

La fecha de esta reunión es 6 de marzo de 2018. La reunión será grabada y permanecerá disponible en www.walmex.mx

Antes de comenzar quiero recordarles que el contenido de esta llamada es propiedad de Wal-Mart de México S.A.B. de C.V. y está dirigida a los accionistas de la compañía y a la comunidad financiera. No deberá ser reproducida de forma alguna.

Las referencias que en esta llamada se hagan respecto al futuro desempeño de Wal-Mart de México S.A.B. de C.V. deberán considerarse como meras estimaciones que de buena fe ha realizado la Compañía.

Dichas referencias son simplemente el reflejo de las expectativas de la administración de la Compañía y se basan en los datos que actualmente se encuentran disponibles. Los resultados reales dependerán en su totalidad de los acontecimientos, riesgos e incertidumbres que se pudieran presentar en el futuro y que llegaran a afectar el desempeño real de la Compañía.

Crecimiento Orgánico

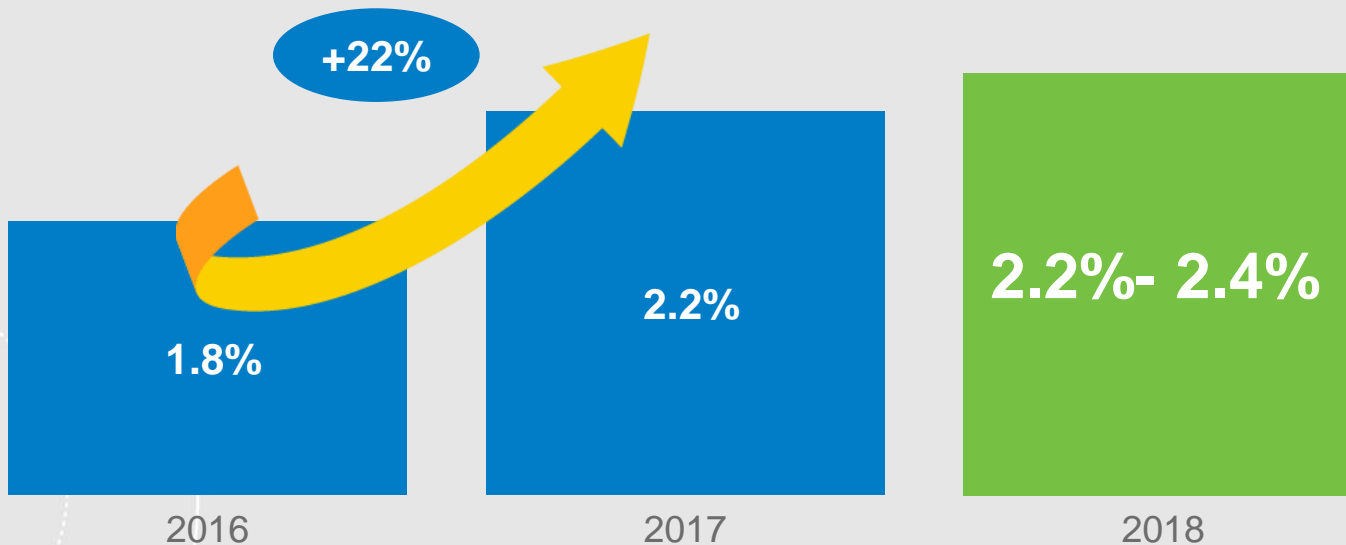
Gastón Wainstein

6 de Marzo de 2018



Cumplimos lo que prometimos

Contribución de Tiendas Nuevas al Crecimiento Total - Consolidado



# Tiendas nuevas	2016	2017
	92	125

Cumplimos lo que prometimos



Nuevos vehículos

- Walmart Proto 70
- Superama Proto C
- Bodega Proto 58
- Bodega Proto 33



Eficiencia en ventas

- **24%** de mejora en eficiencia de ventas¹



Inversión

- **6%** de reducción en inversión por metro cuadrado²



Mejoras en pipeline

- **94%** de las licencias para cumplir con las ventas de este año
- Nuevo proceso para BAEs, con **68%** de aumento en aperturas

1: Ventas del primer año sobre la inversión (se proyectaron las ventas de primer año de 2017)

2: Con base en el piso de ventas

Habilitadores del crecimiento



Oportunidad



Vehículos

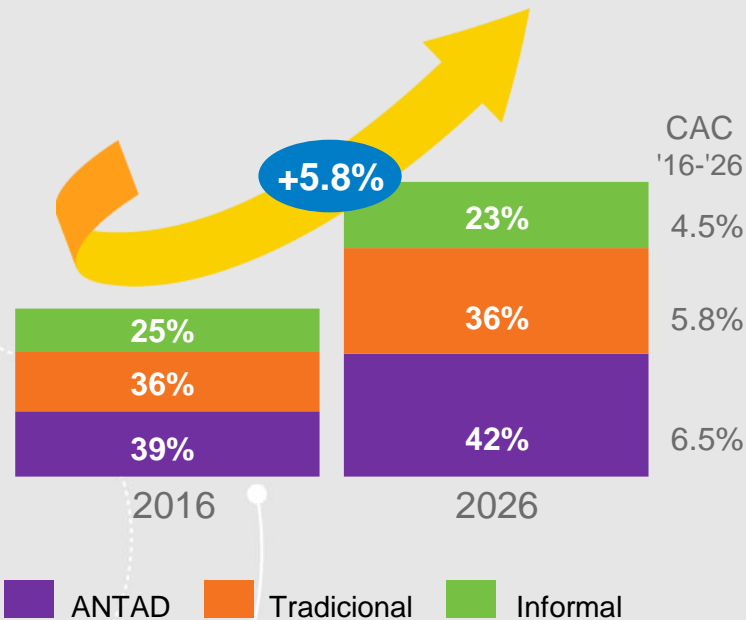


Ejecución

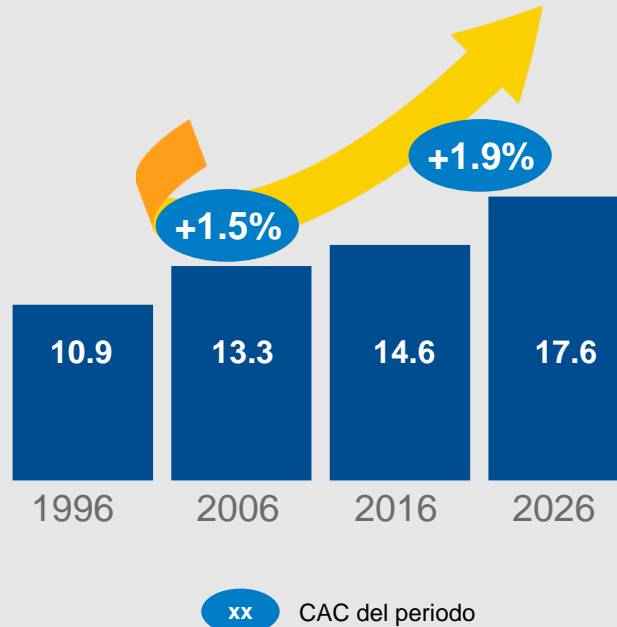
3 campos de batalla – Estrategia de Bienes Raíces

Oportunidad: México cuenta con mucho espacio para seguir creciendo

Evolución del Mercado Minorista



PIB¹ per Cápita (USD \$ K)



Fuentes: INEGI, ANTAD, OECD, planeación estratégica y análisis BCG

1. En PPP 2010
Fuentes: OECD, CONAPO, planeación estratégica y análisis BCG

Vehículos: Activos únicos para impulsar el crecimiento

4.8M

DE CLIENTES NOS VISITAN

**TODOS LOS
DÍAS**



**ESTRATEGIA
MULTIFORMATO**

CUBRIMOS

85%

DE LA POBLACIÓN EN



10 MIN EN LAS
5 PRINCIPALES
CIUDADES

3,700

ENTREGAS



1.2 M

DE CAJAS ENVIADAS A LAS
TIENDAS

**TODOS LOS
DÍAS**

84 OPERACIONES
LOGÍSTICAS

Vehículos: Estrategia de Bienes Raíces alineada a los 3 campos de batalla



**URBANO
SOFISTICADO**



Penetración más alta de tiendas urbanas

- Aceleración omnicanal
- Crecimiento selectivo
 - Sam's
 - Walmart
 - Superama



**TAMAÑO E INGRESO
INTERMEDIOS**



Multiformato

- Iniciación omnicanal
- Aceleración del crecimiento multiformato
 - Walmart
 - Superama

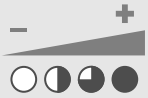


**BASE DE LA
PIRÁMIDE**



Marca No. 1 para clientes de bajos ingresos

- Aceleración de Bodega, Mi Bodega y BAE



Tamaño del mercado

Punto de inicio

Estrategia

Ejecución: La digitalización nos ha permitido ser más eficientes y rápidos en la toma de decisiones



MODELO DE PROYECCIÓN DE VENTAS

La proyección de ventas del primer año es más exacta por +/- 13% (antes +/- 21%)



POTENCIAL DE MERCADO

Identifica zonas con más alta probabilidad de ÉXITO para TIENDAS NUEVAS



HERRAMIENTA DE FILTRO RÁPIDO

Reducirá análisis de viabilidad a 5 minutos (antes 10 días)

Capacidades digitales

Infraestructura



Antes



Después

Eficiencia del capital

- Modelo de priorización
- Alcance adecuado
- Omnicanal
- Costo y interrupción

Resumen de puntos clave



TENEMOS CLARIDAD
DE LA **OPORTUNIDAD**,
LOS **VEHÍCULOS**
Y LA **EJECUCIÓN**



LA ESTRATEGIA DE
BIENES RAÍCES ESTÁ
TOTALMENTE ALINEADA
A LOS 3 CAMPOS
DE BATALLA



EFICIENCIA DE CAPITAL
Y **DIGITALIZACIÓN**
PARA CONTINUAR
IMPULSANDO
CRECIMIENTO E
INFRAESTRUCTURA
DE CALIDAD