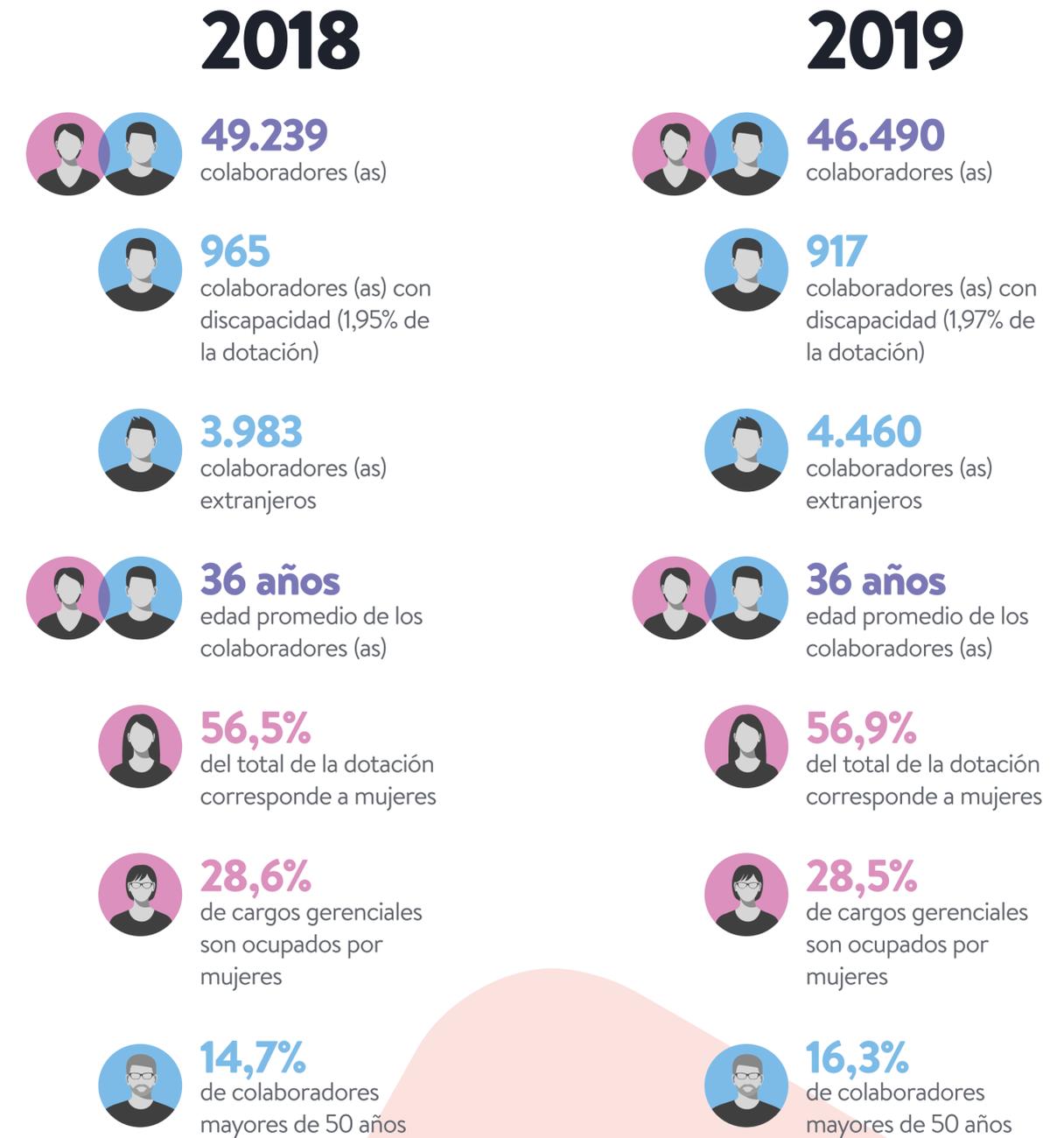
Como señalamos, la diversidad e inclusión forman parte del sello de la compañía. Los equipos de trabajo diversos y el ambiente laboral inclusivo son parte de nuestra estrategia de negocios y cultura corporativa. Reconocemos en las diferencias y en el respeto de las individualidades un valor.

La siguiente gráfica ilustra las principales cifras de dotación para los períodos que se informan.

Cabe destacar la presencia femenina en nuestra organización, incluyendo su aporte en roles ejecutivos.



Principales cifras de dotación Walmart Chile



3.

Nuestros Colaboradores

Tal como lo reflejan estas cifras, trabajamos día a día para ser una empresa conformada por personas de diversas nacionalidades, hombres y mujeres, de distintas generaciones, personas con discapacidad, de distintas religiones, ideologías, estratos sociales, orientaciones sexuales e identidad de género.

Este desafío responde a los cinco pilares de trabajo que hemos establecido en nuestra Estrategia de Diversidad e Inclusión: Equidad de Género, Personas con Discapacidad, Multiculturalidad, Generaciones y Diversidad Sexual. A partir de estos objetivos, promovemos constantemente un ambiente laboral inclusivo, libre de discriminación, en el cual aceptamos y valoramos la contribución personal, para que todos los colaboradores expresen su máximo potencial, lo que impacta positivamente en su productividad y sentido de pertenencia a la organización.

Para facilitar la gestión de estos focos, contamos con una Política de Diversidad e Inclusión y una Política de Prevención del Acoso y la Discriminación. Ambos documentos están disponibles en nuestro sitio web corporativo y son compartidos con las personas que se integran a la compañía. Estas políticas aplican a todos los colaboradores y niveles jerárquicos de las unidades de negocio de Walmart Chile, siendo responsabilidad de los líderes de la compañía fomentar un ambiente inclusivo y diverso en sus equipos.

Disponemos de canales formales para gestionar e investigar denuncias y eventuales faltas a nuestras directrices corporativas en este ámbito. Si un colaborador o colaboradora, independiente de su nivel jerárquico, es objeto, observa o toma conocimiento de cualquier conducta que pueda infringir nuestras políticas tiene a su disposición los canales para reportar inmediatamente y de manera anónima este hecho, mediante cualquiera de las opciones que se indican a continuación:



Gerente de su área



Responsable de Recursos Humanos de su área



Oficina de Ética
 etica.chile@walmart.com
 Teléfono: 800 550 707



Gerencia de Relaciones Laborales
 relaciones.laborales@walmart.com

Las jefaturas, los gerentes o cualquier colaborador o colaboradora de la compañía que omite una denuncia ante faltas a nuestra política puede ser objeto de una sanción disciplinaria, de acuerdo con lo establecido en el Reglamento Interno, de Orden, Higiene y Seguridad y en el Código de Ética. La compañía ha adoptado todas las medidas pertinentes para asegurar que no existan represalias de ningún tipo por utilizar los procedimientos de denuncia señalados.

Actividades destacadas de Diversidad e Inclusión

En Walmart Chile llevamos a cabo distintas acciones orientadas a sensibilizar y promover ambientes de trabajo diversos e inclusivos. Entre ellas destacan:

Semana de la Mujer y Equidad de Género: con talleres y campañas comunicacionales centradas en la equidad y la corresponsabilidad.



Mesa Mujer y Equidad de Género: funciona como grupo de afinidad donde se discuten iniciativas y proyectos en torno a reducir la brecha de género dentro de la organización.



Mesa Todos por la Inclusión: gestiona el alcance y mantención del 2% de Personas con Discapacidad (PcD) dentro de la organización.



Juntos Somos Walmart: programa de seis módulos que entrega a los inmigrantes herramientas relevantes para la adaptación cultural a la idiosincrasia chilena, con información legal y clases de español para colaboradores haitianos.



3.

Nuestros Colaboradores

Desarrollo de Personas

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 404-1, 404-2

Nuestro compromiso en este ámbito consiste en desarrollar competencias y habilidades para mejorar el desempeño de los colaboradores y contribuir al logro de los objetivos del negocio. Establecemos objetivos y metas anuales, acorde a la estrategia de la compañía, los que son analizados y aprobados a nivel de la Subgerencia de Aprendizaje y Formación y la Gerencia de Personas.

En línea con el Plan Estratégico de Negocios a tres años, la organización determina y proporciona los recursos necesarios para asegurar su implementación y el logro de los objetivos establecidos. Estos valiosos recursos incluyen: personas, infraestructura, instalaciones, equipamiento, materiales, ambiente de trabajo, herramientas didácticas, bibliográficas y capital financiero.

En este contexto, para identificar las áreas específicas de capacitación de nuestros colaboradores, en Walmart Chile contamos con procesos continuos de DNC (Detección de Necesidades de Capacitación). Así, planificamos y controlamos el diseño y desarrollo de los servicios de capacitación, en sus distintas etapas: desde el levantamiento de necesidades hasta el monitoreo de los programas.

Mediante la aplicación de encuestas de satisfacción, las auditorías internas, las reuniones de revisión de la Gerencia y la resolución de no conformidades (a través de acciones correctivas y preventivas), se logra asegurar la conformidad del servicio de capacitación al interior de la compañía. Además, contamos con un correo para feedback, recepción de consultas y requerimientos en torno a los diferentes programas desplegados.



Durante 2018 y 2019 se desarrollaron diversos programas de capacitación, los cuales tuvieron en total **más de 100.000 participantes**. En 2018 la media de horas de capacitación fue de **16,77 y de 16,54 en 2019**.

(Detalles en los Anexos de este reporte).

La siguiente gráfica muestra el total de horas de capacitación por género durante estos años:



Programas de Capacitación Walmart Chile

Cabe señalar que, además de los programas que mencionaremos a continuación, entregamos becas laborales de estudio, iniciativa que cuenta con una alta valoración entre nuestros colaboradores, pues les permite ir ampliando sus conocimientos y habilidades.

Academia de Operaciones	Programa orientado a desarrollar habilidades en materia de procesos a los colaboradores del área operaciones.
Bienvenida	Este programa es la inducción del personal contratado, ya sea para H.O. (Home Office) o el área de operaciones. Tiene cursos orientados a las funciones y a la cultura Walmart.
Apertura	Capacitaciones que se realizan al personal que es contratado para trabajar en un nuevo supermercado de cualquier formato que se abrirá, cursos similares a los que se ven en la bienvenida.
Cumplimiento	Conjunto de capacitaciones que son obligatorias para el negocio, por ejemplo: "Manipulación de alimentos", "Grúa Horquilla", "Guardias de seguridad", entre otros.
Especialización del Negocio	Cursos de especialización del negocio según necesidades emergentes.
OpenSpaces	Encuentros comerciales realizados para cargos de liderazgo de los formatos de supermercado.
Programa de Cajas	Capacitaciones orientadas a enseñar el uso de las cajas registradoras en los 5 formatos de la operación.
Programa de Inglés	Capacitaciones en lengua extranjera.
Programas de La Mujer	Cursos orientados a entregar habilidades a las mujeres para aplicar en sus actuales o futuros roles. Entre estas iniciativas se cuenta el Programa de Formación Femenino, que entrega herramientas de formación integral y familiar para impulsar a las mujeres a asumir cargos de liderazgo en la operación.
Programa de Liderazgo	Programa de Liderazgo de Walmart que contempla los cursos "Liderando a Líderes" y "Liderando a Otros", para cargos de segunda y tercera línea.
Programa de Protección de Activos	Programa de formación para los líderes de protección de activos.

Cursos para mejorar las habilidades y reforzar conocimientos de los procesos a los supervisores.	Programa de Supervisores
Programa de habilidades abierto que responde a la necesidad de transformación de Walmart Chile.	Programa "Elige Formarte"
Programa para formar relatores internos, en habilidades oratorias, presentaciones, entre otros.	Programa de Formación Facilitadores
Programa de actualización de contenidos relacionados con la gestión de RR.HH.	Programa de Formación Recursos Humanos
Programa de Desarrollo Interno de Walmart Alimentos y Servicios, el cual se encarga de entregar competencias para el desarrollo de carrera de los colaboradores de H.O. (Home Office).	Programa "Impulsa Tu Desarrollo"
Entrega de información dirigido a trabajadores extranjeros, para interiorizarlos en las leyes y cultura de la sociedad chilena.	Programa "Juntos Somos Walmart"
Capacitaciones orientadas al personal que se relaciona con trabajadores sordomudos.	Programa de Lengua de Señas Chilena
Capacitaciones específicas en materia de liderazgo inclusivo, que se desarrollan en distintas áreas de la compañía.	Programa de Liderazgo Inclusivo
Cursos dirigidos al área de logística, habilitando en el modelo de Liderazgo de Walmart a nuestros colaboradores que deben gestionar personas.	Programa de Liderazgo Logística
Programa de Liderazgo femenino para impulsar el desarrollo de colaboradoras de Home Office (H.O.) en cargos ejecutivos en la compañía.	Programa "Poténciate"
Programa de desarrollo de cargo para jefes con potencial para asumir el rol de Subgerente I, subadministradores.	Programa Trainee
Programa de formación de Lider que potencia el cambio de modelo de gestión interna.	Programa "Yo Lidero la Evolución"

3. Nuestros Colaboradores

Clima Laboral

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3

El clima laboral es uno de los aspectos más importantes para asegurar el éxito de la compañía en el largo plazo y forma parte de nuestra cultura. La cultura Walmart es lo que nos mantiene unidos, direcciona la manera en la que hacemos las cosas y cómo nos relacionamos unos con otros en base a nuestros valores. Cada uno es responsable de mantener y cuidar nuestra cultura.

Nuestra misión es uno de los elementos que sustenta la cultura Walmart, “Ahorrarle tiempo y dinero a nuestros clientes para que puedan vivir mejor”, siendo un propósito inspirador, al cual debemos alinear cada decisión que tomamos.

Para medir los avances en este ámbito, aplicamos una encuesta anual de compromiso: la Encuesta de Opinión de Colaboradores.

Con sus resultados, implementamos planes de acción en cada equipo, para ir abordando las oportunidades de mejora año a año, en el contexto de posicionar a Walmart como la mejor empresa para trabajar en Chile.

En la encuesta anual 2019, el porcentaje de participación fue de un 88%. Su resultado fue alentador, considerando que se utilizó una nueva metodología: **existe un 75% promedio en términos del nivel de compromiso con la compañía.**

En el proceso de gestión de clima laboral destaca el desafío de lo que llamamos el “Fit Cultural” (“Calce Cultural”). Con este objetivo, disponemos de programas que buscan conectarnos con la vivencia de nuestros valores y reconocer comportamientos que son un modelo de cómo hacemos las cosas en Walmart Chile.

En este sentido, visualizamos los desafíos en torno al clima laboral en línea con la experiencia del colaborador de manera integral. Es decir, con miras a identificar las oportunidades y momentos que experimenta un colaborador a lo largo de su ciclo de vida en la compañía.

Iniciativas en el contexto de la crisis social

Plasmando nuestro compromiso de cuidar prioritariamente a nuestros colaboradores, las siguientes son algunas de las iniciativas que desplegamos en el contexto de crisis social que experimentó el país desde el mes de octubre de 2019.

Reubicación: en las tiendas reubicamos temporalmente casi al 100% de los colaboradores, y en algunos casos, gestionamos traslados definitivos. El objetivo fue facilitar su desplazamiento hacia los locales que permanecieron operativos y evitar desvinculaciones. Cerca de un 50% del personal reubicado quedó a menos de 9 km de su domicilio.

Contención en crisis: el programa de reubicación incluyó una iniciativa de contención, con el fin de brindar apoyo especializado a nuestros colaboradores durante el estallido social. De esta manera, el programa en su conjunto contribuyó a ofrecer una mejor calidad de vida a todos los integrantes de la compañía.

Plan de Salida: dado que en algunos casos el cierre de tiendas fue inevitable, ofrecimos un plan de salida al cual se acogieron numerosos colaboradores. Este plan contó con indemnizaciones en su totalidad, es decir, pagamos todos los años de servicio sin tope, más allá del máximo legal establecido.

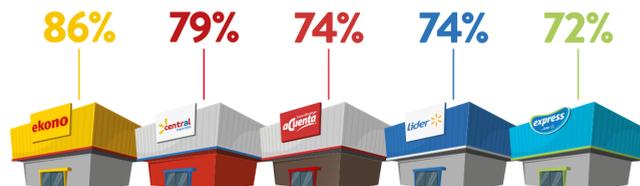
Capacitaciones: a los colaboradores que se acogieron al plan de salida, se les realizó cursos para reinserción laboral por medio de una Alianza con SENCE, iniciativa que llamamos “postcontrato”.

Reconversión laboral: a través de la Academia de Operaciones, hicimos un programa de reconversión laboral para ampliar las competencias del personal que era experto en un área en particular. De esta manera, ahora estos colaboradores cuentan con mayor empleabilidad interna y externa al poder desenvolverse en distintos roles.

Encuesta de Opinión de Colaboradores Walmart Chile 2019*



Encuesta de Opinión de Colaboradores Walmart Chile 2019 - Resultados por formato*



*Incluye datos de 2019 solamente, debido al cambio de metodología. El porcentaje corresponde al nivel de compromiso con la compañía.

*El porcentaje corresponde al nivel de compromiso con la compañía.



3.

Nuestros Colaboradores

Contribución a los ODS



3. Salud y Bienestar



5. Igualdad de género



8. Trabajo decente y crecimiento económico



10. Reducción de las desigualdades



17. Alianzas para lograr los objetivos



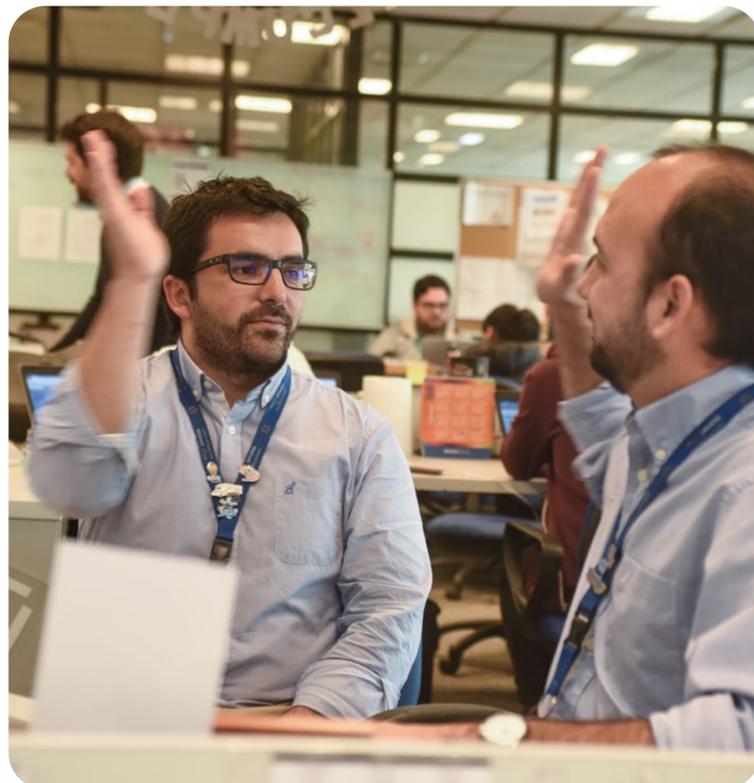
Calidad de Vida

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 404-2, 403-6

Nos orientamos a mantener un balance entre los objetivos del negocio y los de las personas, desafío que tiene un impacto positivo en la satisfacción de los colaboradores, consolida una cultura del compromiso y fortalece la imagen de la marca empleadora.

Asimismo, propiciar altos niveles de calidad de vida laboral permite atraer y retener talentos que buscan mantenerse empleados en una organización que les ofrezca una experiencia única, por su salario emocional, en la que puedan desarrollarse de manera integral conciliando la vida laboral, personal y familiar.

De acuerdo con nuestra adhesión a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU en este ámbito, nos hemos enfocado en diseñar políticas, programas y beneficios dirigidos a Empoderar a las Mujeres; Fortalecer la Conciliación Trabajo-Familia; Promover la Previsión Sustentable; y Promover la Vida Saludable en la organización.



Las líneas de trabajo que abordamos son las siguientes:



Beneficios: Flexibilidad – Cuidado del Colaborador – Familia / Corresponsabilidad.



Programas de Vida Saludable: Salud y bienestar físico – Ahorro y Finanzas –; Apoyo Psicosocial y Asesoría socioeducativa.



Convenios que faciliten la vida del colaborador y la familia.



Las principales acciones realizadas en 2018 fueron el proceso de acreditación de colaboradores con discapacidad y talleres de liderazgo inclusivo, además de la implementación de nuevos beneficios dirigidos a mujeres, adultos mayores, cuidado de familiares con enfermedades graves y permisos para realizar proyectos personales. También implementamos proyectos participativos de Vida Saludable, talleres de ahorro previsional voluntario y de apoyo a las familias para el ingreso de sus hijos a la educación superior. En 2019, implementamos programas y beneficios de corresponsabilidad y del sistema de pensiones y previsión.

En ambos períodos también reeditamos las Ferias de Salud, un ciclo de visitas que realizan proveedores en convenio, que complementan las charlas donde damos a conocer los beneficios y cómo acceder a ellos. El detalle de los beneficios que ofrecemos a nuestros colaboradores se encuentra en la sección Anexos de este reporte.

Además de ofrecer beneficios en materia de Movilización, Alimentación, Salud, Descuentos, Apoyo Financiero ante emergencias, Aguinaldos e Incentivos, por mencionar algunos, disponemos de las siguientes opciones de flexibilidad y calidad de vida laboral.

(Más información en Anexos de este reporte).

Flexibilidad y Calidad de Vida Laboral

Teletrabajo	En Walmart Chile ponemos a disposición la posibilidad de trabajar desde un lugar distinto a la oficina.
Flexitime	Ofrecemos varias alternativas horarias de trabajo.
Tiempo con Sentido	Entregamos días libres para que el colaborador los utilice en lo que quiera hacer.
Tiempo para Mí	Damos la posibilidad de solicitar hasta 6 meses de permiso sin goce de sueldo para viajes, proyectos personales o estudios.
Jornada Especial para Embarazadas	Durante el periodo de embarazo, nuestras futuras mamás pueden contar con una reducción de jornada laboral a 40 horas semanales.
Extensión por Permiso de Nacimiento	Promovemos la corresponsabilidad parental, entregando a los padres 3 días libres adicionales a los 5 días legales que actualmente tienen por el nacimiento de un hijo.
Más Tiempo con Papás	La llegada de un nuevo integrante a la familia es una alegría y queremos acompañar esta etapa entregando facilidades en la administración del tiempo.
Cuida a los Tuyos	Damos la posibilidad de optar por hasta un mes de permiso con goce de sueldo, en caso de enfermedades o accidentes graves de algún miembro de la familia del colaborador.
Senior Flex	Nuestros colaboradores de 65 años o más tienen una reducción de jornada laboral a 40 horas semanales.
Beneficios para Colaboradores con Discapacidad	Walmart Chile ofrece a todos sus colaboradores con credencial SENADIS o Pensión de Invalidez algunos beneficios adicionales orientados a la flexibilidad laboral.
Código de Vestimenta	En Walmart Chile respetamos la identidad de cada uno de los colaboradores y celebramos la diversidad, por eso flexibilizamos el código de vestimenta.

“En Walmart Chile buscamos Mejorar la Calidad de Vida de los colaboradores, implementando iniciativas que promuevan la Vida Saludable, el Cuidado Personal y la Conciliación Trabajo Familia, que respondan a las necesidades del ciclo de vida del colaborador y sean valoradas por las distintas generaciones durante su experiencia de trabajo en Walmart Chile y más allá”.

“Mi Lugar”: Plataforma de experiencia digital del colaborador

Uno de los grandes proyectos en que nos hemos embarcado en Walmart Chile, especialmente las gerencias de Personas y Tecnología, es la creación de “Mi Lugar”, plataforma digital para el autoservicio y autogestión de nuestros colaboradores.

“Mi Lugar” es accesible desde cualquier dispositivo conectado a internet a través de su APP en iOS y Android o de su sitio web, donde - independiente del medio - los colaboradores cuentan en la palma de su mano con numerosos servicios e informaciones, tales como: solicitud de documentos, beneficios, noticias, gestión de sus equipos y mucho más.

De esta manera, “Mi Lugar” es un pilar en el acompañamiento y contacto con nuestros colaboradores. Más de un 95% de ellos ya ha ingresado a la plataforma y cada mes contamos con más de 30.000 usuarios activos, 360.000 visitas y 2.000.000 de páginas vistas.



Alimentación Saludable

Difundimos de manera permanente campañas orientadas a promover la ingesta de los nutrientes necesarios para mantenerse saludables. Algunos de los consejos que entregamos a nuestros colaboradores son:

- Prefiere frutas, verduras, cereales y productos lácteos bajos en grasa.
- Comida saludable para tus hijos: dale de beber agua en vez de bebidas azucaradas; ten en casa alimentos saludables como frutas, verduras y frutos secos; ofrécele cereales con bajo contenido de azúcar.
- Cocina en familia: La familia es el lugar de crecimiento, donde encontramos seguridad. Una de las ventajas de cocinar en familia es la enseñanza que podemos entregar en esos momentos respecto del aporte nutricional de cada alimento.

También invitamos a nuestros colaboradores a consultar la página www.clubsalud360.cl para revisar más datos y buenas prácticas sobre hábitos saludables.



3. Nuestros Colaboradores

Promoción de la Salud

Indicador GR: 403-6

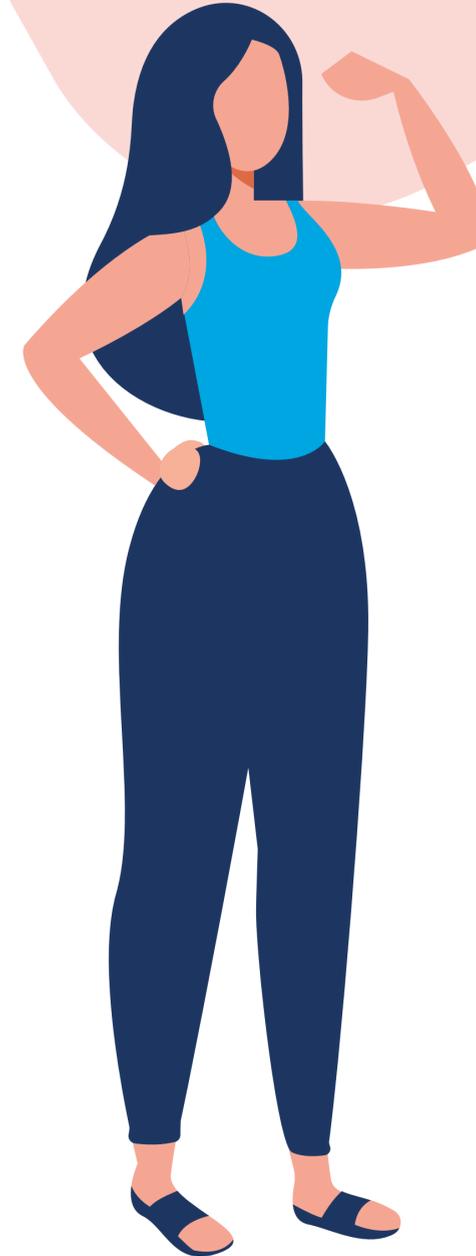
Las siguientes son algunas de las iniciativas que llevamos a cabo de manera permanente en este ámbito:



Contamos con un equipo de Asistentes Sociales a nivel nacional que apoya y entrega asesoría a nuestros colaboradores para acceder a los servicios médicos, de acuerdo con su Sistema de Salud Previsional. Mantenemos convenios colectivos con las isapres, para poder ofrecer distintas alternativas de planes de salud, con precios o beneficios preferentes.



Entregamos 1.000 cupos gratuitos para una batería de exámenes preventivos, para colaboradores en distintas regiones del país. También enviamos a nuestros ejecutivos a realizar anualmente exámenes preventivos, con cobertura total por parte de nuestra compañía.



Entregamos los servicios del Club Salud 360, como parte del Seguro médico (cobertura hospitalaria y ambulatoria). Así, los colaboradores pueden acceder a consultas médicas, nutricionales y psicológicas, a través de un formulario de atención. Además, acceden a información y convenios relacionados con wellness y hábitos saludables, orientados a la salud integral.



Ponemos a disposición la red Go Integro, con más de 400 convenios a nivel nacional, en las categorías de Salud (Óptico, Odontología, Laboratorios) y Bienestar (gimnasios, deportes), entre otras.



Entregamos servicio de atención psicológica telefónica gratuita para nuestros colaboradores y los orientamos para acceder a servicios de atención en Salud Mental.



3.

Nuestros Colaboradores

Relaciones Laborales

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 102-41, 407-1

Contamos con una Gerencia de Relaciones Laborales especializada que reporta directamente a la Gerencia de Personas. El área está compuesta por abogados laboristas con experiencia y un equipo integrado por analistas y gestores. Se abordan tres campos de acción: brindar soporte laboral a los equipos operacionales y de recursos humanos a lo largo del país; conducir todos los procesos de negociaciones colectivas con sindicatos, además de los acuerdos que a diario se requieren gestionar; liderar las relaciones y comunicaciones diarias con la totalidad de las entidades sindicales (más de 100 sindicatos).

De esta forma, la relación con sindicatos se mantiene en un ambiente de diálogo permanente, de solución alternativa ante potenciales diferencias y/o conflictos, ajustando siempre el actuar de nuestra compañía a los marcos legales laborales y a un óptimo nivel de cumplimiento que permita, además, construir niveles de confianza y reciprocidad.

Así, orientamos nuestro quehacer hacia una relación virtuosa de colaboración, donde los sindicatos sean socios estratégicos para alcanzar objetivos comunes, evitando tensiones a partir de un manejo técnico y experto de las relaciones laborales y sindicales. De este modo, la Gerencia de Relaciones Laborales imparte recomendaciones, criterios, normas, instrucciones y asistencia frente a cualquier tema laboral que se presente en la gestión de las personas y el negocio. Asimismo, incorporamos a los sindicatos en los procesos de transformación y en los cambios tecnológicos y digitales que van impactando en el ámbito laboral.

Como política interna, mantenemos equidad y paridad en el trato y relación respecto de las entidades sindicales, no realizamos discriminación alguna debido a la afiliación, respetando y reconociendo la libertad y autonomía sindical, la libertad de afiliación y desafiliación (Movilidad Sindical incluida), con pleno reconocimiento al ejercicio de los Derechos Fundamentales de las entidades sindicales, a negociar colectivamente y al ejercicio del Derecho a Huelga.



Algunos desafíos de nuestra área son:

- 1 *Optimizar constantemente los tiempos de resolución de requerimientos, solicitudes y preguntas que los sindicatos realizan a la compañía.*
- 2 *Continuar promoviendo prácticas respetuosas de la libertad y autonomía sindicales, según prescribe nuestro derecho vigente.*
- 3 *Fortalecer la imagen de Walmart Chile como una compañía respetuosa de los derechos y garantías reconocidos en nuestra legislación a las organizaciones sindicales.*
- 4 *Aumentar el índice de acuerdos logrados en las mediaciones laborales que promuevan los sindicatos, tanto la mediación interna que realiza el área de Relaciones Laborales, como las externas (Inspección del Trabajo, por ejemplo).*

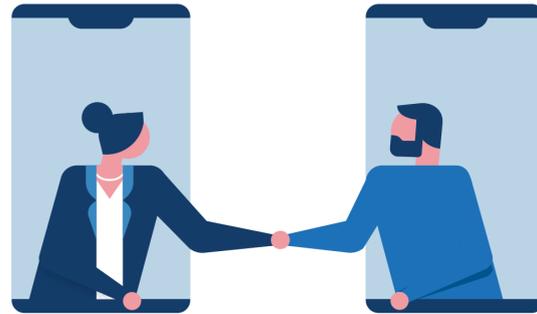


Ante cualquier eventualidad, los sindicatos pueden realizar sus reclamaciones mediante un proceso escalonado que comprende tres niveles: **1) Nivel operaciones y Recursos Humanos en establecimientos y locales comerciales; 2) Nivel Central de Recursos Humanos y Relaciones Laborales; 3) Gerente de Personas y Gerentes de Operaciones.** Las quejas o consultas pueden realizarse a través de los medios a disposición, orales y escritos.

Diálogo para la Transformación Operacional

En el marco de nuestro Proyecto de Transformación Operacional, establecimos una mesa permanente de diálogo con los sindicatos, que tiene por objeto examinar el conjunto de los procesos de transformación productiva a implementar en la compañía, buscando espacios de acuerdo en lo relativo a su impacto laboral.

Entre estos acuerdos, las partes se comprometen a avanzar en procesos de Reconversión Laboral, Nuevos Modelos Operacionales y las posibles modificaciones al Marco de Remuneraciones y Beneficios Particulares adecuados a la nueva realidad productiva.



Cobertura Sindical Walmart Chile

	2018	2019
 Colaboradores (as) cubiertos por acuerdos de negociación colectiva	66%	75%
 Colaboradores (as) sindicalizados	78%	84%

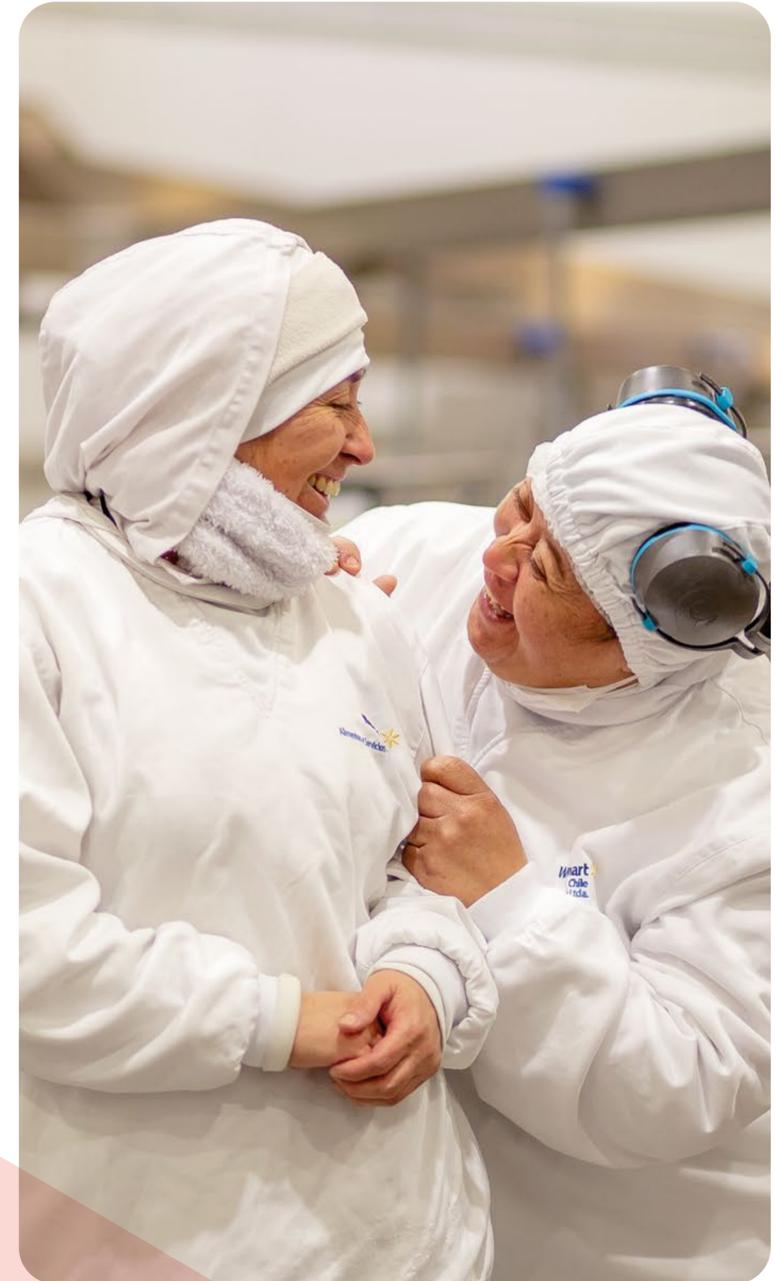
Cumplimiento Laboral

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 408-1, 409-1

Es nuestro compromiso permanente cumplir con las leyes y reglamentos laborales en todos los mercados donde tenemos presencia. Como hemos señalado, nos esforzamos por brindar un ambiente de trabajo que respalde las necesidades de empleo de nuestros colaboradores, fomente las oportunidades de crecimiento y garantice prácticas laborales justas.

Durante el período que cubre este reporte no hemos sido objeto de denuncias en materia de trabajos forzados, trabajo infantil ni exposición a trabajos peligrosos. Respecto a esta última categoría, como empresa adherida a Mutual de Seguridad, realizamos evaluaciones permanentes, de acuerdo con la normativa vigente, en todas aquellas categorías donde existen riesgos -trabajo pesado, trabajo en altura, entre otros-, siendo analizadas con un enfoque preventivo.

(Detalles a continuación, en el subtítulo Seguridad y Salud Ocupacional).





3.

Nuestros Colaboradores

Seguridad y Salud Ocupacional

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 403-1, 403-9, 403-10

Considerando que el cuidado de los colaboradores y clientes es prioridad para nuestra compañía, cumplimos con todas las leyes y reglamentos en relación con la Seguridad y Salud Ocupacional, tales como la Ley N° 16.744; los Decretos Supremos N° 40, 67, 594, 76, 18, 101, 109 y 110, además de la normativa impartida por el Ministerio de Salud (MINSAL). Asimismo, más allá del cumplimiento normativo, esperamos que los colaboradores promuevan prácticas de Seguridad y Salud Ocupacional responsables y sustentables.

Con este fin, disponemos de un sistema de gestión que permite realizar evaluaciones de higiene ocupacional y capacitaciones en materia de seguridad y salud ocupacional, para reducir el riesgo de incidentes. De concretarse algún caso, nuestro modelo de gestión facilita investigar las causas de los accidentes y también de las enfermedades profesionales.



Los peligros se definen en matrices de riesgo por sección/área, entre ellos, uno de los peligros definidos corresponde al uso de maquinaria crítica, como laminadora y grúa horquilla. Por esta razón, difundimos instructivos de trabajo para el uso correcto de estas máquinas y realizamos capacitaciones en terreno, reforzando buenas prácticas con los CPHS (Comités Paritarios de Higiene y Seguridad) y los equipos de EHS (Environment, Health & Safety: Medioambiente, Salud y Seguridad). También llevamos a cabo inspecciones de seguridad en máquinas e instalaciones.

Los tipos de accidentes más comunes son: caída mismo / distinto nivel, golpeado por, sobreesfuerzo, contacto con objeto cortante, contacto con objeto a alta temperatura y atrapamiento.

Con respecto a las Enfermedades Profesionales (EP), para reducir los riesgos asociados, aplicamos los protocolos del MINSAL y trabajamos con el área de Logística para la reducción de pesos máximos en el traslado de mercadería de forma manual, según la Ley 20.949 (reducción a 25 k). Para las EP por salud mental, aplicamos el Protocolo ISTAS 21, en conjunto con el área de Calidad de Vida, lo que ha permitido adoptar medidas para cerrar brechas detectadas.

Cabe señalar que, durante la contingencia social ocurrida en 2019, establecimos protocolos especiales de seguridad en los locales, con el objetivo de proteger la integridad física y síquica de nuestros colaboradores y clientes. Respecto de los indicadores, en 2018 registramos un lamentable accidente fatal, que correspondió a un accidente de trayecto. En total, hubo 26 accidentes laborales graves durante 2018 y 18 el año 2019. Sin embargo, verificamos una disminución de un 10% en los accidentes laborales con respecto a 2018.

Asimismo, cabe mencionar que la tasa de accidentabilidad de 2019 fue menor en relación con 2018, alcanzando 5,1%. (Los desgloses de estos indicadores están en la sección Anexos de este reporte).



4.

Foco en los Clientes

Indicadores GRI 103-1, 103-2, 103-3



En Walmart Chile, el cliente está al centro de nuestra estrategia de negocios, desafío que se traduce en nuestra Misión como compañía: **Queremos que nuestros clientes puedan ahorrar tiempo y dinero para que puedan vivir mejor.** Así, estamos comprometidos con ofrecerle **precios bajos y un buen servicio**, haciendo asequible una amplia gama de productos, con el objetivo de mantener y potenciar una relación de beneficio mutuo a largo plazo.

Siempre buscamos ir un paso más adelante. Nos estamos adaptando a las necesidades del nuevo cliente, para transformarnos y ser líderes en la propuesta omnicanal. En este ámbito tenemos el desafío de ofrecer lo mejor del mundo físico junto a una oferta digital con más y mejores productos. De esta manera, nuestro enfoque de gestión y el valor agregado de nuestra compañía se funda en el desarrollo y acceso a los diferentes formatos de compra, el surtido y la estrategia de precio.

Por esta razón, nuestra estrategia evoluciona junto con los requerimientos del cliente y se nutre de información relevante, insights y las tendencias del entorno, con el fin de satisfacer sus expectativas, cautelando en todo momento el cumplimiento de la normativa asociada a la protección del consumidor.

Para nosotros la experiencia del cliente en todo momento es clave: desde que nos considera como opción para sus diferentes ocasiones de compra, hasta que disfruta de los productos adquiridos. Es lo que denominamos las “microexperiencias” que vive el cliente a lo largo de este “viaje”, o “Journey Map”, y sus diferentes puntos de contacto.

Durante la ejecución de los procesos que establecimos en torno a este Journey Map, buscamos hacer tangibles las políticas y protocolos de atención, siendo evaluadas de manera constante. Y esto aplica tanto para el cliente que compra en tienda, como para aquellos que compran online y reciben sus productos en casa o los retiran en alguna de nuestras tiendas.

Tenemos como desafío realizar ajustes a este modelo de relacionamiento con la debida frecuencia, de acuerdo con los cambios del entorno de mercado y de nuestros clientes. El objetivo es optimizar la atención en los distintos canales e implementar nuevas iniciativas que apunten a reducir fricciones y le permitan al cliente vivir una experiencia de compra expedita y amigable.



4.

Foco en los Clientes

Estudios de Satisfacción y Lealtad

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3

Aspiramos a que la satisfacción en cada etapa del proceso de compra se traduzca en clientes más frecuentes, leales y en nuevos clientes. Con este objetivo, manejamos diferentes indicadores que dan cuenta si las experiencias que viven nuestros clientes están acordes al Journey Map que trazamos, la propuesta de valor y los focos de nuestra estrategia como Walmart Chile.

En este contexto, tanto en 2018 como en 2019 continuamos aplicando los distintos estudios que nos permiten focalizar y optimizar nuestra estrategia de relacionamiento con nuestros clientes. Estos estudios son:

Estudios de Satisfacción y Lealtad

Su objetivo es conocer el nivel de satisfacción y recomendación de los clientes, en su experiencia de compra en cada uno de los formatos de Walmart Chile. Se trata de estudios cuantitativos, con aplicación de un cuestionario semi estructurado a través de encuestas online y post boleta o facturación.

En los estudios de satisfacción aplicamos una escala de 1 a 7. Para medir el nivel de lealtad utilizamos el Índice NPS (Net Promotore Score), que revela cuánto nos recomendaría un cliente en una escala de 0 a 10.

En ambos casos los resultados se homologan en una escala de 0 a 100 puntos.

Contribución a los ODS



9. Industria, Innovación e Infraestructura



12. Producción y consumo responsables



En materia de satisfacción de clientes, durante el período que cubre este reporte la gestión estuvo enfocada en la experiencia de compra en la sala (Customer Satisfaction por formato), en base a los atributos que dan cuenta de las dimensiones de nuestro modelo de relacionamiento (Journey Map):



Rapidez

Facilidad para encontrar productos, disponibilidad de productos, tiempos de espera (secciones asistidas y cajas).

Simple

Limpieza y orden del supermercado y de los productos en la góndola.

Amigable

Disponibilidad de estacionamientos y de carros de compra, visibilidad de precios de productos exhibidos, nivel de servicio por parte de los colaboradores en las cajas del supermercado.

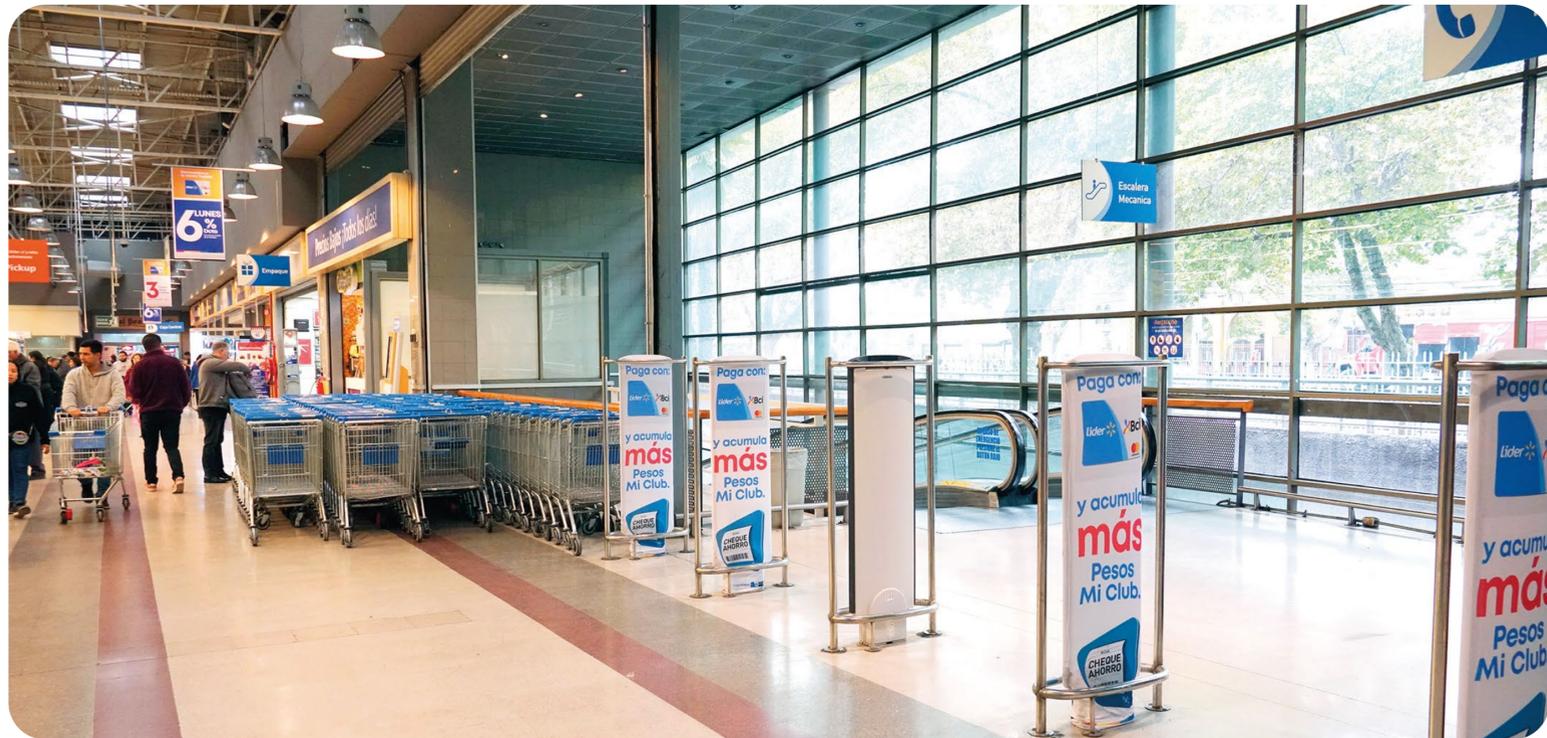
En el caso de e-Commerce los estudios miden la satisfacción del cliente respecto de la experiencia de navegación en el sitio web y el Net Promoter Score (el índice de lealtad) en relación con la experiencia completa de compra.

Cada formato y local monitorea en línea los resultados de estas dimensiones y atributos para hacer gestión, al igual que nuestro e-Commerce. Al cierre de cada mes se emite un reporte del desempeño del período, con las principales alertas para abordar y así mejorar el servicio.

También aplicamos diariamente **Estudios de Marca** para Lider/Express y SBA (SuperBodega aCuenta), con reportes mensuales y trimestrales. Cubren la percepción y desempeño de la marca, desde las variables de presencia, compra y preferencia, hasta imagen de marca. También permiten levantar un benchmark del Net Promoter Score relacional.

Entre los principales estudios realizados en 2018 y 2019, destaca el alza en materia de Satisfacción de Clientes que obtuvo Lider.cl, subiendo desde 58 a 79 puntos de un año a otro. En cuanto a los Estudios de Lealtad (NPS), la mayoría de nuestros formatos mejoró su evaluación, presentando alzas relevantes Supermercado Lider (de 68 a 76 puntos); Lider.cl (de 47 a 58 puntos) y Mundo Lider, que corresponde a la experiencia de compra on line del catálogo extendido, cuya calificación subió de 49 a 65 puntos.

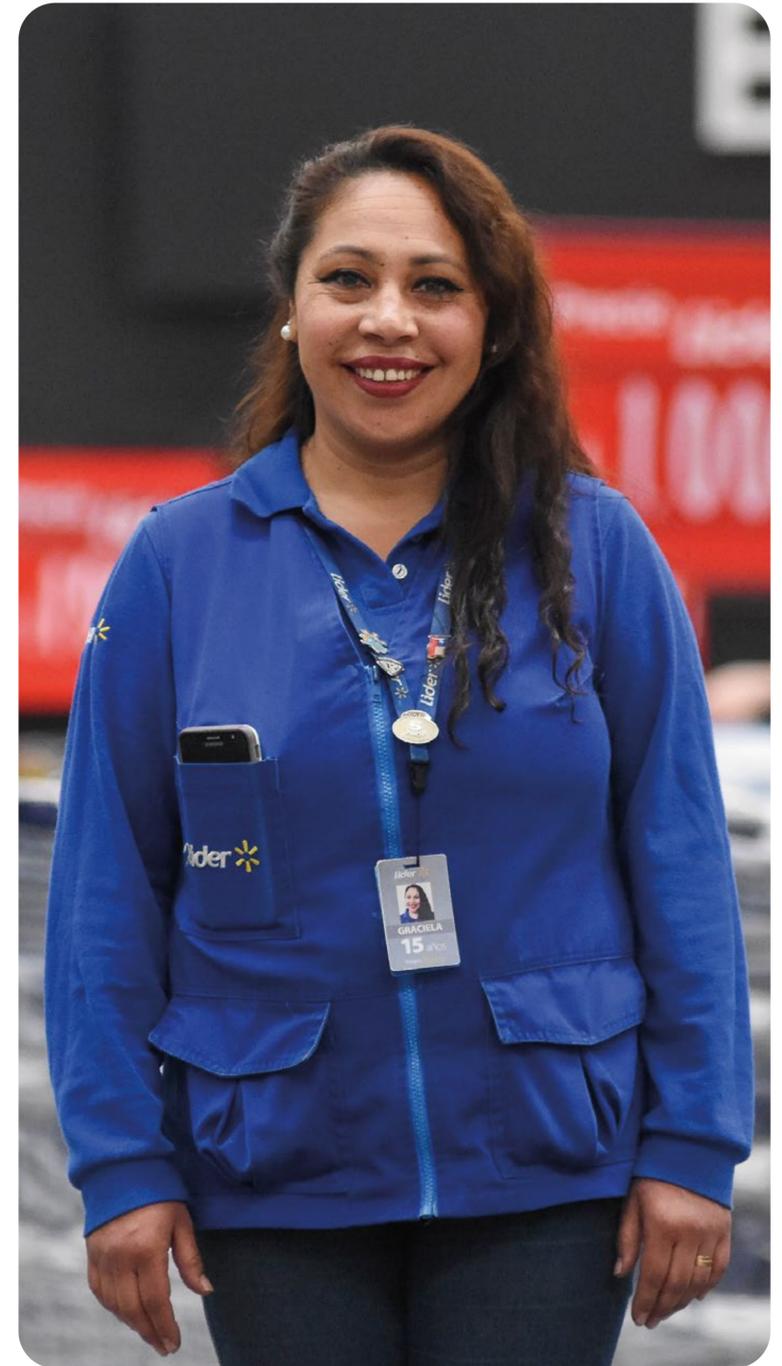
Cabe destacar que en la medición 2019 de nuestro formato Central Mayorista obtuvimos 90 puntos en el NPS.



Principales Resultados Estudios de Marca 2018 - 2019

- **Lider Megabrand se fortalece en todos los indicadores de salud de marca durante 2019**, mejorando base de visitantes, clientes habituales, así como su participación de mercado en el rubro alimentación.
- Las mejoras de Lider en indicadores de precios tuvo un rol fundamental en atraer nuevos visitantes y fidelizar clientes.
- **En 2019, Lider aumentó en 9 puntos en el indicador Supermercado más Económico respecto de 2018.**
- **Lider mantuvo amplia brecha con sus competidores respecto a evaluación de precios del supermercado en general**, promociones y precio de carnes rojas, que son factores clave que inciden en percepción de economía de un supermercado.
- **Lider mejoró en su evaluación de precios MMPP (marcas propias) y productos como pollos, frutas y verduras.**
- Se creó una mayor sinergia entre Lider y Express, fortaleciendo la evaluación de la dimensión **precios** de este último formato. Ambos destacan también en atributos de **ahorro de tiempo** y poder comprar cuándo y dónde los clientes quieran.

SuperBodega aCuenta, por el contrario, se debilitó en el indicador de precios, lo que deja la oportunidad de mejora en torno a cómo equilibrar el crecimiento de todos los formatos.



Gestión de Reclamos



Abordamos este importante aspecto monitoreando los motivos de reclamos diarios, semanales y mensuales por cada uno de nuestros formatos, junto con los plazos de respuesta y las variaciones de las principales razones de contacto. Estos reclamos se reciben a través de un mix de canales: Call Center, Lider.cl, Twitter, Facebook, Instagram, servicioalcliente@lider.cl; atención en módulo de servicio a clientes en tiendas y libro digital de reclamos. Algunos de estos requerimientos los resolvemos en ese primer contacto; otros conllevan una solución diferida, dependiendo del caso.

Nuestra gestión de reclamos está enfocada en evitar que el cliente tenga que llegar al Sernac, para lo cual actuamos de manera proactiva y conforme a nuestras políticas y regulaciones vigentes. Al final de cada mes se emite un reporte del desempeño de reclamos con las principales alertas para abordar por cada formato y local.

Marketing Responsable

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 417-1

En línea con nuestro compromiso de ahorrarle tiempo y dinero a nuestros clientes, tenemos el deber de conocerlos y entender sus necesidades para poder generar lazos de confianza con cada uno de ellos. Reconocemos como base de nuestra comunicación la veracidad, apegándonos siempre a la regulación publicitaria y de etiquetado, lo que nos impulsa a ofrecer soluciones tangibles y cumplir con nuestras promesas.

Así, la forma en que nos comunicamos con nuestros clientes es cercana y se funda en el respeto, la transparencia y la inclusión. De acuerdo con las directrices corporativas, supervisamos los contenidos y revisamos todas las campañas publicitarias antes de su difusión, con las áreas internas que cumplen un rol de supervisión en este ámbito, pues nuestro foco es ser claros y transparentes de cara al cliente. Lo mismo aplica en materia de etiquetado de productos, donde un equipo específico revisa el cumplimiento de la normativa vigente, tanto en productos de Marcas Propias como respecto de proveedores.

Con el objetivo de asegurar un profundo conocimiento de las regulaciones y buenas prácticas en este ámbito, nuestro equipo de marketing y las agencias con las que trabajamos se encuentran capacitados en Derechos del Consumidor y Libre Competencia.

Asimismo, los equipos de calidad son permanentemente capacitados en nuevas regulaciones locales e internacionales, así como en certificaciones en torno a etiquetado y seguridad alimentaria (más detalles en el subtítulo Calidad e Inocuidad de Productos).



4.

Foco en los Clientes

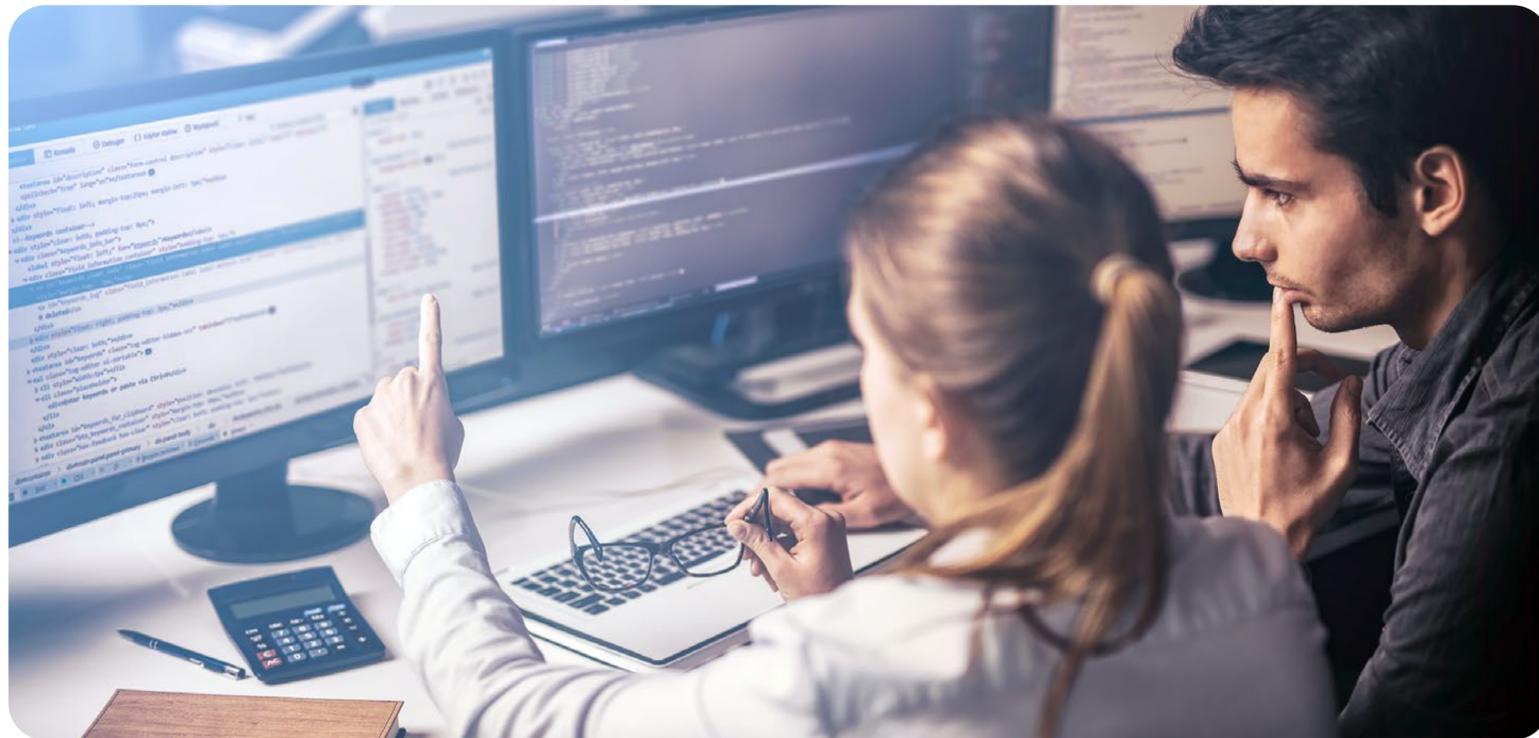
Seguridad de la Información

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 418-1

A partir de nuestras políticas, estándares y procedimientos de seguridad de la información, garantizamos el uso correcto y responsable, tanto de los datos de la compañía como aquellos asociados a los clientes, proveedores y colaboradores. Estos lineamientos se encuentran publicados en nuestra intranet y además forman parte de nuestro Reglamento Interno (Código de Ética), que le entregamos a cada colaborador al ingresar a la compañía.

Tenemos el férreo compromiso de asegurar la confidencialidad, la integridad y disponibilidad de la información de la compañía, para lo cual hemos definido objetivos y metas que abarcan desde la protección de los sistemas de información hasta el establecimiento de funciones y responsabilidades para salvaguardar este activo de la organización.

Revisamos permanentemente la seguridad de distintos soportes y sistemas de manejo de información: aplicaciones (aspectos legales, privacidad, seguridad de la información), newsletter mensuales, entre otros. Cabe mencionar que no hemos recibido ninguna reclamación formal respecto de filtración, robo o pérdida de datos de clientes.



Contribución a los ODS



8. Trabajo decente y crecimiento económico



9. Industria, Innovación e Infraestructura



12. Producción y consumo responsables



13. Acción por el Clima



17. Alianzas para lograr los objetivos



4.

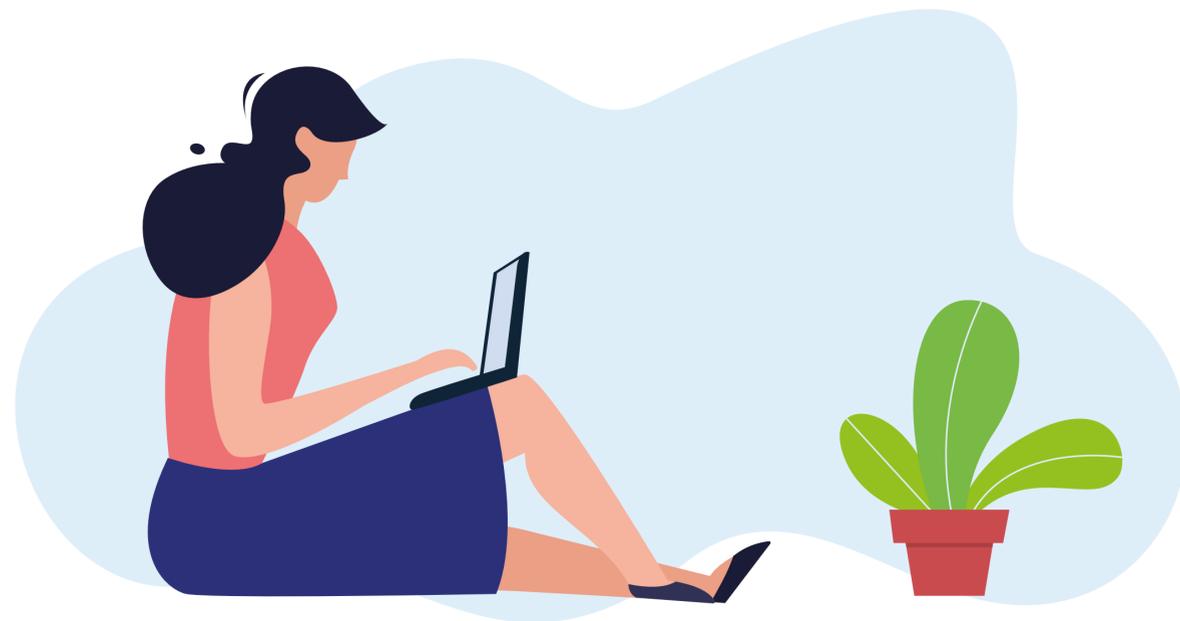
Foco en los Clientes

Transformación Digital, Innovación y Excelencia Operacional

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3

Chile y el mundo se encuentran en constante cambio: la llegada de la tecnología masiva configura y reconfigura nuestra vida cotidiana, y nuestra misión como retailer es adaptarnos.

Los clientes de hoy buscan su comodidad y sus preferencias son el principal criterio para comprar. Ya no se conforman con “lo que hay”: son curiosos y siempre buscan productos nuevos en base a sus gustos y necesidades particulares.



Y no solo eso cambia: la forma de consumir también está cambiando, pues hoy existen procesos de compra 100% digitales, donde los clientes esperan sus productos desde cualquier ubicación y en cualquier momento, gracias a los diferentes canales de consumo que no solo les permiten comprar y pagar, sino también devolver productos sin problemas.

Durante 2018 y 2019, desarrollamos distintos proyectos relacionados con transformación digital, innovación y excelencia operacional, destacando los siguientes:

Iniciativas Relevantes 2018 - 2019

Cajas de Autoservicio



Durante 2018 y 2019 realizamos una expansión de esta tecnología dado los buenos resultados que hemos obtenido hasta ahora. El cliente escanea sus productos en una caja de autoservicio, pagando con cualquier medio de pago en la misma caja. Hoy cerca del 20% del total de las transacciones pasa por una caja de autoservicio. Además, somos pioneros a nivel internacional en los mercados donde Walmart opera en tener una tienda con un lineal de cajas 100% automatizado.

Escanea y Paga



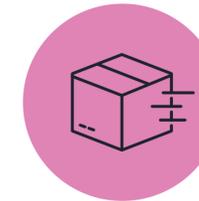
Aplicación móvil que mejora la experiencia de compra del cliente, permitiéndole escanear sus productos durante su proceso de compra en la tienda, pagando directamente en el teléfono y agilizando su proceso de salida. Actualmente contamos con algunas tiendas pilotos en el formato Express.

Paga conmigo



Facilita a los colaboradores escanear los productos de los clientes que se encuentran esperando en zona de pago, con el fin de anticipar los procesos de caja y agilizar el pago. Paga Conmigo fue lanzado en 2019, principalmente para el Black Friday, y continuó aplicándose para eventos masivos, como Navidad, Año Nuevo, entre otros.

Devolución de productos



Esta solución se alinea con nuestra promesa omnicanal. Le permite al cliente decidir dónde devolver sus productos en cualquiera de nuestros formatos. La primera fase considera solo devoluciones con medios de pago efectivo y débito, para productos de alimentación y perecederos.



Boleta Digital

Se trata de una iniciativa con un atributo eminentemente sustentable, pues su objetivo es disponibilizar de forma digital las boletas, cupones, ticket de cambios, garantía y todo documento generado tradicionalmente en papel, enviando esta información al correo electrónico de los clientes.



Rebaja Norma Retiro

La solución Rebaja Norma de Retiro (RNR) permite tomar decisiones en tienda que hacen posible disminuir los desechos que se generan en cada supermercado. Dependiendo del tipo de producto y de la cercanía a su fecha de vencimiento, se aplica una rebaja promocional en el costo del producto, que queda identificado mediante una etiqueta de color. Esto permite destacar aquellos productos que están próximos a vencer, pero en óptimas condiciones para ser comercializados, disminuyendo así los desechos generados en tienda y con ello la cantidad de residuos que se envían a relleno sanitario.



Recicladora de Dinero

Tecnología que permite acelerar los procesos de tesorería en tienda. Gracias a esta solución, optimizamos procesos administrativos y protegemos a nuestros colaboradores y valores. En 2019 se implementó en todos los formatos en forma piloto y para 2020 planificamos su proceso de expansión.

Otros avances del período en materia de innovación tecnológica son:



Implementación de un Sistema Integral de Gestión Operacional (SIGO), entregándole a la tienda una herramienta tecnológica que concentra en un solo lugar reportería y comunicaciones para su gestión oportuna. Métricas, CNN+ (Comunicando Nuestro Negocio) y Academia de Operaciones son algunos ejemplos de herramientas disponibles para nuestros colaboradores.



Canales de comunicación digitales como CNN+ que permitan concentrar toda la información enviada desde el área de soporte a los colaboradores de la tienda. Permite disponibilizar la información de manera ordenada y priorizada, brindándole a la tienda todas las herramientas necesarias para ejecutar correctamente sus procesos.



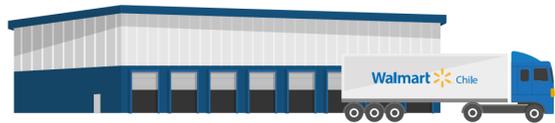
El uso de nuevas tecnologías de reconocimiento de imagen con distintos proveedores externos, para detectar quiebres de productos en góndola, asegurar que los productos estén bien exhibidos y que los precios se encuentren correctos. Opera a través de una captura de imagen, con algún dispositivo que está recorriendo la tienda o por cámaras fijas ubicadas en el techo del recinto.

4.

Foco en los Clientes

Medidas adoptadas en la contingencia social

Pensando en la seguridad de nuestros colaboradores, clientes y en garantizar el abastecimiento de los productos a toda la comunidad, durante la crisis social de octubre de 2019 implementamos una serie de iniciativas, entre las cuales destacan:



En cuanto a Logística, en el caso de algunas tiendas realizamos cambios de ruta para asegurar que los productos de primera necesidad estuvieran disponibles para los clientes.



Luego de la contingencia, reconstruimos tiendas y reactivamos el servicio al cliente de manera ágil, reabriendo más de 80 supermercados en un lapso de cuatro meses.



Reaperturamos tiendas afectadas por incendios u otro tipo de ataques en un plazo récord, que llegó a 24 horas en algunos casos, sin poner en riesgo la seguridad de los clientes y colaboradores.



Implementamos retiros en tiendas por compra de mercadería general y también en sectores donde no existía este servicio.

Logros en e-commerce

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3



Walmart a nivel mundial está encarando la transformación más grande en la historia de la compañía. El cliente omnicanal está en el centro de nuestra estrategia, en virtud de lo cual nuestros supermercados, centros de distribución y venta en línea operan en red con más y mejores capacidades tecnológicas, para continuar masificando el comercio electrónico y aportar con más empleo al país.

Nuestros clientes tienen a su disposición todo lo que ofrece el supermercado on demand, con la opción de home delivery (entrega a domicilio) o Pickup (retiro en tienda). Además, pueden comprar productos de electrónica, computación, electrodomésticos, telefonía, muebles, artículos deportivos, de cuidado personal y para el hogar que están disponibles a través de la plataforma Lider.cl (Mundo Lider).

Las compras se canalizan con Lider App (la aplicación móvil de Lider, lanzada en noviembre de 2019). Además de la opción de compra mediante la página lider.cl, en el catálogo extendido contamos con wholesalers, que corresponde a la alternativa de las pantallas que se encuentran en algunos locales para que los clientes puedan adquirir los productos por ese medio.

Con respecto a Pickup, en el 2017 contábamos con nueve locales que ofrecían esta opción, en 2018 abrimos 21 y en 2019 llegamos a un total de 58 puntos para retiro de productos. En cuanto a home delivery, entre los años 2017 y 2018 contábamos con 15 tiendas habilitadas para home delivery, y en 2019 abrimos nueve tiendas más, llegando a un total de 24 locales con esta alternativa.

Cabe señalar que ha sido relevante el crecimiento que experimentó la compra remota de supermercado entre 2018 y 2019. Y en Walmart Chile hemos sabido enfrentar este desafío con eficiencia, pues 99 locales a lo largo del país operan con la oferta de Mundo Lider. Tanto en el canal tradicional (presencial) como virtual, mantenemos los mismos precios al cliente.

Contribución a los ODS



3. Salud y Bienestar



12. Producción y consumo responsables



13. Acción por el Clima



17. Alianzas para lograr los objetivos



Calidad e Inocuidad de Productos

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

En materia de seguridad alimentaria, nuestra compañía opera con un sistema de gestión basado en el Global Food Safety Management System de Walmart, Estándares Globales GFSI (Global Food Safety Initiative, Iniciativa Global de Seguridad Alimentaria), tales como British Retail Consortium (BRC) e International Food Standard (IFS). También aplicamos estándares internos de Cumplimiento alineados a mejores prácticas: Risk Assessment (evaluación de riesgos); Análisis de Peligros y Puntos Críticos de Control (HACCP, por su sigla en inglés); IQUEST (Integrated Quality Estándar) y las 5 Reglas Básicas, entre otros.

Estas directrices contemplan un análisis riguroso de riesgo en calidad, inocuidad y seguridad de productos, implementación de medidas de control y seguimiento, y un programa de verificaciones que permite realizar la evaluación del sistema de gestión para nuestras tiendas, fábricas y centros de distribución, con miras a la mejora continua.

De esta manera, garantizamos la provisión de productos confiables, de la más alta calidad, inocuos y elaborados conforme a todos los requisitos sanitarios, plasmando así nuestro compromiso de máxima satisfacción del cliente.



En cuanto a las metas y objetivos, contemplamos los siguientes:

- Mantener y potenciar un sistema de seguridad alimentaria consistente en el tiempo a lo largo de todo el ciclo productivo: elaboración, distribución y oferta en canales presenciales y no presenciales.
- Contar con más proveedores certificados en Estándares GFSI y generar programas de apoyo y desarrollo para los que no cuenten con estas certificaciones.
- Extender los planes de control al packaging, tal como lo hacemos con las materias primas y los productos.

Nuestra responsabilidad es estar atentos a nuevos riesgos relacionados con calidad, legalidad e inocuidad de los alimentos, y a enfermedades emergentes. Para ello, debemos mantener canales abiertos con entidades gubernamentales, desarrollar iniciativas público - privadas y aportar con conocimiento técnico. Por esta razón, contamos con equipos capacitados y actualizados de manera permanente en normativas vigentes nacionales e internacionales. También trabajamos de la mano de empresas auditoras y laboratorios certificados, previamente validados por la compañía.



Las principales acciones llevadas a cabo durante 2018 y 2019 son:

- Participación en mesas lideradas por entidades gubernamentales (en temas de trazabilidad de productos marinos con Sernapesca y en Ley de Etiquetado); aplicación de nuevas normativas, junto a la Asociación Chilena de Supermercados (ASACH) y autoridades sectoriales, a propósito de nuevas normativas.
- Iniciativas de apoyo en proyectos para hacer eficientes los procesos: refresh, control de temperatura en góndola, control en la cadena de distribución de paltas y plátanos, entre otros.
- Programa de Desarrollo de Proveedores (detalles en el capítulo Sustentabilidad y Valor Compartido).



El 100% de los proveedores de Marcas Propias son auditados y, al cierre de 2019, el 88% de ellos cumple con norma GFSI. El 12% restante está en etapa de auditoría de terceros, bajo el estándar Global Market. Cifra similar obtuvimos para el cierre de 2018: el 90% de ellos cumplió con estándares de GFSI y un 10% se encontraba en proceso de auditoría.

Cabe mencionar que contamos con fábricas de Ways (plantas propias). Al cierre de 2019, tres plantas (dos de carnes y una de panificación) cuentan con certificación GFSI BRC (British Retail Consortium), versión 8.

Para nuestros proveedores generales tenemos un programa de control basado en la clasificación de riesgos. Del total compañía, existen 442 proveedores estratégicos, de los cuales el 90% corresponde a la categoría de perecederos (carnes, panadería, pastelería, frutas, verduras y lácteos), y un 10% a la categoría de abarrotes. Todos ellos se evalúan bajo el Sistema de Control de Proveedores y tienen certificación GFSI o están bajo el estándar Global Market.

4.

Foco en los Clientes

Consumo Responsable

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3

Promover hábitos de consumo responsable y estilos de vida saludables es hoy un compromiso transversal para distintas compañías, independiente de su actividad de negocios. Vivimos una época de creciente explosión demográfica con recursos naturales cada vez más limitados.

En el contexto de este enorme desafío, estamos comprometidos con impulsar iniciativas orientadas al uso racional de recursos y un consumo equilibrado que contribuya a la calidad de vida de las personas. **Así nace “Dale Otra Vuelta” (www.daleotravuelta.cl), una causa que reúne una serie de ideas y acciones destinadas a conocer, tratar y hacerse cargo del compromiso de la compañía con la sustentabilidad.**

En 2019 generamos cápsulas educativas que difundimos por redes sociales y web, para reducir el desperdicio de comida en las familias y darle un nuevo uso, aplicando innovadoras, sanas y simples recetas.



Además, generamos la campaña **“Enganchamos con el Reciclaje”**, donde - gracias al compromiso de nuestros colaboradores en caja - invitamos a nuestros clientes a no llevarse el gancho plástico de los artículos de vestuario que compran, porque los recopilamos para que sean reciclados, transformados y así darles una nueva vida, generando contenedores de plástico.

(Más detalles en el capítulo Valor Compartido y Sustentabilidad).



Hoy más que nunca debemos ser solidarios para entender que las compras apuntan a un consumo familiar. En Walmart Chile, queremos contribuir a que los clientes interioricen el compromiso de un consumo responsable, en beneficio de toda la comunidad.

5. Valor Compartido y Sustentabilidad

Valor Compartido y Sustentabilidad

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3



Contribución a los ODS



1. Fin de la pobreza



2. Hambre cero



4. Educación de calidad



5. Igualdad de género



7. Energía asequible y no contaminante



8. Trabajo decente y crecimiento económico



10. Reducción de las desigualdades



11. Ciudades y comunidades sostenibles



12. Producción y consumo responsables



13. Acción por el Clima



17. Alianzas para lograr los objetivos



Nuestra Política de Sustentabilidad establece los compromisos respecto de los grupos de interés con los cuales nos relacionamos y el medioambiente, bajo un enfoque de largo plazo. Nos motiva ser un aporte real y permanente al bienestar de las comunidades y los clientes, implementando alianzas virtuosas, desarrollando productos que son marcas propias cada vez más sustentables y accesibles a nuestros clientes, así como mejorando constantemente nuestro desempeño socio-ambiental en la cadena de valor de nuestra compañía. (El detalle de los grupos de interés prioritarios para nuestra compañía y nuestras adhesiones y membresías se encuentra al final de este capítulo).

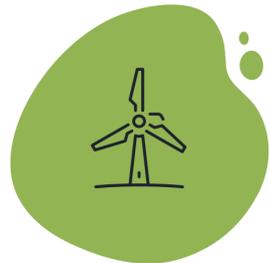
5.

Valor Compartido y Sustentabilidad

5. Valor Compartido y Sustentabilidad

Nuestra Política de Sustentabilidad se estructura sobre la base de cuatro pilares:

Pilares Política de Sustentabilidad Walmart Chile



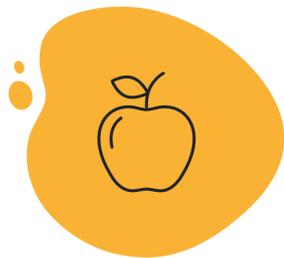
Energías Renovables

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



Cero Residuos

Trabajamos para disminuir la generación de residuos y para que los residuos que no logremos evitar tengan una alternativa de reutilización, reciclaje o revalorización, con el fin de impedir que vayan a disposición final.



Productos más Sustentables, Saludables y Accesibles

Buscamos permanentemente, tanto en nuestras marcas propias como con nuestros proveedores, la forma de desarrollar productos cada vez más sustentables, saludables y accesibles para nuestros clientes.



Trabajamos con y para las Personas

Estamos conscientes que nuestros objetivos se harán realidad si los desarrollamos con y para las personas. Es por ello que mantenemos un diálogo constante con toda nuestra cadena de valor y reportamos públicamente nuestro cumplimiento, desempeño y progreso en sustentabilidad.

Asimismo, involucramos a nuestros proveedores y capacitamos a nuestros colaboradores fomentando su compromiso con el desarrollo sustentable del negocio.

Relacionamiento Comunitario

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 413-1



Como compañía queremos construir relaciones de confianza duraderas con nuestros clientes y comunidades. Nuestras tiendas están en el corazón de las comunidades a las que servimos, por lo que hemos implementado nuestra Política de Buen Vecino en el diseño, construcción y operación de nuestros supermercados.

Nuestra Política tiene como propósito direccionar el respeto hacia las comunidades donde estamos presente, a través de los supermercados Lider, Express de LIDER, SuperBodega aCuenta y Central Mayorista.

Nuestra Política tiene 8 principios que inspiran y reflejan el compromiso de Walmart Chile con la comunidad.

Política del Buen Vecino Walmart Chile - Principios

1
Somos la cara visible de la Compañía.

4
Cumplimos los acuerdos y cuidamos la confianza construida.

7
Hacemos extensible nuestra Política de Buen Vecino a nuestros proveedores y socios estratégicos.

8
Estamos conscientes de las posibles implicancias que todo proyecto tiene con y hacia la comunidad.

2
Incorporamos la variable Comunidad en nuestros procesos.

5
Siempre atendemos las inquietudes de nuestros vecinos.

3
Nos preocupa el bienestar de nuestros vecinos.

6
Actuamos en conformidad con la Política y Procedimiento de Anticorrupción.



Junto con lo anterior, hemos desarrollado las siguientes prioridades estratégicas:



A. Pilares Valor Compartido y Comunidades

- i. Población vulnerable: adulto mayor, personas en situación de calle y en campamento.
- ii. Desarrollo comunitario/apresto laboral.
- iii. Apoyo en situaciones de emergencia a autoridades locales, organizaciones vecinales y organizaciones sociales sin fines de lucro.
- iv. Hambre / malnutrición y reducción de desperdicios de alimentos.
- v. Empoderamiento económico femenino.
- vi. Potenciar Pequeñas y Medianas Empresas.
- vii. Diversidad e Inclusión: personas en situación de discapacidad, género e inmigrantes.
- viii. Proyecto emblemático. Planes de aperturas y de reconstrucción.



B. Pilares de Sustentabilidad

- i. Operar con Energías Renovables.
- ii. Reducción sostenida de emisiones de Gases de Efecto Invernadero.
- iii. Desarrollar productos Marcas Propias más sustentables.
- iv. Cero Residuos a relleno sanitario.

5. Valor Compartido y Sustentabilidad

Donaciones

En Walmart Chile realizamos donaciones bajo los procedimientos internacionales de donación y de anticorrupción de nuestra matriz. En 2018 las donaciones realizadas, ya sean monetarias como en especies, totalizaron un monto de MM\$ 1.407 y en 2019 la cifra correspondió a MM\$ 834.



Los tipos de donaciones que realizamos son:

Donaciones de Emergencias

Las donaciones de emergencia se entregan bajo situaciones de catástrofe reconocidas que afecten a gran parte de la población de un país, región o comunidad, por ejemplo: código azul, terremotos, aluviones, tsunamis, incendios, entre otros, y para ir en ayuda de ONG's, entidades gubernamentales y municipales, víctimas, voluntarios y socorristas, con mercadería de primera necesidad, como alimentos, productos de aseo e higiene personal y suministros de primeros auxilios.

Durante 2018 se realizaron tres donaciones de emergencia entre julio y agosto, bajo la iniciativa Código Azul del Ministerio de Desarrollo Social y Familia, implementada ese mismo año. Tiene como objetivo ir en ayuda cuando las condiciones climáticas extremas pongan en riesgo a quienes viven en situación de calle. Esto se concreta a través de la colaboración público- privada entre las Regiones de Valparaíso y la Araucanía.

Las donaciones consistieron en alimentos que fueron distribuidos a personas en situación de calle y voluntarios de la campaña, totalizando un aporte de MM\$ 3,7, que se tradujo en más de 1.500 colaciones.

En 2019, se realizaron 47 donaciones de emergencia por motivos de código azul, incendios y estallido social, en comunidades aledañas a nuestros supermercados, con un aporte avaluado en MM\$ 44,2.



Donaciones en Especies

Corporativas: Son donaciones de productos alimenticios no comercializables, pero aptos para el consumo humano, y muestras comerciales, entregadas sólo a ONG's (tales como fundaciones sin fines de lucro, bomberos, entre otros).

Para estos aportes utilizamos la plataforma de donaciones conocida como Global Donation Management System, previa aprobación de las áreas de Asuntos Corporativos y Anticorrupción. Estas donaciones pueden ser entregadas desde los Centros de Distribución Walmart Chile Alimentos y Servicios (WAsS) y Oficinas de Soporte.

A nivel de Tiendas: Donaciones de productos alimenticios no comercializables, pero aptos para el consumo humano, a ONG's previamente aprobadas por Asuntos Corporativos y Anticorrupción. Actualmente, canalizamos esta donación desde 25 tiendas Lider y Express de Lider a la Corporación Red de Alimentos, que cuenta con más de 300 organizaciones sociales vulnerables beneficiarias.





Donaciones de Espacios

Préstamo de espacio gratuito (comodato) en tienda o fuera de ella y otras unidades de negocio. Pueden ser entregados a ONG's, para atención ciudadana o entidades gubernamentales (municipalidades). Toda donación de espacio debe ser pre-aprobada por Asuntos Corporativos y por el equipo de Anticorrupción.

Donaciones Monetarias

Se realizan sólo para ONG's aprobadas por Asuntos Corporativos y Anticorrupción, a través de la plataforma GDMS antes mencionada (Global Donation Management System) y bajo el Procedimiento Internacional de Donación.

Otros Aportes

Se trata de un gesto de cortesía a los funcionarios públicos (carabineros, fuerzas especiales, entre otros) que visiten nuestras instalaciones en cumplimiento de sus labores, tales como resguardar la integridad y seguridad de la zona durante Estado de Emergencia. Se puede entregar un snack liviano y una bebida no alcohólica proveniente del casino del supermercado, Centro de Distribución o WAYS.



Durante 2018, donamos un total de **72.183 kg de alimentos**, beneficiando a **71.000 personas** y, durante 2019, donamos un total de **133.786 kg de alimentos**, ayudando a **132.000 beneficiarios**.

Donaciones Prohibidas

- Donaciones en efectivo o moneda física (como billetes).
- Donaciones en tarjeta de regalo.
- Donaciones de bebidas alcohólicas o productos de tabaco.
- Donaciones a personas naturales, a excepción del contexto de una donación de emergencia siguiendo el procedimiento de donación (víctimas y socorristas).
- Donaciones monetarias (cheque, transferencia, vale vista, etc.) a entidades gubernamentales.
- Donaciones prohibidas por la ley chilena.
- Donaciones con fines políticos.

Empoderamiento Económico de las Mujeres

Contamos con una Política de Empoderamiento Económico de las Mujeres que se enmarca en una iniciativa global lanzada el año 2011 por Wal-mart Stores Inc., cuyo objetivo es empoderar económicamente a las mujeres, dada su gran relevancia como agentes de cambio en la sociedad y en su desarrollo futuro.

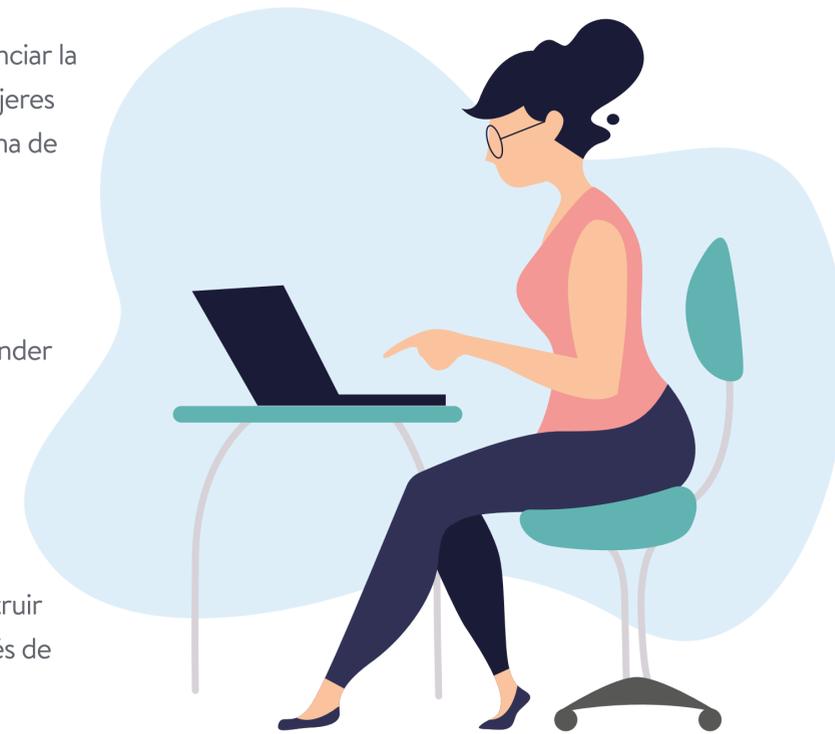
Nos hemos comprometido a trabajar y contribuir a un cambio sustancial en tres áreas claves: cadena de aprovisionamiento, formación y capacitación, diversidad e inclusión. En el marco de estos pilares, uno de los grupos objetivos con el que hemos trabajado son las WOBs (Women Owned Business) que integran nuestra cadena de aprovisionamiento, de tal forma de potenciar su desarrollo y generar nuevas oportunidades de crecimiento para sus negocios. Se entiende por WOBs aquellos negocios con los cuales nos relacionamos donde una o más mujeres son dueñas del 51% o más, y cuya Gerencia, o Dirección General, es ocupada por una o más mujeres.

Así, en Walmart Chile hemos definido una estrategia que considera tres ejes centrales:



Estos direccionadores operan bajo los siguientes compromisos y principios generales:

- 1 Queremos potenciar la presencia de mujeres en nuestra cadena de abastecimiento.
- 2 Buscamos construir relaciones de largo plazo con nuestras proveedoras.
- 3 Nos interesa atender sus inquietudes.
- 4 Respetamos y valoramos los acuerdos que alcanzamos con ellas.
- 5 Deseamos construir confianza a través de reglas claras.
- 6 Nos motiva desarrollar mujeres proveedoras para realizar negocios.



Esta iniciativa busca ofrecer a las mujeres emprendedoras oportunidades de capacitación y redes de contacto que les permitan mejorar el desempeño económico de sus empresas y hacer realidad su empoderamiento económico y el desarrollo de sus familias y su entorno.

Durante 2018, realizamos una evaluación del programa EEF (Empoderamiento Económico Femenino) a fin de co-diseñar una nueva estrategia en 2019, que nace por la necesidad de Walmart Chile de instalar de forma más efectiva el programa de EEF de la Mujer en la compañía, teniendo en cuenta que es una materia de agenda país y que nuestras clientas mujeres son clave y están en el centro de nuestras decisiones. Para ello, se estableció un comité con la primera línea gerencial y colaboradores clave de las áreas Comercial, Recursos Humanos y Asuntos Corporativos. Esta evaluación contó con la asesoría de “Mujeres Empresarias” y resultó en el rediseño del programa, en el que se consideraron las expectativas de los proveedores frente a un programa de empoderamiento y las expectativas de Walmart Chile, para así redefinir los alcances, objetivos y las métricas para medir el éxito y evolución en el mediano y largo plazo.

Caso de éxito “Frozen Valley”

Como muestra del impacto que tienen las iniciativas que desarrollamos al alero de nuestra Política de Empoderamiento Económico de las Mujeres, destacamos el siguiente testimonio:

“Nos acercamos a Walmart buscando una oportunidad para nuestra empresa. Empezamos el año 2016 con un proyecto de base de torta congelada, pero en esa ocasión no tuve el desempeño esperado en góndolas y nos desafiamos a presentar un nuevo proyecto de producto terminado en conjunto con Walmart, lo que permitió revertir los resultados del proyecto anterior. Esto nos llevó a recibir el Premio de Mejor Proveedor PyME el año 2017. Gracias a este apoyo de Walmart, incluimos nuevos productos y actualmente tenemos siete tipos de torta a la venta, lo cual ha permitido un crecimiento de un 400% de nuestra empresa. Gracias a esto, fuimos elegidos como PyME Caso de Éxito 2018 por Sercotec y recibimos la visita del Presidente de la República y los Ministros de Hacienda y Economía”.

María José Núñez, propietaria de Frozen Valley.



Programa “Mujeres para Chile”

Con el sello del empoderamiento femenino, desarrollamos esta iniciativa enfocada en PYMEs lideradas por mujeres, entre marzo y diciembre de 2019, con los siguientes objetivos:

- Tener el **mejor programa** de empoderamiento económico femenino de proveedoras de Chile.
- Aumentar el **porcentaje de empresas proveedoras** de Walmart Chile lideradas por mujeres.
- **Sensibilizar y comprometer** a las áreas de compra/comercial con los objetivos del programa.
- **Potenciar a las futuras** empresas proveedoras en temas de gestión financiera, operativa y comercial, para que escalen a su máximo potencial.
- Entregar **herramientas de gestión estratégica** a las futuras empresas proveedoras de Walmart Chile, para que las administren de manera autosustentable, en el corto, mediano y largo plazo.
- Alcanzar los **indicadores de crecimiento** de las empresas proveedoras establecidos previamente y realizar **seguimiento anual** de la implementación del programa para generar retroalimentación y mejoras, tanto en la metodología utilizada como en las políticas internas de la compañía.
- **Instalar el programa** en todas las áreas de la compañía.



Los principales logros del programa son:

- ✔ Se recibieron más de 200 postulaciones para una Rueda de Negocios, de las cuales se seleccionaron 66 emprendedoras para presentar sus productos comerciales a los compradores de los diferentes departamentos de Walmart Chile.
- ✔ El equipo comercial de la compañía evaluó y seleccionó a 19 proveedoras que participaron en la Rueda de Negocios para formar parte del programa de capacitación, mentoría y directorio por seis meses, que les entregó herramientas de gestión estratégica, financiera y comercial para proyectar su negocio.
- ✔ Se realizaron 12 sesiones de talleres teórico-prácticos totalizando 108 horas de capacitación, con diferentes temáticas tales como:
 - Análisis interno del negocio y producto.
 - Gestión de costos y utilidades.
 - Análisis externo para conocer clientes, proveedores y competencia.
 - Planificación, establecimiento de objetivos estratégicos.
 - Estrategia comercial y modelo de negocio y
 - Charlas de colaboradores de Walmart Chile, específicas de nuestro negocio: metas, categorías, cartera total, evaluaciones, calidad de producto, estrategia comunicacional, entre otros.

- ✔ Se realizaron 3 directorios y mentorías a cada proveedora.
- ✔ Se entregó feedback a proveedoras: Networking para que potencien sus redes, visión global de su negocio y de los retailers en Chile.
- ✔ Participación de nuestros colaboradores del área de Compras como mentores del programa.
- ✔ Participación de ejecutivos de Walmart Chile en Directorios de las empresas proveedoras que participan del programa.
- ✔ Actualmente, tenemos 14 proveedoras incorporadas a nuestra compañía bajo esta iniciativa y activamente vendiendo sus productos en las góndolas de nuestros supermercados.



Actividades con la Comunidad

Los supermercados son hoy parte del espacio público de las ciudades, por lo tanto, se hace cada vez más importante nuestra misión de ser un vecino activo en las comunas donde estamos presente, generando bienestar, calidad de vida, oportunidades de desarrollo local y emprendimiento. Algunas actividades que llevamos a cabo con la comunidad y que destacamos son:

Ejecución y Entrega de recursos a Fondo Concursable "A 5 km del Peñón"

Durante 2018 y 2019, Walmart Chile lanzó el fondo concursable para apoyar con financiamiento a proyectos de organizaciones sin fines de lucro, ya sean ONGs, juntas vecinales, clubes deportivos, centros de padres o fundaciones, ubicados a 5 km del CD El Peñón, en la comuna de San Bernardo. Postularon 185 proyectos y quedaron seleccionadas iniciativas de 43 organizaciones. El monto de inversión ascendió a 150 millones de pesos, para la implementación de proyectos tales como la mejora en infraestructura, compra de insumos, compra de instrumentos musicales, equipos de protección personal contra incendios, equipamiento deportivo, entre otros.

Open House Laboratorio

Esta actividad se realizó en 2019 y fue destinada a 300 mujeres de la comuna de San Bernardo, con la finalidad de mostrar el trabajo que realiza Laboratorio en temáticas como programación y uso de herramientas digitales y para que las interesadas pudieran inscribirse en los cursos impartidos por esta institución.

Capacitación de ANSPAC

Benefició en 2019 a 14 mujeres de San Bernardo, entregándoles herramientas básicas de negocios en 14 sesiones. Las sesiones estuvieron enfocadas en cómo valorar su trabajo, determinar costos e identificar a potenciales clientes, entre otros ámbitos que resultan vitales para apoyar el desarrollo de sus emprendimientos. Además, las egresadas de "ANSPAC Emprende" pudieron optar a una mentoría de tres meses, donde recibieron apoyo personalizado en aquellas áreas prioritarias a reforzar.



Fondo Concursable "A 5 km del Peñón"



5. Valor Compartido y Sustentabilidad

Taller Pick Up

Taller realizado en 2019 y destinado a 15 dirigentes vecinales y vecinos de Lider Concón para capacitarlos en el uso de las herramientas digitales que Walmart Chile tiene a disposición de sus clientes, tales como lider.cl, Lider App y Pick Up.

Charlas laborales en Centro de Distribución El Peñón

En conjunto con CD EL Peñón, se dictó una charla laboral a 75 vecinos del sector Lomas de Mirasur, en 2019. El objetivo fue facilitar una posibilidad efectiva de trabajar en nuestro centro logístico.

Del total de personas postulantes a los cargos vacantes, 22 pasaron los procesos de reclutamiento y pudieron trabajar en nuestro CD.

Espacios Solidarios

En conjunto con el Ministerio de la Mujer, firmamos un convenio para la utilización de espacios solidarios en locales de nuestra compañía, a través del programa “Mujer Emprende” del Servicio Nacional de la Mujer y Equidad de Género, que es consistente con nuestros ejes de trabajo, pues busca fomentar los negocios de las mujeres para fortalecer su autonomía económica.

De esta manera, en 2019, se realizaron 32 ferias Mujer Emprende a nivel nacional, abarcando 11 regiones del país y beneficiando a 409 emprendedoras, quienes comercializaron productos del área artesanal, agro-elaborados, textil y alimentos procesados, entre otros.

Cabe destacar que la vacancia de algunos locales permitió generar un nuevo convenio de comodato con el Ministerio de la Mujer en los locales SuperBodega aCuenta de Rengo y San Fernando, instaurándose como espacios permanentes de microemprendimiento a inicios de 2020.



Walmart en Tu Barrio

El objetivo de esta iniciativa es informar y/o anticipar a los vecinos y organizaciones de un determinado sector sobre nuevas obras de construcción relacionadas con nuestro negocio y dar a entender los beneficios de las remodelaciones de nuestra infraestructura. Como reflejo de la transparencia y el respeto hacia las comunidades, queremos convertir a los dirigentes locales en aliados para que los vecinos estén oportunamente informados sobre los alcances de cada proyecto.

Este proceso conlleva la coordinación inicial, a cargo del Jefe de Proyecto, donde se obtienen los detalles de las remodelaciones. Luego, generamos un acercamiento con organizaciones sociales y juntas de vecinos aledañas al sector para planificar una reunión con ellos. Finalmente, desarrollamos un evento a menor escala con los vecinos (que denominamos “activación”), para que conozcan detalles del local que está en remodelación.

Durante, 2019 realizamos siete activaciones en los siguientes locales: Express Huechuraba, SuperBodega aCuenta Buin, Lider Punta Arenas, Express Valparaíso, Lider Puerto Montt, Lider Arica y Lider Osorno. Se coordinaron las siguientes actividades con clientes: títeres, música en vivo, show de dobles, grupo folclórico vecinas o agrupación de baile local, sesión de zumba y baile entretenido.

Gestión Ambiental

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 102-11, 302-1, 302-3, 305-1, 305-2 y 306-2

Contribución a los ODS



7. Energía asequible y no contaminante



9. Industria, Innovación e Infraestructura



11. Ciudades y comunidades sostenibles



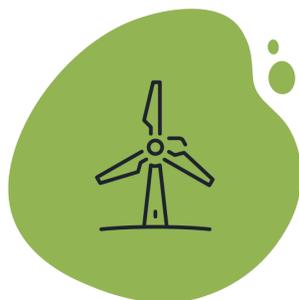
12. Producción y consumo responsables



13. Acción por el Clima



Nuestra Política de Sustentabilidad es el marco de gestión para los compromisos ambientales de la compañía. Esta directriz posee tres pilares en dicho ámbito, a partir de los cuales se ejecutan las acciones en el cumplimiento de las metas que hemos establecido:



Energía



Cero Residuos



Productos más Sustentables

Estas metas poseen un seguimiento trimestral y se consolidan a nivel nacional y global, tal como detallamos a continuación:

Metas Ambientales Walmart Chile						
Pilar	Indicador	Métrica	Meta	Año Meta	2018	2019
Energía	Reducir la intensidad energética en comparación con la línea base del año 2010.	kWh/sqft*	-15%	2020	-27,66%	-29,85%
	Uso de energías renovables con línea base el 2010.	GWh/año	223	2020	223	223
Cero Residuos	Desvío de residuos a relleno sanitario	t/año	Reducir al máximo los residuos a relleno sanitario.	No posee meta específica para Chile	42,2%	42,3%
Cero Residuos / Productos más Sustentables	Materiales de empaque de Marcas Propias 100% reciclables.	% de Reciclabilidad de los materiales de empaque de Marcas Propias	100%	2025	65,8%	70,3%
Productos más Sustentables	Productos de pulpa y papel de Marcas Propias de proveedores certificados bajo Bosques Manejados Sustentablemente.	% Productos de Pulpa y Papel de Marcas Propias	100%	2025	100%	94%
	Índice de Reciclabilidad de los Productos de Marcas Propias		Lograr el máximo factible de reciclabilidad		100%	100%
	Productos de Marcas Propias elaborados con aceite de palma que sean de proveedores certificados bajo Bosques Manejados Sustentablemente.	% de productos elaborados con aceite de palma certificado.	100%	2025	100%	88%
	Trazabilidad de productos y proveedores de pescadería de Marcas Propias y proveedores comerciales en la plataforma Sistema Metrics de SFP (Sustainable Fisheries Partnership), que tiene como propósito mantener una trazabilidad de los productos del mar que son comercializados, así como integrar criterios de sostenibilidad biológica y socioeconómica al momento de abastecernos de estos productos.		Maximizar la cantidad de proveedores con información actualizada en la plataforma.			

*Sqft: Pie cuadrado

Consumo y eficiencia energética

Este aspecto material para nuestra compañía se gestiona mediante el seguimiento mensual de los consumos de nuestras operaciones, la implementación de buenas prácticas de manejo, el desarrollo de proyectos de inversión en eficiencia energética y el establecimiento de metas anuales de cumplimiento.

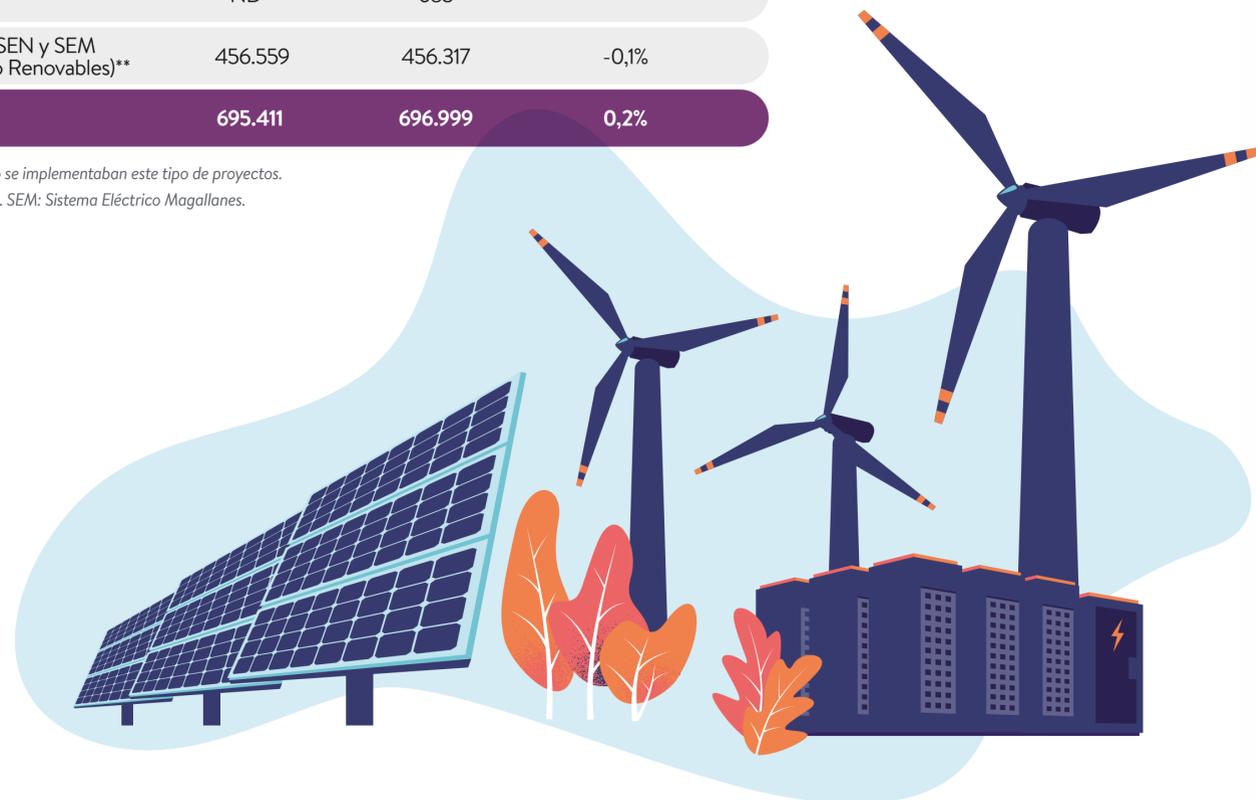
El consumo de energía de nuestras operaciones está asociado principalmente a las necesidades de climatización, refrigeración, iluminación, bombeo de agua, generadores de respaldo, hornos y otros equipos. Durante 2018 y 2019, consumimos 695.411 MWh y 696.999 MWh, respectivamente.

Indicador GRI: 302-1

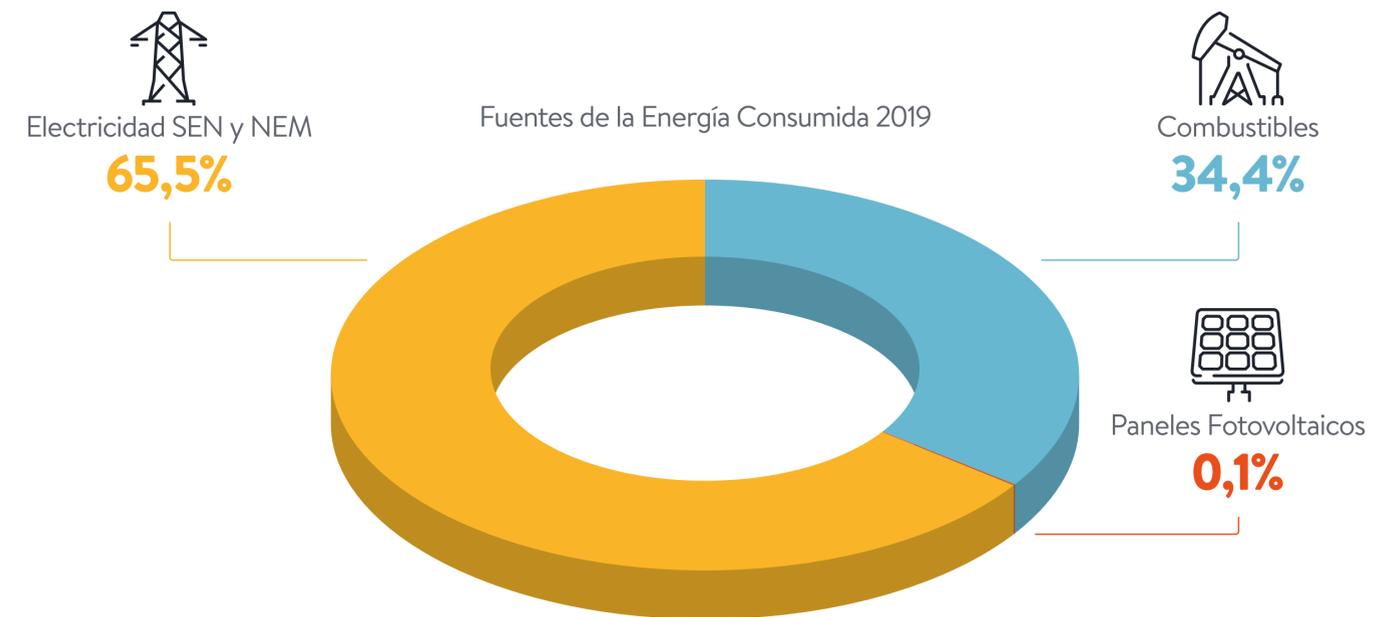
Consumo de Energía

Tipo de Energía	2018	2019	Variación
	MWh	MWh	%
Consumo de Combustibles de Fuentes No Renovables	238.852	239.999	0,5%
Electricidad Autogenerada Paneles Fotovoltaicos	ND*	683	-
Consumo de Electricidad SEN y SEM (Energías Renovables y No Renovables)**	456.559	456.317	-0,1%
Total	695.411	696.999	0,2%

*ND: No disponible, porque aún no se implementaban este tipo de proyectos.
 SEN**: Sistema Eléctrico Nacional. SEM: Sistema Eléctrico Magallanes.



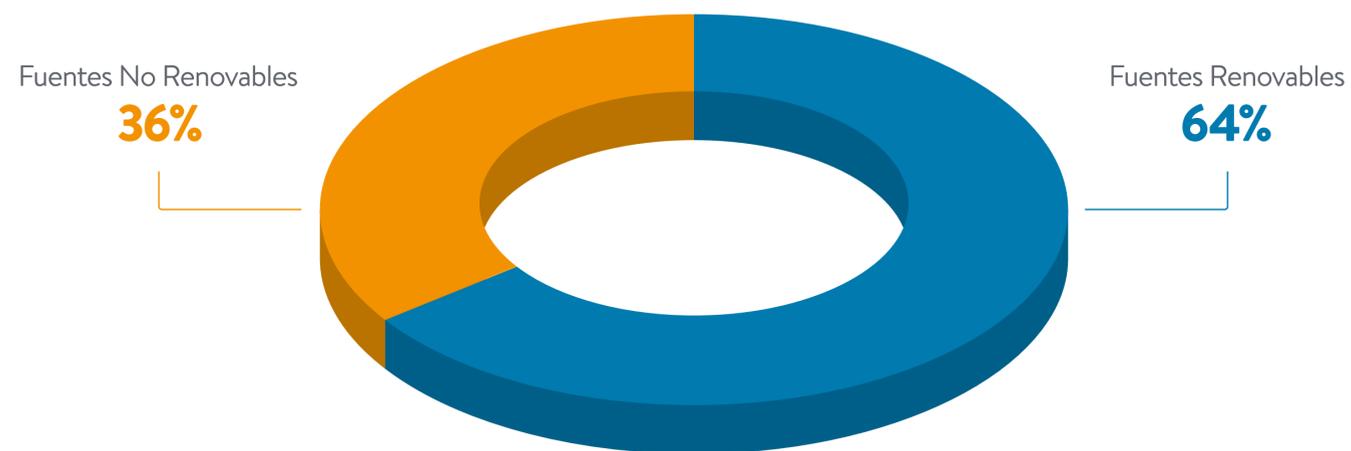
Durante el año 2019, un 65,5% de la energía consumida provino del Sistema Eléctrico (Sistema Eléctrico Nacional y Magallanes) y un 34,4% de combustibles fósiles (Diésel, Gas Natural y Gas Licuado de Petróleo). El 0,10% provino de fuentes fotovoltaicas.



En materia de uso de energías renovables **buscamos abastecernos de electricidad con atributos verdes**, mediante la compra como cliente libre o la autogeneración de energía renovable. Durante 2019, operamos con un 64% de la electricidad de fuentes de energías renovables. En forma adicional y como medida de transparencia y verificación, Colbún S.A. certificó que 223 GWh de la electricidad suministrada a Walmart Chile proviene de fuentes renovables, evitando la generación de emisiones de gases que causan el cambio climático.

Esto equivale a certificar con atributos verdes - en promedio - el 85% del total de la energía renovable que será suministrada entre 2018 y 2021 a nuestra compañía, lo que se traduce en dejar de emitir cerca de 132 mil toneladas de CO₂ o retirar de circulación unos 33 mil vehículos anuales, en el período que abarca el acuerdo. Como señalamos, además contamos con energía generada por paneles fotovoltaicos en 9 locales, que el año 2019 aportaron 0,683 GWh.

Procedencia de la Electricidad - Fuentes Renovables y No Renovables 2019 (%)



*Fuentes Renovables: considera lo suministrado vía contratos de electricidad de Energías Renovables y autogeneración 2019.

La intensidad energética considera el consumo de electricidad y combustibles de nuestras unidades de negocio. Durante 2019 la intensidad energética alcanzada fue levemente superior en relación con 2018. Cabe destacar que ese año se logró una disminución de un 27,53% respecto de la línea base de 2010, superando en más de 12 % la meta planteada para el 2020.

Indicador GRI: 302-3

Intensidad Energética

Unidad / Métrica	2018	2019	Variación %
	(kWh /sqft)	(kWh /sqft)	

Intensidad Energética	29,54	28,65	-3%
-----------------------	-------	-------	-----

Sqft: Pie cuadrado

Proyectos Destacados

BAS (Building Administration System)



Estamos implementado este nuevo sistema que permite gestionar en forma remota aspectos tales como: eficiencia energética, temperaturas de equipos de refrigeración, mantenimiento de equipos, entre otros. Durante 2019, el sistema de administración de edificios se implementó en 65 locales Lider y la meta es lograr un 2% de ahorro anual comparado.

Iluminación LED más eficiente



Implica la reducción de la potencia eléctrica en iluminación, instalando equipos más eficientes. Se implementó en Lider, Express, SBA y Mayorista. La reducción de consumos de energía en las salas de venta ha sido la siguiente: Lider y Express en un 25%; SBA un 45% y Mayorista en un 45%.

Sistema bombas agua potable con variador de frecuencia



El sistema actual de presurización de agua potable de las operaciones incluye bombas centrífugas además de un estanque hidroneumático para regular la presión del sistema, con el alto consumo de energía asociado. Por ello, reemplazamos el sistema del estanque hidroneumático, incorporando un variador de frecuencia que regula la presión, con un uso más eficiente de energía en las bombas. Así, logramos un ahorro de 30% en comparación con el sistema anterior. Implementamos esta innovación en los formatos Lider, Express, SBA y Mayorista.

Medición de Emisiones

Anualmente medimos nuestras emisiones de Gases Efecto Invernadero (GEI) para alcances 1 y 2, cálculo que es auditado internacionalmente por la matriz global e implementamos diferentes iniciativas para la gestión eficiente de energía y la adopción de energías renovables.

Durante el año 2019, las emisiones de Alcance 1 y 2 fueron 357.531 t CO₂e, 19% superiores respecto de 2018.

Indicadores GRI: 305-1, 305-2

Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) Walmart Chile

	2017	2018	2019	Variación anual %
	(t CO ₂ e)	(t CO ₂ e)	(t CO ₂ e)	
Alcance 1*	204.381	193.740	258.093	33%
Alcance 2 **	174.642	107.321	99.438	-7%
Total	379.023	301.061	357.531	19%

*Emisiones directas Alcance 1: son aquellas emisiones de gases de efecto invernadero que provienen de fuentes que son propiedad o controladas por la empresa, por ejemplo, consumo de combustibles fósiles en fuentes fijas y/o móviles, fugas no intencionadas de los equipos de climatización, entre otras.

**Emisiones indirectas por consumo y distribución de energía, Alcance 2: corresponden a las emisiones de gases de efecto invernadero asociadas al consumo de electricidad.



Avances en Gestión de Residuos

Indicador GRI: 306-2

“Cero Residuos a disposición final” es otro compromiso ambiental de largo plazo para la compañía. Contamos con un programa de gestión de residuos en nuestras unidades operativas -supermercados, centros de distribución y plantas productivas- que tiene como objetivo disminuir sostenidamente el envío de residuos a relleno sanitario, privilegiando medidas como reducción, reciclaje y revalorización, además de donaciones.

Anualmente, hacemos seguimiento de la tasa de desviación de residuos, que indica el porcentaje de residuos que no son enviados a relleno sanitario, incentivando la economía circular.

Total Desviación de Residuos (%)

	2018	2019
Tasa de Desviación de Residuos	42,17%	42,33%

Dos plantas productivas de alimentos de Walmart Chile forman parte del Acuerdo de Producción Limpia Cero Residuos (APL) del Ministerio de Medio Ambiente, desde sus inicios en 2017. El APL es articulado por ACCIÓN Empresas, como representante de las compañías comprometidas, y por la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático, como contraparte desde el sector público. Nuestras plantas destacan por los siguientes avances en la desviación de residuos a relleno sanitario desde 2018, ya sea valorizándolos o reciclándolos:

Desviación de Residuos en Plantas (%)

Planta productiva	2018	2019
Planta 2, Quilicura (masas)	61,8%	74%
Planta 5, Paine (carnes)	48,5%	61%



En los años 2018 y 2019, generamos 153,5 t/año y 186,5 t/año de residuos peligrosos, respectivamente. El detalle de sus métodos de manejo es el siguiente:

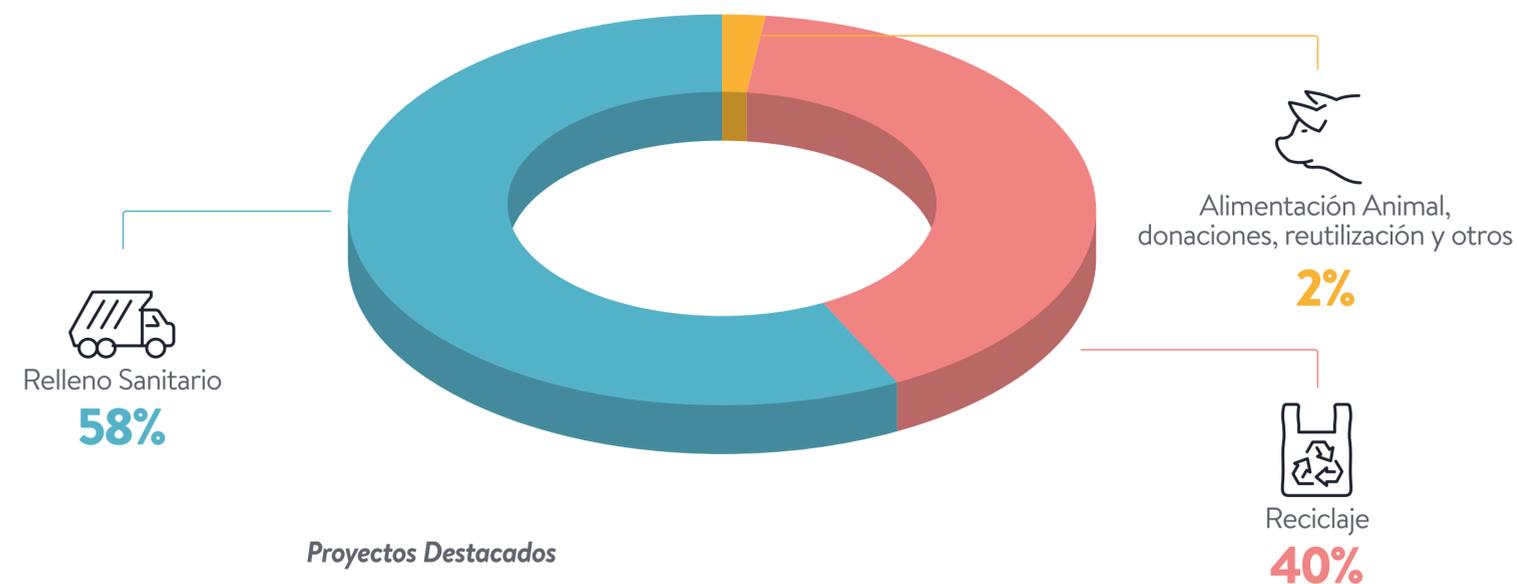
Gestión de Residuos Peligrosos			
Destino / Método de Manejo	2018 (kg)	2019 (kg)	Variación anual %
Reciclaje	9.411	839	-91%
Incineración con recuperación de energía	20.415	12.978	-36%
Reutilización	-	89.650	-
Relleno sanitario	123.694	83.091	-33%
Total de Residuos	153.520	186.558	22%

En 2018 y 2019, generamos 125.898 t/año y 130.602 t/año de residuos no peligrosos, respectivamente.

Gestión de Residuos No Peligrosos			
Destino / Método de Manejo	2018 (kg)	2019 (kg)	Variación anual %
Donaciones para consumo	72.183	159.309	121%
Reciclaje	53.073.233	52.020.042	-2%
Alimentación para Animales	S/I	3.090.689	-
Digestión Anaeróbica	S/I	1.847	-
Relleno sanitario	72.752.697	75.330.368	4%
Total de Residuos	125.898.113	130.602.255	4%

Para el año 2019, un 58% de los residuos no peligrosos se dispuso en forma segura en rellenos sanitarios y el 42% se recicló o revalorizó.

Distribución del Destino de los Residuos No Peligrosos 2019 (%)



Proyectos Destacados

APL Cero Residuos

Nos unimos al Acuerdo de Producción Limpia de Cero Residuos, iniciativa del Ministerio del Medio Ambiente, organizada por ACCIÓN Empresas, con el objetivo de que en nuestras plantas productivas se reduzca al mínimo la disposición de residuos a rellenos sanitarios y vertederos, mediante planes de minimización, reutilización, recuperación, reciclaje y valorización energética.

Programa de Puntos Limpios para la Comunidad

Pusimos a disposición de la comunidad dos puntos limpios adicionales a los existentes (en supermercados y colegios), facilitando el reciclaje de residuos domiciliarios. En 2018 y 2019 se recibieron y reciclaron 1.980,6 y 1.960,2 toneladas, respectivamente, e históricamente, desde noviembre de 2013 a diciembre 2019, se ha reciclado un total acumulado de 7.069,4 toneladas de materiales.



Eco-equivalencia de ahorro por funcionamiento de Puntos Limpios*

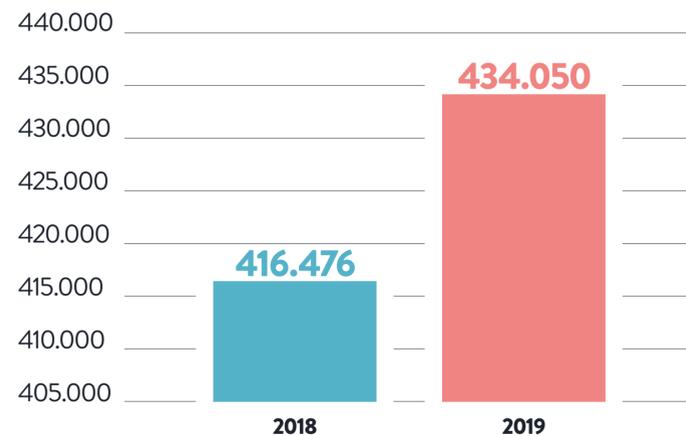
	2018	2019	Histórico Acumulado**
Árboles que no fueron talados	12.664	11.835	45.088
Horas de ampolletas de 100w encendidas	30.267.260	28.609.008	106.266.548
Autos fuera de circulación por un año	2.598	2.561	9.267
Duchas de 5 minutos	222.424	205.866	803.255

* Considera sólo los Puntos Limpios en Supermercados.

** El histórico no sólo incluye los años 2018 y 2019, sino el acumulado desde que se implementó la iniciativa.



Visitas a Puntos Limpios



*No considera las visitas a los Puntos Limpios ubicados en Quilín, cuyos datos están en vías de sistematización.

Reducción de Emisiones por Donación de Alimentos: Este programa lo trabajamos en alianza con Red de Alimentos, primer banco de alimentos de Chile, desarrollándolo desde 2010. Cabe recordar que durante 2019 donamos un total de 133.786 kg de alimentos, beneficiando a 132.000 personas, lo cual tuvo un impacto en reducción de CO₂e de 327.917 kg.



Empaque y Economía Circular

En línea con nuestros Pilares “Productos más Sustentables” y “Cero Residuos”, nos sumamos al desafío Global de Walmart para que todos los empaques de nuestras Marcas Propias sean 100% reciclables al 2025. Con este fin, iniciamos en 2018 un plan de trabajo del cual esperamos:

- Aumentar la **proporción** de envases que son reciclables localmente.
- Aumentar el **valor y calidad** de los envases reciclables (evitar materiales y componentes que interfieran con segregación y procesamiento para reciclaje).
- Apoyar la **efectividad** del reciclaje (etiquetado claro y comunicación).

En Walmart Chile iniciamos este desafío, con el primer objetivo de eliminar de los empaques de Marcas Propias (MMPP) los siguientes materiales: PVC (Cloruro de Polivinilo); PS (Poliestireno) y EPS (Poliestireno expandido, conocido como “plumavit”).

Durante 2018 desarrollamos una línea base de la materialidad de los empaques de MMPP y definimos una hoja de ruta para lograr nuestra meta de 100% reciclabilidad. A la fecha, hemos efectuado cambios de materialidad de fácil implementación, tales como: PVC por PET en blísters y bandejas de PET transparente en carnes. Cabe destacar que en 2019 se logró el 100% en el Índice de Reciclabilidad de los Productos de Marcas Propias.

Asimismo, hemos incorporado y actualizado en forma constante el etiquetado de reciclabilidad de nuestros productos de Marcas Propias, para facilitar el proceso de reciclaje de nuestros clientes. De esta manera, el 100% de nuestros empaques de MMPP poseen el etiquetado asociado al Índice de Reciclabilidad para educar a la ciudadanía, desde el año 2016.



Proyectos Destacados

“Ruta del Gancho”

El objetivo de esta campaña es transformar ganchos de vestuario y calzado de 75 supermercados de la Región Metropolitana que no irán a relleno sanitario (43 de Lider y 32 de SBA), convirtiéndolos en productos sustentables de la marca “HAUS Reciclado” que se están vendiendo en 22 locales Lider. El proyecto considera la participación de nuestros clientes, mediante la concientización y la invitación a participar dejando su gancho del producto comprado, al momento de pasar por caja. Durante 2019, logramos reciclar 9 toneladas de plástico proveniente de ganchos.



Menos Plástico + Sustentable

Bajo nuestros compromisos y objetivos para mejorar nuestro desempeño ambiental, iniciamos un plan piloto en uno de nuestros supermercados Lider de la comuna de San Bernardo, donde se redujo en un 80% el material de empaque plástico en 14 productos de frutas y verduras.

Esta iniciativa se enmarca en los planes y acciones que promovemos masivamente a través de daleotravuelta.cl, para sensibilizar y motivar a toda la comunidad en torno al cuidado del medioambiente.



Reconocimientos

- Gracias a nuestros avances en materia de gestión de residuos, obtuvimos el Sello Cero Residuos a Relleno Sanitario del Ministerio del Medio Ambiente, nivel básico, para la Planta 2 Quilicura.
- Con el objetivo de exponer nuevas soluciones para el problema de la basura, la administradora de residuos Eco – Lógica lanzó en mayo de 2019 los premios Cero Basura, con el patrocinio del Ministerio de Medio Ambiente. La premiación contó con cuatro categorías a evaluar, en las que se reconoció a proyectos finalistas y ganadores, que fueron elegidos en base a tres criterios fundamentales: Impacto en la comunidad, Recuperabilidad e Innovación y Creatividad. En la categoría Consumo Masivo, fuimos uno de los finalistas.

Contribución a los ODS



8. Trabajo decente y crecimiento económico



9. Industria, Innovación e Infraestructura



10. Reducción de las desigualdades



11. Ciudades y comunidades sostenibles



12. Producción y consumo responsables



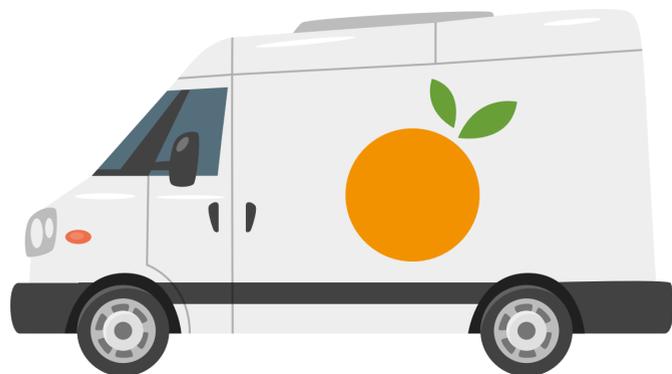
13. Acción por el Clima



Compromiso con los Proveedores

Indicadores GRI: 103-1, 103-2, 103-3, 204-1

Todo proveedor que integre nuestra cadena de comercialización de productos alimenticios debe contar con la aprobación de Food Safety, a través del área de Aseguramiento de Calidad Proveedores. Dicha autorización deberá estar avalada mediante la certificación de estándares reconocidos por GFSI (Global Food Safety Initiative) o, en su defecto, a través de auditoría bajo estándar Walmart Global Markets y según el nivel bajo el cual se haya realizado la evaluación (Básico, Intermedio o Avanzado). El proveedor es controlado mediante plan de auditoría, con una frecuencia asociada al riesgo y resultado, así como en virtud de eventos que pudieren presentarse y que ameriten nuevas auditorías y/o visitas por parte de Food Safety y/o terceros que cumplen este rol por mandato de Walmart Chile.



Cabe señalar que en Walmart Chile trabajamos con más de 5.000 proveedores nacionales. Asimismo, contamos con importantes fuentes de abastecimiento en el extranjero, a través de distintos acuerdos comerciales. Las adquisiciones de mercadería se realizan en su mayoría en un contexto de relaciones de largo plazo con los proveedores. (Ver el detalle de cifras asociadas a abastecimiento en los Anexos de este reporte).

Iniciativa Global Sourcing

Nos hemos convertido en orgullosos promotores de la exportación de empresas nacionales, a través de nuestra oficina de Global Sourcing, comercializando sus productos en supermercados de nuestras filiales en todo el mundo.

- Cada año, proveedores chilenos exportan productos como, por ejemplo, vinos, frutas, pescados y lácteos, tanto a Estados Unidos como también a otros mercados importantes a nivel mundial, entre ellos: Reino Unido, Brasil, Canadá y México.
- El año 2019 superamos los 400 millones de dólares en exportaciones.
- A través de esta iniciativa fortalecemos una relación a largo plazo con nuestros proveedores, donde todos ganan: nosotros sumamos valor, ofreciendo productos con altos estándares de calidad y ellos logran posicionar su esfuerzo en una vitrina que solo Walmart les puede entregar.

Alentando buenas prácticas

Las normas que hemos establecido en materia de proveedores aplican a todo aquel que suministre productos a Walmart Chile para la venta al público, así como también a todo agente intermediario que los represente.

Los proveedores son responsables del cumplimiento de las siguientes normas en el 100% de sus operaciones, así como a lo largo de toda la cadena de suministro de productos.





Normas para Proveedores Walmart Chile

Servicio al cliente

- Sea transparente.
- Colabore con Walmart.
- Defienda y promueva estas normas.

Respeto hacia el individuo

- No utilice mano de obra involuntaria ni infantil.
- Mantenga un proceso justo para tomar decisiones sobre el empleo.
- Cumpla todas las leyes y contratos aplicables relativos a la remuneración y horas de trabajo.
- Reconozca la libertad de asociación y la negociación colectiva.
- Brinde un entorno de trabajo seguro.

Búsqueda de la excelencia

- Conozca sus riesgos y tome medidas para combatirlos.
- Cumpla la ley.
- Cumpla la política de Walmart.

Actúe con integridad

- Sea honesto.
- Actúe íntegramente.
- Denuncie.

Al mismo tiempo, para ciertas líneas de productos, como Walmart Chile hemos definido los siguientes compromisos bajo el enfoque de sustentabilidad en materia de aprovisionamiento:

Compromisos de Abastecimiento Responsable

- Buscamos que un **100% del aceite de palma utilizado** en nuestros productos de Marcas Propias provenga de fuentes **sustentables y certificadas**.
- Como señalamos en la sección ambiental, nuestro propósito es que el **100% de los productos de pulpa y papel de nuestras Marcas Propias** estén certificados bajo Bosques Manejados Sustentablemente. **Trabajamos con SFP (Sustainable Fisheries Partnership, una organización sin fines de lucro)** para hacer el levantamiento de los productos del mar que comercializamos e instar a los proveedores a realizar **pesca más sustentable**.
- Aspiramos a ofrecer productos más sustentables cuidando de hábitats y su biodiversidad, al aumentar la demanda por productos que no generen deforestación en bosques tropicales: aceite de palma, papel y celulosa, soya y carne. Para los productos soya y carne esto se logrará por medio de incentivar a nuestros proveedores a:
 - Proteger áreas de alto valor de conservación y bosques con alto contenido de carbono.
 - No involucrar quema en la preparación de nuevas plantaciones, replantaciones o cualquier otro desarrollo, incluyendo el manejo de plantaciones existentes.
 - Evitar nuevos desarrollos en turberas independientemente de la profundidad.
 - Prohibición del cultivo de cualquier commodity que viole los derechos humanos básicos según lo definen los países de operación.
 - Fomentar las mejores prácticas de manejo agroforestal y forestal.



Cumplimiento Social de Proveedores

Indicadores GRI: 407-1, 408-1, 409-1

Como hemos señalado, las expectativas de Walmart Chile con respecto al cumplimiento de nuestras normas por parte de los proveedores se extienden a lo largo de toda la cadena de suministro. Con este propósito, además del aspecto ambiental, utilizamos programas de auditorías externas de cumplimiento social y seguridad, para evaluar el riesgo en cada fase de nuestro ciclo productivo y de comercialización.

Estas auditorías buscan monitorear, entre otros aspectos, los siguientes:

El pago adecuado a los trabajadores por la labor que cumplen; la erradicación de toda posibilidad de trabajo forzado; el cumplimiento de las leyes y normativa asociada a la edad mínima para ser contratado; que las horas laborales sean congruentes con las leyes y normas locales, que las instalaciones cumplan las leyes y reglamentos en materia de seguridad y salud ocupacional.

En cuanto al alcance y volumen de tales auditorías, todas las importaciones de productos conllevan un riesgo, por lo tanto, el 100% de los proveedores extranjeros son auditados y deben estar certificados en los estándares mínimos que hemos establecido en Walmart Chile.

Enfoque de Cumplimiento en Abastecimiento Responsable



Auditorías a Proveedores - Principales Resultados



Programa de Desarrollo de Proveedores (PDP)

El PDP de Walmart Chile se encuentra alineado al programa de Global Markets GFSI (Global Food Safety Initiative). Esta directriz estipula una etapa de diagnóstico de la cual se desprenden las principales brechas de un proveedor, con el fin de acortarlas a través de un trabajo conjunto orientado a su cierre. Además, contempla tres etapas posteriores, que derivan en un nivel básico, intermedio y avanzado.

Si bien este último nivel (avanzado) no se encuentra considerado dentro del programa de Global Markets GFSI, en Walmart Chile hemos establecido su inclusión, permitiendo a los proveedores lograr el desarrollo de sistemas maduros, reducción de riesgos a lo largo de toda la cadena y mejoras en el acceso a nuevos clientes y mercados.

Un proveedor podrá formar parte del programa de desarrollo en los casos que nuestra compañía lo defina y entienda como un aliado estratégico para el negocio. En este contexto, se consideran temas comerciales, productivos y de calidad, por mencionar los más relevantes.

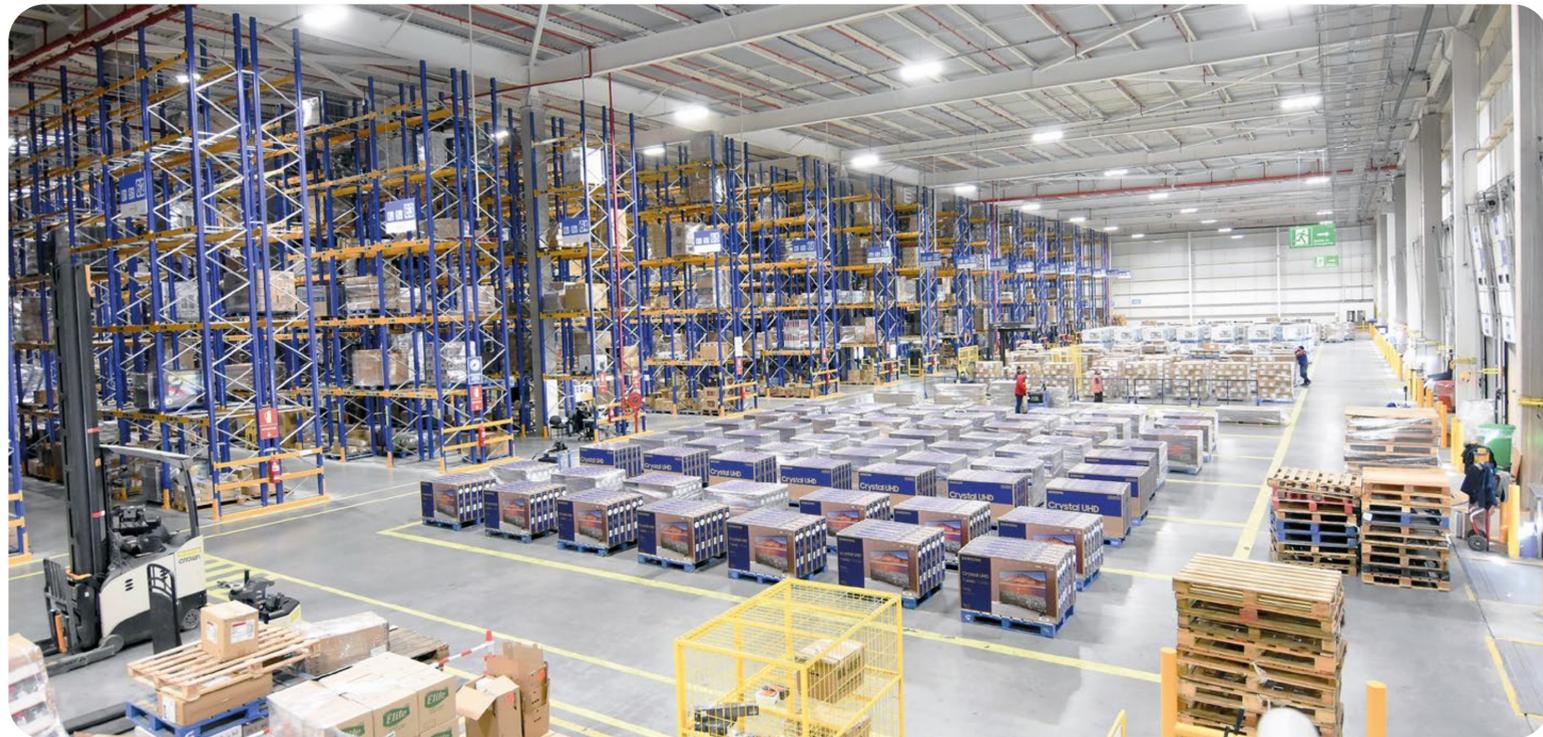
Avances en logística

Indicadores GRI: 102-9, 102-10

El área de logística es la responsable de la recepción, almacenamiento, distribución y transporte de más del 70% de los productos que se comercializan en todos los locales y formatos de nuestra compañía. En la actualidad, cuenta con ocho centros de distribución a lo largo del país.

Durante 2019 incorporamos el enfoque de innovación en la cadena de suministro, con distintos desarrollos y pilotos: realidad aumentada para picking, realidad virtual para entrenamiento de nuevos colaboradores, paneles solares en camiones de frío, digitalización y automatización de procesos operacionales.

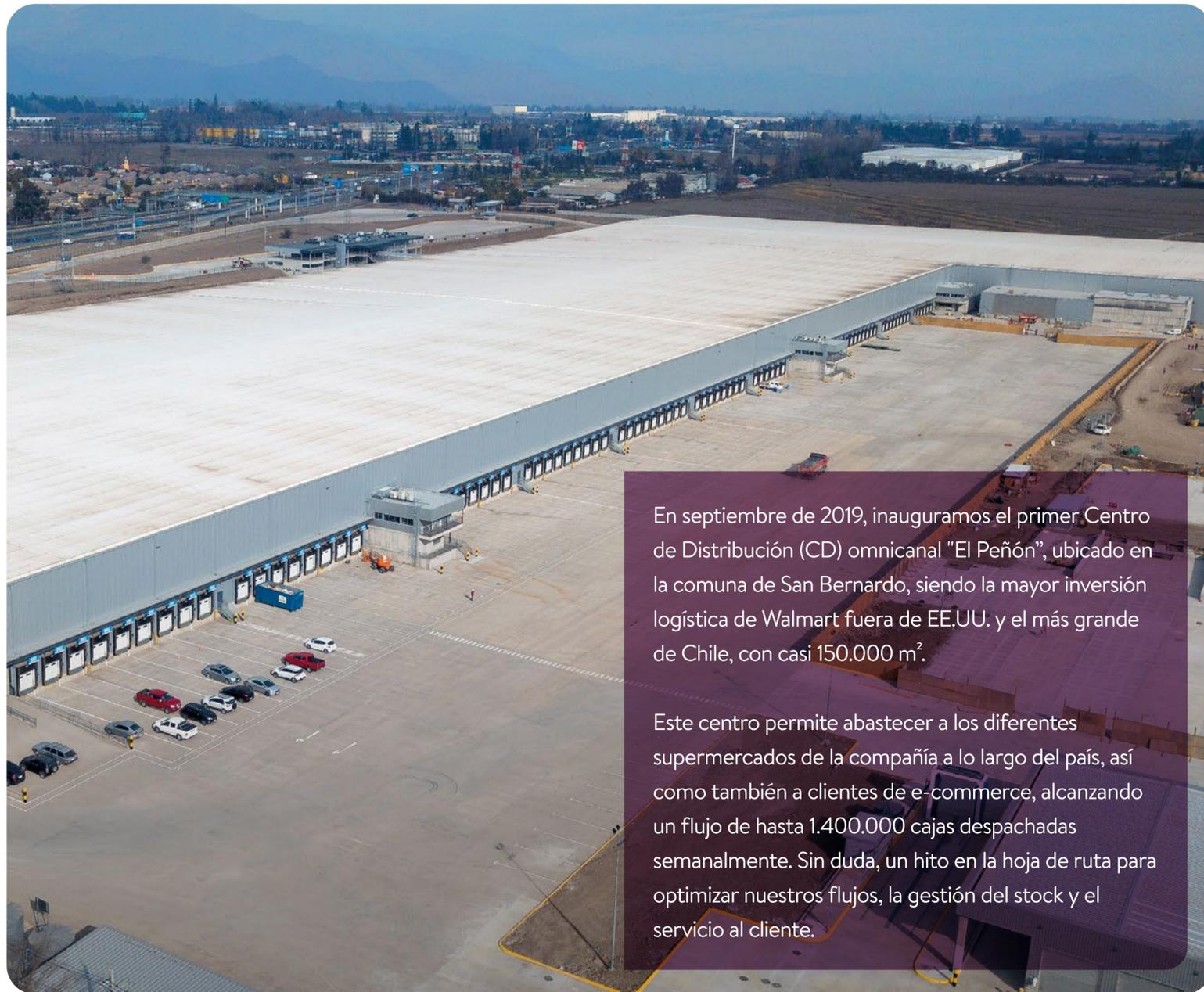
Por otra parte, dimos continuidad a los esfuerzos desplegados en 2018 por mejorar la organización interna y la consistencia en el servicio. De esta manera, aumentó la eficiencia operacional, teniendo reducciones considerables en los tiempos de entrega y volúmenes proporcionales a cada supermercado. Esto se debió, en gran parte, a la implementación del programa Planeamiento Fijo de Entrega, que permite una mayor rotación de camiones, mejores tarifas por viaje, más cajas por tráiler, disminución en el consumo de petróleo y menor impacto en el flujo vehicular en comunidades aledañas a las operaciones.



Otro eje estratégico ha sido perfeccionar los indicadores relacionados con el Trabajo Colaborativo (CPFR) que transparenta la información sobre el stock de las mercaderías disponibles en la compañía, entregándoles así parámetros clave que permitan cumplir con sus objetivos y aumentar sus ventas. Esto se realiza a través de un sistema informático, que facilita data en línea por ventas e inventario.

Desde la perspectiva del e-commerce, se consolidaron las operaciones apalancando la Red Logística y se diversificaron los servicios de última milla con propuestas como Next Day Delivery y Ventanas de Entrega AM/PM. Además, se piloteó el Site to Store y Same Day Delivery, logrando importantes aprendizajes para seguir avanzando de cara al año 2020 y mejorar la propuesta de valor a nuestros clientes.

CD El Peñón, hito mundial en logística omnicanal



En septiembre de 2019, inauguramos el primer Centro de Distribución (CD) omnicanal "El Peñón", ubicado en la comuna de San Bernardo, siendo la mayor inversión logística de Walmart fuera de EE.UU. y el más grande de Chile, con casi 150.000 m².

Este centro permite abastecer a los diferentes supermercados de la compañía a lo largo del país, así como también a clientes de e-commerce, alcanzando un flujo de hasta 1.400.000 cajas despachadas semanalmente. Sin duda, un hito en la hoja de ruta para optimizar nuestros flujos, la gestión del stock y el servicio al cliente.

Membresías Walmart Chile 2018 - 2019

Indicadores GRI: 102-12, 102-13



- Sociedad de Fomento Fabril (SOFOFA).
- Instituto Chileno de Administración Racional de Empresas (ICARE).
- Cámara Comercio de Santiago (CCS).
- Asociación de Supermercados de Chile (ASACH).
- Cámara Chileno - Norteamericana de Comercio (AMCHAM).
- Fundación ACCIÓN Empresas.
- IESE Family Responsible Employer Index, IFREI, Universidad de Los Andes.
- Pacto Global Chile.
- United Way.
- Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo (CNC).
- Empresas Conscientes (membresía vigente hasta 2018).
- Fundación Probono, Pontificia Universidad Católica de Chile (participación desde 2019).
- Red Pride Connect (desde 2019)
- Red de Empresas Inclusivas, REIN (desde 2019).
- Fundación Generación Empresarial (desde 2019).
- Alimentos y Bebidas de Chile A.G (desde 2019).

Grupos de Interés Walmart Chile /Canales de Comunicación

Indicadores GRI: 102-40, 102-42, 102-43, 102-44

A continuación, desglosamos los canales e instancias de comunicación con nuestros grupos de interés que identificamos como prioritarios, reflejando el profundo compromiso que tenemos en Walmart Chile con cada uno de ellos.

5.

Valor Compartido y Sustentabilidad

Grupos de interés	Canal de comunicación	Frecuencia	Principales materias abordadas
Autoridades Gobiernos Centrales / Locales	Audiencias bajo Ley de Lobby.	Según necesidad.	Planes vinculados con el negocio, así como también relacionamiento comunitario, sustentabilidad y cambios regulatorios del ámbito Retail.
	Contacto telefónico / Correo electrónico.	Según necesidad.	
Comunidad	Reuniones y mesas de trabajo con JJ.VV. (Juntas de Vecinos).	Periódico y según contingencias.	Programas y acciones con la comunidad. Requerimientos y denuncias.
	Programas específicos por área de influencia.	Periódico.	
	DIDECO de las Municipalidades.	Periódico y según contingencias.	
Sindicatos	Canal electrónico Relaciones.Sindicales@walmart.com.	Diario.	Procesos de negociación colectiva, consultas, resultados económicos y operacionales, calidad de vida, capacitación, diversidad e inclusión, seguridad, continuidad operacional, entre otros aspectos laborales.
	Líderes de HR (Human Resources).	Permanente.	
	Reuniones con directivas sindicales.	Diario.	
	Reuniones con Federaciones.	Quincenal.	
	Mesa Trabajo y seguimiento.	Trimestral.	
	Redes Sociales.	Diario.	
	Negociaciones Colectivas.	Bianual.	
	Canal Telefónico.	Diario.	
Medios de Comunicación Nacionales	Mesas de Trabajo Tripartitas.	A anual.	Iniciativas de interés para la opinión pública. Hechos que impacten la reputación de la compañía.
	Comunicados de Prensa, declaraciones, puntos de prensa, entrevistas.	Periódico.	
Medios de Comunicación Regionales	Reuniones.	Según necesidad.	Iniciativas de interés para la opinión pública. Hechos que impacten la reputación de la compañía.
	Comunicados de Prensa, declaraciones, puntos de prensa, entrevistas.	Periódico.	
Organizaciones Sociales	Contacto telefónico.	Periódico.	Aperturas y remodelaciones de locales; charlas informativas de lo que hace la compañía; reuniones para abordar temas comunitarios con causa de la operación; promoción y ejecución de iniciativas sociales de la compañía.
	Reuniones en terreno.	Periódico.	
	Correo electrónico.	Según necesidad.	

Nuestro Reporte de Sostenibilidad es también un importante canal de comunicación de nuestro desempeño hacia todos los grupos de interés.

Grupos de interés	Canal de comunicación	Frecuencia	Principales materias abordadas
Clientes	Redes Sociales.	Periódico.	Iniciativas de interés para la opinión pública. Hechos que impacten la reputación de la compañía. Consultas y reclamos. Conocer el nivel de recomendación y satisfacción de los clientes en su experiencia de compra en cada uno de los formatos de Walmart Chile.
	Página web corporativa.	Periódico.	
	Estudios de Satisfacción y Lealtad	Mensual.	
Gremios	Reuniones.	Periódicas.	Intercambio de buenas prácticas; implementación de iniciativas conjuntas; cambios regulatorios que impacten el negocio.
	Mesas de trabajo.	Periódicas.	
	Seminarios y talleres.	Ocasionales.	
Líderes de Opinión	Medios de Comunicación.	Periódica.	Iniciativas de interés para la opinión pública. Hechos que impacten la reputación de la compañía.
	Redes Sociales.	Periódica.	
	Sitio Web Corporativo.	Periódica.	
Industria	Seminarios y encuentros empresariales.	Ocasional.	Intercambio de buenas prácticas; desafíos de la industria.
Colaboradores	Intranet.	Permanente.	Estrategia, prioridades y focos del negocio.
	Mailing.	Permanente.	
	Workplace.	Permanente.	
	Lookscreen.	Semanalmente.	
	Cartelería digital.	Semanalmente.	
	Revista.	Mensualmente.	
	Tarjetón Guía.	Diariamente.	
	Eventos corporativos.	A anual/bimensual.	
	Reuniones de Apertura.	Diariamente.	
	Panelería tiendas.	A anual.	
	Nos Conectamos.	3 veces por semana.	
	CNN +.	Diariamente.	
Notas Prioritarias.	Quincenal.		
Proveedores	Mail.	Periódico.	On boarding; renovación de auditoría; refresh training; Programa de Remediación de auditoría; foco Proveedores Estratégicos.
	Teléfono / video llamadas.	Según necesidad.	
	Web/ Portal de proveedores.	Periódico.	
	Entrenamientos presenciales, Summit.	Periódico.	

6.

Acerca de este Reporte

Indicadores GRI: 102-45, 102-49, 102-50, 102-51, 102-52, 102-54



El Reporte de Sostenibilidad Walmart Chile 2018 - 2019 fue elaborado en conformidad con los Estándares de Global Reporting Initiative (GRI), opción Esencial, a objeto de dar cuenta del desempeño económico, social y ambiental de todas las unidades de negocio de nuestra compañía, de manera consolidada.

A partir de este reporte, en Walmart Chile hemos decidido comunicar bianualmente nuestra gestión de sostenibilidad. A diferencia del informe precedente (2017), en esta novena versión de nuestro reporte incorporamos el alineamiento de las distintas iniciativas de la compañía a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la Organización de las Naciones Unidas (ONU), como parte de nuestro compromiso permanente por contribuir al cuidado del medioambiente y al bienestar de la sociedad en su conjunto.

Así, plasmamos nuestros avances de manera consistente con nuestra estrategia y la Agenda 2030 de la ONU, que convoca a las empresas, gobiernos, instituciones y personas con miras a reducir las desigualdades, mitigar los efectos del cambio climático y, en adelante, hacer frente a los desafíos que representan los impactos de las recientes crisis sociales y sanitarias que se han experimentado a nivel mundial.

La elaboración del Reporte de Sostenibilidad Walmart Chile 2018 - 2019 fue liderada por el área de Sustentabilidad y Valor Compartido, de la Gerencia Legal y Asuntos Corporativos de nuestra compañía, cumpliendo las distintas fases de validación interna pertinentes.

6.

Acerca de este Reporte

6.

Acerca de este Reporte

Identificación, priorización y validación de temas materiales

Indicadores GRI: 102-21, 102-43, 102-46

Realizamos un proceso de actualización de temas materiales (aspectos relevantes para la compañía y la industria) que contempló las siguientes etapas:



Benchmark de la industria

Llevamos a cabo un análisis de los reportes de sostenibilidad, páginas web y memorias integradas de cuatro compañías del rubro retail para identificar las mejores prácticas de gestión y reportabilidad.



Análisis sectorial y del contexto

Con el fin de identificar los principales aspectos regulatorios, las tendencias, riesgos y oportunidades para la actividad de negocios de Walmart Chile, realizamos un análisis sobre la base de información públicamente disponible.



Análisis de documentos corporativos

Se realizó una revisión de los documentos internos relevantes, tales como políticas, códigos, estrategias, procedimientos y planes, a fin de identificar las prioridades en materia de ética y gobernanza, prácticas laborales, gestión ambiental y relacionamiento comunitario de nuestra organización.



Análisis de prensa y boletines

Se examinaron los informes de prensa, con las apariciones de nuestra compañía en medios de comunicación masivos, además de los boletines internos del período que cubre el reporte.



Entrevistas a ejecutivos y fuentes clave de información

Entrevistamos a ejecutivos e integrantes de los equipos que aportaron datos para responder los indicadores GRI, con el propósito de identificar los hitos y enfoques de gestión 2018 - 2019 de Walmart Chile. Conjuntamente, en base a las entrevistas se identificaron desafíos y estrategias que conforman la hoja de ruta a corto y mediano plazo para nuestra organización.

De este proceso derivó la identificación de los siguientes temas materiales que se informan en el presente reporte.



Temas Materiales Walmart Chile 2018 · 2019

Indicadores GRI: 102-44, 102-47, 103-1

Ámbito Económico y Gobernanza

- Resultado Económico / Crecimiento Rentable y Sostenible.
- Gobierno Corporativo, Ética y Transparencia (incluye cumplimiento normativo).
- Gestión de Riesgos.
- Libre Competencia.
- Inversiones.
- Reputación Corporativa.
- Excelencia Operacional e Innovación.
- Seguridad de la Información.

Ámbito Ambiental

- Gestión de Residuos y Packaging / Reciclaje / Economía Circular
- Gestión Energética / Consumo y Eficiencia / Energías Renovables
- Cambio Climático (medición y mitigación de Gases de Efecto Invernadero, GEI).

Ámbito Social

Aspectos Laborales

- Seguridad y Salud Ocupacional.
- Derechos Humanos en las Prácticas Laborales (Diversidad e Inclusión, no discriminación e igualdad de oportunidades; Erradicación del acoso laboral y sexual; Erradicación del trabajo infantil y el trabajo forzado).
- Generación de Empleo (Atracción de Talento).
- Desarrollo - Capacitación de Colaboradores.
- Calidad de Vida - Conciliación y Clima Laboral.
- Diálogo con Colaboradores y Relación con Sindicatos.

Aspectos de Clientes / Consumidores

- Calidad, Inocuidad y Seguridad de los Productos (Marcas Propias y de abastecimiento).
- Promoción del Consumo Responsable.
- Salud y Nutrición (Educación y Alimentación Saludable).
- Gestión de Clientes - Experiencia Memorable de Servicio (credibilidad de la promesa, gestión de reclamos, relación y satisfacción del cliente).
- E-commerce – Omnicanalidad.
- Marketing Responsable.

Ámbito Comunidades

- Relación con las comunidades / Alianzas / Inversión social.

Ámbito Proveedores

- Gestión de Proveedores / Abastecimiento Sostenible.

La lista de indicadores de Global Reporting Initiative asociados a estos aspectos materiales se desglosa en la sección denominada Índice de Contenidos GRI, que se encuentra al final de este documento.



7.

Anexos Reporte de Sostenibilidad

7.

Indicadores Laborales

Dotación

Indicadores GRI: 102-8, 405-1

Colaboradores (as) por Tipo de Contrato y Género

Tipo de Contrato	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Indefinido	17.719	25.159	42.878	17.806	25.158	42.964
Plazo Fijo	3.694	2.667	6.361	2.209	1.317	3.526
Total	21.413	27.826	49.239	20.015	26.475	46.490

Colaboradores (as) por Género y Zonas Geográficas

Zonas Geográficas	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Región Metropolitana	10.513	13.928	24.441	9.814	13.087	22.901
Región de Valparaíso	2.350	3.010	5.360	2.234	2.932	5.166
Región del Bío Bío	1.820	2.076	3.896	1.714	2.081	3.795
Región del Maule	1.273	1.026	2.299	1.257	1.006	2.263
Región de O'Higgins	1.070	1.531	2.601	1.009	1.507	2.516
Otras Regiones*	4.387	6.255	10.642	3.987	5.862	9.849
Total	21.413	27.826	49.239	20.015	26.475	46.490

*Otras Regiones: Regiones de Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Coquimbo, La Araucanía, Los Lagos, Los Ríos, Magallanes, Arica y Parinacota y Ñuble.

Colaboradores (as) por Jornada y Género

Tipo de Jornada	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Completa	14.876	13.808	28.684	13.797	12.817	26.614
Parcial	6.537	14.018	20.555	6.218	13.658	19.876
Total	21.413	27.826	49.239	20.015	26.475	46.490

Colaboradores (as) por Género y Unidades

Unidades	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Oficinas	894	931	1.825	842	922	1.764
Supermercados	18.701	24.912	43.613	17.148	23.610	40.758
Centros de Distribución	1.123	144	1.267	1.352	212	1.564
Plantas Productivas	695	1.839	2.534	673	1.731	2.404
Total	21.413	27.826	49.239	20.015	26.475	46.490



Colaboradores (as) por Cargo y Género

Cargo	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Gerentes	323	130	453	330	132	462
Subgerentes	240	143	383	224	159	383
Jefes	2.481	3.796	6.277	2.367	3.588	5.955
Analistas	1.520	1.259	2.779	1.661	1.279	2.940
Primer Ayudante	922	1.005	1.927	765	856	1.621
Asistentes	329	496	825	339	489	828
CEC (Colaborador en Contacto)	15.598	20.997	36.595	14.329	19.972	34.301
Total	21.413	27.826	49.239	20.015	26.475	46.490

Porcentaje de Colaboradores (as) por Cargo y Género

Cargo	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL %	HOMBRES	MUJERES	TOTAL %
Gerentes	1,5	0,5	0,9	1,7	0,5	1,0
Subgerentes	1,1	0,5	0,8	1,1	0,6	0,8
Jefes	11,6	13,6	12,8	11,8	13,6	12,8
Analistas	7,1	4,5	5,6	8,3	4,8	6,3
Primer Ayudante	4,3	3,6	3,9	3,8	3,2	3,5
Asistentes	1,5	1,8	1,7	1,7	1,9	1,8
CEC (Colaborador en Contacto)	72,9	75,5	74,3	71,6	75,4	73,8
Total	43,5	56,5	100	43,1	56,9	100

Colaboradores (as) por Cargo y Rango de Edad

Cargo	2018				2019			
	MENOR DE 30 AÑOS	ENTRE 30 Y 50 AÑOS	MAYOR DE 50 AÑOS	TOTAL	MENOR DE 30 AÑOS	ENTRE 30 Y 50 AÑOS	MAYOR DE 50 AÑOS	TOTAL
Gerentes	9	380	64	453	7	389	66	462
Subgerentes	21	325	37	383	20	323	40	383
Jefes	1.232	4.337	708	6.277	999	4.216	740	5.955
Analistas	964	1.527	288	2.779	958	1.687	295	2.940
Primer Ayudante	439	1.279	209	1.927	330	1.093	198	1.621
Asistentes	307	436	82	825	258	483	87	828
CEC (Colaborador en Contacto)	14.806	15.941	5.848	36.595	12.478	15.693	6.130	34.301
Total	17.778	24.225	7.236	49.239	15.050	23.884	7.556	46.490

Porcentaje de Colaboradores (as) por Cargo y Rango de Edad

Cargo	2018				2019			
	MENOR DE 30 AÑOS	ENTRE 30 Y 50 AÑOS	MAYOR DE 50 AÑOS	TOTAL %	MENOR DE 30 AÑOS	ENTRE 30 Y 50 AÑOS	MAYOR DE 50 AÑOS	TOTAL %
Gerentes	2,0	83,9	14,1	0,9	1,5	84,2	14,3	1,0
Subgerentes	5,4	84,9	9,7	0,8	5,2	84,3	10,5	0,8
Jefes	19,6	69,1	11,3	12,8	16,8	70,8	12,4	12,8
Analistas	34,7	54,9	10,4	5,6	32,6	57,4	10,0	6,3
Primer Ayudante	22,8	66,4	10,8	3,9	20,4	67,4	12,2	3,5
Asistentes	37,2	52,9	9,9	1,7	31,2	58,3	10,5	1,8
CEC (Colaborador en Contacto)	40,4	43,6	16,0	74,3	36,3	45,8	17,9	73,8
Total	36,1	49,2	14,7	100	32,3	51,4	16,3	100

Colaboradores (as) por Género y Rango de Edad

Género	2018				2019			
	MENOR DE 30 AÑOS	ENTRE 30 Y 50 AÑOS	MAYOR DE 50 AÑOS	TOTAL	MENOR DE 30 AÑOS	ENTRE 30 Y 50 AÑOS	MAYOR DE 50 AÑOS	TOTAL
Hombres	9.920	8.930	2.563	21.413	8.521	8.894	2.600	20.015
Mujeres	7.858	15.295	4.673	27.826	6.529	14.990	4.956	26.475
Total	17.778	24.225	7.236	49.239	15.050	23.884	7.556	46.490

Edad Promedio de Colaboradores (as) por Cargo y Género

Cargo	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Gerentes	42	43	42	42	43	42
Subgerentes	39	40	40	39	40	39
Jefes	36	38	38	37	39	38
Analistas	34	36	35	34	36	35
Primer Ayudante	36	39	37	37	39	38
Asistentes	34	35	35	35	36	35
CEC (Colaborador en Contacto)	32	37	35	33	38	35
Total	33	38	36	34	38	36

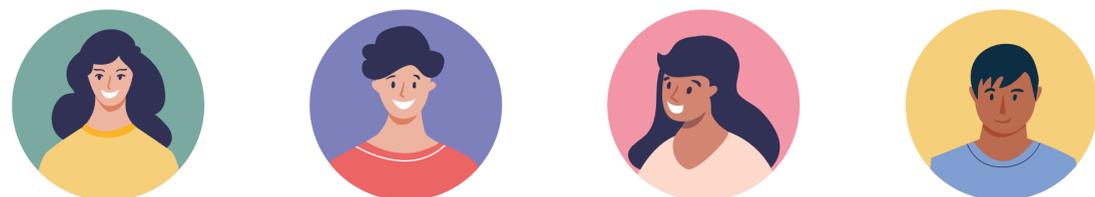


Colaboradores (as) por Nacionalidad y Género

Nacionalidad	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Chilenos	19.280	25.976	45.256	17.580	24.450	42.030
Extranjeros	2.133	1.850	3.983	2.435	2.025	4.460
Total	21.413	27.826	49.239	20.015	26.475	46.490

Inclusión de colaboradores (as) con discapacidad

	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Nº colaboradores con discapacidad	559	406	965	523	394	917



Capacitación

Indicador GRI 404-1

Horas de Capacitación por Cargo y Género

Cargo	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Gerentes	26.321	8.000	34.321	19.940	7.577	27.517
Subgerentes	19.350	8.254	27.604	10.549	12.201	22.750
Jefes	82.489	84.025	166.514	65.946	64.879	130.825
Analistas	47.885	46.390	94.275	50.552	33.288	83.840
Primer Ayudante	11.696	15.565	27.261	14.454	18.284	32.738
Asistentes	9.658	17.686	27.344	10.621	15.952	26.573
CEC (Colaborador en Contacto)	253.484	195.054	448.538	240.699	204.004	444.703
Total	450.883	374.974	825.857	412.761	356.185	768.946



Media de Horas de Capacitación por Cargo y Género

Cargo	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Gerentes	81,49	61,54	75,76	60,42	57,40	59,56
Subgerentes	80,63	57,72	72,07	47,09	76,74	59,40
Jefes	33,25	22,14	26,53	27,86	18,08	21,97
Analistas	31,50	36,85	33,92	30,43	26,03	28,52
Primer Ayudante	12,69	15,49	14,15	18,89	21,36	20,20
Asistentes	29,36	35,66	33,14	31,33	32,62	32,09
CEC (Colaborador en Contacto)	16,25	9,29	12,26	16,80	10,21	12,96
Total	21,06	13,48	16,77	20,62	13,45	16,54

Colaboradores (as) capacitados por Cargo y Género

Cargo	2018			2019		
	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Gerentes	320	130	450	329	126	455
Subgerentes	215	144	359	207	147	354
Jefes	2.098	2.259	4.357	1.926	1.985	3.911
Analistas	1.274	1.163	2.437	1.308	1.073	2.381
Primer Ayudante	461	541	1.002	505	621	1.126
Asistentes	207	373	580	197	364	561
CEC (Colaborador en Contacto)	11.264	9.103	20.367	8.639	7.180	15.819
Total	15.839	13.713	29.552	13.111	11.496	24.607



Indicadores de Accidentabilidad

Indicadores GRI: 403-9, 403-10

N° de Muertes por Accidentes Laborales

	2018	2019
Total	1	0

Nota: corresponde a un accidente de trayecto.

N° de Accidentes Graves Laborales

	2018	2019
Total	26	18

Tasa de Frecuencia de Accidentes Graves Laborales

	2018	2019
Total	0,25	0,17

Nota: la fórmula es (N° de accidentes graves laborales / Número de horas trabajadas) * 1.000.000 de horas.

N° de Accidentes Laborales y/o Trayecto

Tipos de accidentes	2018	2019
N° de accidentes de trabajo	2.803	2.502
N° de accidentes de trayecto	936	949
N° Total de accidentes	3.739	3.451

Tasa de Frecuencia de Accidentes Laborales

	2018	2019
Total	27,61	24,13

Nota: la fórmula es (N° de accidentes graves laborales / Número de horas trabajadas) * 1.000.000 de horas.

Tasa de Accidentabilidad (%)

	2018	2019
Total	5,72%	5,10%

Nota: la fórmula es N° de accidentes / N° trabajadores.

N° de Horas Trabajadas

	2018	2019
Total	101.520.000	103.680.000

N° de Casos de Enfermedades Profesionales

	2018	2019
Total	44	49

Colaborador



Alimentación

Entregamos un beneficio de alimentación diario que el colaborador puede disfrutar en las distintas instalaciones de Walmart Chile Soporte y en lugares en convenio.



Movilización

Para apoyar la llegada al lugar de trabajo y también el regreso al hogar, entregamos un bono de movilización.



Bus de Acercamiento

Facilitamos la movilidad al lugar de trabajo con buses de acercamiento para las oficinas de home office, ubicadas en Escuela de Servicio y Ciudad Empresarial.



Seguro de Salud

Ofrecemos un seguro complementario de salud.



Aguinaldos

Entregamos un monto en dinero en determinadas fechas.



Incentivo de Vacaciones

Entregamos un bono de incentivo por tener las vacaciones al día.



Subsidio de Licencia Médicas

Para que una enfermedad no tenga también consecuencias económicas, subsidiamos la licencia médica los 3 primeros días hasta un tope de 20 días al año y/o diferencia renta tope. Además, cubrimos las diferencias en el prenatal, postnatal y postnatal parental.



Descuento en Compras

Todos los colaboradores con contrato indefinido pueden acceder a comprar con el 10% de descuento, sin tope, en más de 22.000 productos. Compras válidas en Lider, Express de Lider, Ekono, SuperBodega aCuenta y Lider.cl. El descuento aplica a todos los productos de la tienda, excepto categoría alimentación, donde exclusivamente aplican Marcas Propias. Se excluyen productos en promoción y/o descuentos.



5% de Descuento en Compras Escolares

Todos los colaboradores con contrato indefinido podrán acceder a comprar durante los meses de enero, febrero y marzo con un 5% de descuento adicional, sin tope, en la categoría de útiles y uniformes escolares. Este beneficio aplica a todos nuestros formatos, excepto Central Mayorista.



Incentivo al Ahorro para la Jubilación

Promovemos el ahorro para vivir mejor, por eso premiamos a quienes se preocupan de su futuro. La compañía entregará anualmente un aporte directo al fondo de pensiones a los colaboradores que mantengan un Ahorro Previsional Voluntario. Podrán acceder a este beneficio aquellos colaboradores que tengan 2 años de antigüedad en la compañía.



Fondo Solidario

Entregamos aportes económicos en situaciones de catástrofe, emergencias, que afecten la calidad de vida del grupo familiar del colaborador.



Celebración Fiestas Patrias

Para compartir esta fiesta nacional, celebramos en todo Chile con comidas y música típica.



Celebración Fin de Año

Celebramos esta fecha junto a todos los colaboradores de Home Office, en una instancia de camaradería y entretención.



Seguro Automotriz

Tenemos convenio con una tarifa preferencial para los colaboradores.



Telefonía Móvil

Walmart Chile tiene convenios de telefonía móvil con las compañías Movistar y Claro.

Familia



Futuros Papás

En Walmart Chile celebramos y reconocemos la corresponsabilidad familiar, por eso en la llegada de un nuevo integrante a la familia orientamos y apoyamos para que los nuevos padres y madres puedan enfrentar los desafíos de la maternidad y paternidad.



Jornada Especial para Embarazadas

Durante el periodo de embarazo, nuestras futuras mamás tendrán una reducción de jornada laboral a 40 horas semanales.



Alimentación para Embarazadas

Ponemos a disposición de las mamás una colación diaria que pueden retirar en su lugar de trabajo.



Regalo Recién Nacido

Porque un nuevo hijo(a) de una colaboradora (or) es un nuevo integrante en Walmart Chile, hacemos entrega de un regalo para el recién nacido.



Bono Nacimiento

Entregamos un aporte en dinero, sólo presentando el certificado de nacimiento en Servicio a Personas.



Extensión por Permiso de Nacimiento

Promovemos la corresponsabilidad parental entregando a los padres 3 días libres adicionales a los 5 días legales que actualmente tienen por el nacimiento de un hijo.



Sala Cuna

Sabemos lo importante y sensible que es para la familia la etapa de retornar al trabajo, por eso es que ponemos a disposición esta herramienta para que el colaborador (a) pueda encontrar la sala cuna que más se acomode a su rutina diaria.



Más Tiempo con Papás

La llegada de un nuevo integrante a la familia es una alegría y queremos acompañar en esta etapa entregando facilidades en la administración del tiempo.



Sala de Lactancia

Para apoyar el retorno al trabajo, hemos dispuesto de salas de lactancia en nuestros edificios para la seguridad, higiene y comodidad de las mamás.



Aporte Matrícula Jardín Infantil

Reconocemos la importancia de la educación preescolar y apoyamos a las familias financiando un porcentaje del pago de matrícula de jardín infantil de los hijos entre 2 y 4 años de edad.



Cuida a los Tuyos

Damos la posibilidad de optar por hasta un mes de permiso con goce de sueldo, para atender a familiares en caso de enfermedades o accidentes graves.



Estímulos Escolares

Valoramos el esfuerzo en la importante etapa de estudio. Es por eso que entregamos un aporte monetario según las notas que logren sus hijos durante el año.



Mi Día Contigo

Generamos instancias para que los hijos puedan conocer lo que hace el colaborador día a día y cómo construimos juntos la mejor empresa para trabajar.



Días recreativos de Invierno y Verano

A nivel nacional, desarrollamos actividades en invierno y verano para los hijos de nuestros colaboradores.



Regalos de Navidad

Entregamos regalos para los hijos (de hasta 12 años) de nuestros colaboradores a lo largo de Chile.



Celebración del Día del Padre y de la Madre

En Walmart Chile valoramos y celebramos a todos nuestros colaboradores que son padres y madres con entretenidas actividades.



Celebración de Navidad

Invitamos a celebrar la Navidad en familia con entretenidas actividades que se realizan a lo largo de todo nuestro país.



Bono Fallecimiento

Entregamos un bono especial en caso de fallecimiento de algún familiar directo (padres, cónyuges e hijos). Este bono se paga al o los beneficiarios registrados en el seguro de vida de la compañía.



Tarjeta de Descuento adicional para Cónyuges

Pensando en entregar facilidades a las familias para realizar compras con descuento en nuestras tiendas, disponemos de una tarjeta adicional para el uso del cónyuge o conviviente civil.

Proveedores

Indicadores GRI: 102-9, 204-1

N° de Proveedores y Gasto en Proveedores

Tipos de Proveedores	N° de Proveedores				Gasto en Proveedores			
	2018		2019		2018		2019	
	N°	%	N°	%	MM\$	%	MM\$	%
Nacionales	5.159	93,90	4.731	93,24	5.115.103	94,09	4.408.051	93,20
Internacionales	335	6,10	343	6,76	321.029	5,91	321.648	6,80
Total	5.494	100	5.074	100	5.436.132	100	4.729.699	100

Nota: Incluye compras por Capex y Opex. Excluye Rut de proveedores que no tuvieron desembolsos en 2018 y 2019.



Desglose de Proveedores por Regiones de Chile y otros países

Regiones de Chile y/o Países	N° de Proveedores				Gasto en Proveedores			
	2018		2019		2018		2019	
	N°	%	N°	%	MM\$	%	MM\$	%
Región Metropolitana	3.756	68,37	3.525	69,47	4.495.439	82,70	3.741.865	79,11
Región VI	88	1,60	78	1,54	174.959	3,22	165.774	3,50
Región V	258	4,70	240	4,73	134.403	2,47	129.312	2,73
Región X	109	1,98	89	1,75	114.266	2,10	127.859	2,70
Otras regiones de Chile	948	17,26	799	15,75	196.035	3,61	243.241	5,14
China	141	2,57	130	2,56	91.001	1,67	68.667	1,45
U.S.A.	71	1,29	64	1,26	77.170	1,42	77.618	1,64
Brasil	10	0,18	11	0,22	65.723	1,21	62.820	1,33
Argentina	10	0,18	14	0,28	26.149	0,48	32.972	0,70
Otros países	103	1,87	124	2,44	60.987	1,12	79.571	1,68
Total	5.494	100	5.074	100	5.436.132	100	4.729.699	100

Nota: Incluye compras por Capex y Opex. Excluye Rut de proveedores que no tuvieron desembolsos en 2018 y 2019. La suma del porcentaje del gasto en 2019 es 99,98%, por lo que el valor se encuentra aproximado.

8.

Tabla de Indicadores Estándares Global Reporting Initiative (GRI)

Indicador GRI 102-55



8.

Indicadores Estándares Global Reporting Initiative (GRI)

Estándar GRI	Contenido	Nº de Página	Respuesta, Justificación u Omisión
<i>GRI 102 - Contenidos Generales</i>			
Perfil de la Organización	102-1 Nombre de la organización.	2	
	102-2 Actividades, marcas, productos y servicios.	7 y 16 - 18	
	102-3 Ubicación de la sede.	2 y 7	
	102-4 Ubicación de las operaciones.	7	
	102-5 Propiedad y forma jurídica.	7	
	102-6 Mercados servidos.	7	
	102-7 Tamaño de la organización.	16 - 17	
	102-8 Información sobre colaboradores y otros trabajadores.	54 - 55 y 149 - 154	El número de colaboradores a honorarios y practicantes no se encuentra disponible al cierre de este informe.
	102-9 Cadena de suministro.	136, 166	
	102-10 Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro.	136	
	102-11 Principio o enfoque de precaución.	50 - 51 y 116	
	102-12 Iniciativas externas.	39	
	102-13 Afiliación a asociaciones.	139	
Estrategia	102-14 Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones.	4 - 5	
	102-15 Principales impactos, riesgos y oportunidades.	4 - 5, 44 - 45 y 50 - 51	
Ética e Integridad	102-16 Valores, principios, estándares y normas de conducta.	12- 13	
	102-17 Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas.	42	
Gobernanza	102-18 Estructura de Gobernanza.	35	
	102-19 Delegación de autoridad.	35	
	102-20 Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales.	35	
	102-21 Consulta a grupos de interés sobre temas económicos, ambientales y sociales.	144 - 145	
	102-22 Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités.	35	
	102-23 Presidente del máximo órgano de gobierno.	35	



Estándar GRI	Contenido	Nº de Página	Respuesta, Justificación u Omisión
GRI 102 - Contenidos Generales			
Participación de los grupos de interés	102-40 Lista de grupos de interés.	139 - 141	
	102-41 Acuerdos de negociación colectiva.	70	
	102-42 Identificación y selección de grupos de interés.	139 - 141	
	102-43 Enfoque para la participación de los grupos de interés.	139 - 141	
	102-44 Temas y preocupaciones claves mencionados.	139 - 141	
Prácticas para la elaboración de informes	102-45 Entidades incluidas en los estados financieros consolidados.	143	
	102-46 Definición de los contenidos de los informes y las coberturas del tema.	144 - 145	
	102-47 Lista de los temas materiales.	146 - 147	
	102-48 Reexpresión de la información.		Durante el período reportado no hubo reexpresión de información.
	102-49 Cambios en la elaboración de informes.	143	
	102-50 Período objeto del informe.	143	
	102-51 Fecha del último informe.	143	
	102-52 Ciclo de elaboración de informes.	143	
	102-53 Punto de contacto para preguntas sobre el informe.	3	
	102-54 Declaración de elaboración del informe de conformidad con los estándares GRI.	143	
	102-55 Índice de contenidos GRI.	169 - 174	
102-56 Verificación externa.		Este informe no fue verificado externamente.	

Estándar GRI	Contenido	Nº de Página	Respuesta, Justificación u Omisión
GRI 200 - Económico			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material.	29 - 30, 34-35, 42, 48, 130 y 146 - 147	
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	29 - 30, 34-35, 42, 48 y 130	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	29 - 30, 34-35, 42, 48 y 130	
Desempeño Económico	201-1 Valor económico directo generado y distribuido.	34	
Prácticas de adquisición	204-1 Proporción del gasto en proveedores locales.	130 - 133 y 166 - 167	
Anticorrupción	205-1 Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción.	44 - 46	
	205-2 Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción.	44 - 46	
	205-3 Casos de corrupción confirmados y medidas adoptadas.		Conforme a nuestros estrictos procedimientos de control en materia de cumplimiento normativo, sobre la base de los principios de buena gobernanza de Walmart Chile, durante 2019 adoptamos las medidas pertinentes y proporcionales (desvinculación) ante un caso relacionado con este ámbito.
Competencia desleal	206-1 Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal, las prácticas monopólicas y contra la libre competencia.	48 - 49	En 2016, la FNE (Fiscalía Nacional Económica) presentó un requerimiento en contra de Walmart Chile y otras compañías del rubro, por eventual infracción a la normativa de libre competencia, basándose en un eventual acuerdo o práctica concertada destinada a fijar, por intermedio de sus proveedores, un precio de venta para la carne de pollo fresca en supermercados. En 2019, el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia resolvió rechazar las excepciones de prescripción interpuestas por las cadenas que fueron objeto del requerimiento y establecer multas, a beneficio fiscal. En el caso de Walmart Chile, la multa ascendía a 4.743 Unidades Tributarias Anuales (UTA), previniendo rebajar la base calculada en un 15%, considerando los esfuerzos desplegados en la implementación de su programa de cumplimiento y ética. La sentencia definitiva por parte de la Corte Suprema será informada en el próximo reporte de sostenibilidad, debido a que fue dictada en abril de 2020 y no en el período que cubre el presente informe bianual (2018 - 2019).



Estándar GRI	Contenido	Nº de Página	Respuesta, Justificación u Omisión
GRI 300 - Ambiental			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material.	29, 99 -100, 116 - 117 y 146 - 147	
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	29, 99 -100 y 116 -117	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión.	29, 99 -100 y 116 -117	
Energía	302-1 Consumo energético dentro de la organización.	116 - 121	
	302-3 Intensidad energética.	116 - 121	
Emisiones	305-1 Emisiones directas de GEI (Alcance 1).	122	
	305-2 Emisiones indirectas de GEI al generar energía (Alcance 2).	122	
Efluentes y Residuos	306-2 Residuos por tipo y método de eliminación.	123 - 129	

Estándar GRI	Contenido	Nº de Página	Respuesta, Justificación u Omisión
GRI 400 - Social			
GRI 103: Enfoque de gestión	103-1 Explicación del tema material.	29, 53 - 54, 58, 62, 64, 70, 73 - 74, 77 - 78, 83, 84, 86, 91, 93, 96 y 146-147	
	103-2 Enfoque de gestión y sus componentes.	29, 53 - 54, 58, 62, 64, 70, 73 - 74, 77 - 78, 83, 84, 86, 91, 93 y 96	
	103-3 Evaluación del enfoque de gestión	29, 53 - 54, 58, 62, 64, 70, 73 - 74, 77 - 78, 83, 84, 86, 91, 93 y 96	
Empleabilidad	401-1 Nuevas contrataciones de colaboradores y rotación de personal.		La tasa de rotación en Walmart Chile está dentro del promedio de la industria.
	401-2 Beneficios para los colaboradores a tiempo completo que no se dan a los colaboradores a tiempo parcial o temporales.	160 - 161	

Estándar GRI	Contenido	Nº de Página	Respuesta, Justificación u Omisión
GRI 400 - Social			
Seguridad y salud ocupacional (SSO)	403-1 Sistema de gestión de seguridad y salud ocupacional.	74 - 75	
	403-6 Promoción de la salud del trabajador.	64 - 68	
	403-9 Lesiones relacionadas con el trabajo.	74 - 75 y 158 - 159	Al cierre de este Reporte de Sostenibilidad, el número de accidentes laborales, la tasa de frecuencia de accidentes, la tasa de accidentabilidad y el número de horas trabajadas para colaboradores contratistas no se encuentran disponibles. Las afecciones más comunes al interior de la compañía son: trastorno músculo-esquelético, dermatitis y enfermedades psicosociales.
	403-10 Problemas de salud relacionados con el trabajo.	74 - 75 y 158 y 159	Al cierre de este Reporte de Sostenibilidad, el número de enfermedades profesionales y la tasa de incidencia de enfermedades profesionales para colaboradores contratistas no se encuentran disponibles.
Formación y capacitación	404-1 Media de horas de formación al año por colaborador.	58 - 59 y 155 - 157	
	404-2 Programas para mejorar las aptitudes de los colaboradores y programas de ayuda a la transición.	58 - 61	
Diversidad e igualdad de oportunidades	405-1 Diversidad en órganos de gobierno y colaboradores.	54, 149	
No discriminación	406-1 Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas.	54	En 2018 se presentaron 30 casos de discriminación y 18 en 2019, siendo analizados el 100% de ellos. En 2018 ejecutamos planes de reparación para 16 casos y en 2019 lo hicimos con tres de los casos evaluados. Hubo 14 denuncias no confirmadas como casos de discriminación. Al cierre de este reporte, existe un caso del año 2019 con un plan de reparación en curso.
Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1 Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo.	70 - 71 y 134 - 135	
Trabajo infantil	408-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo infantil.	73 y 134 - 135	

Estándar GRI	Contenido	Nº de Página	Respuesta, Justificación u Omisión
<i>GRI 400 - Social</i>			
Trabajo forzado u obligatorio.	409-1 Operaciones y proveedores con riesgo significativo de casos de trabajo forzado u obligatorio.	73 y 134 - 135	
Comunidades locales	413-1 Operaciones con participación con la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	101 - 115	
Salud y seguridad de los clientes	416-1 Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios.	93 - 95	
Marketing y etiquetado	417-1 Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios.	83	
Privacidad del Cliente	418-1 Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente.	84	Durante el periodo reportado no hemos recibido ninguna reclamación formal respecto de filtración, robo o pérdida de datos de clientes.



REPORTE DE SOSTENIBILIDAD 2018 · 2019

Walmart 
Chile