

WALMEX

resultados 2T25

16 de Julio de 2025

La fecha de esta transmisión es 16 de julio de 2025. La transmisión será grabada y estará disponible en www.walmex.mx.

Antes de comenzar, quiero recordarles que el contenido de esta transmisión es propiedad de Wal-Mart de México S.A.B. de C.V. y es para uso de los accionistas de la compañía y de la comunidad inversionista. No deberá ser reproducido de forma alguna.

Las referencias que en esta transmisión 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



Resultados 2T25

Ignacio Caride

CEO

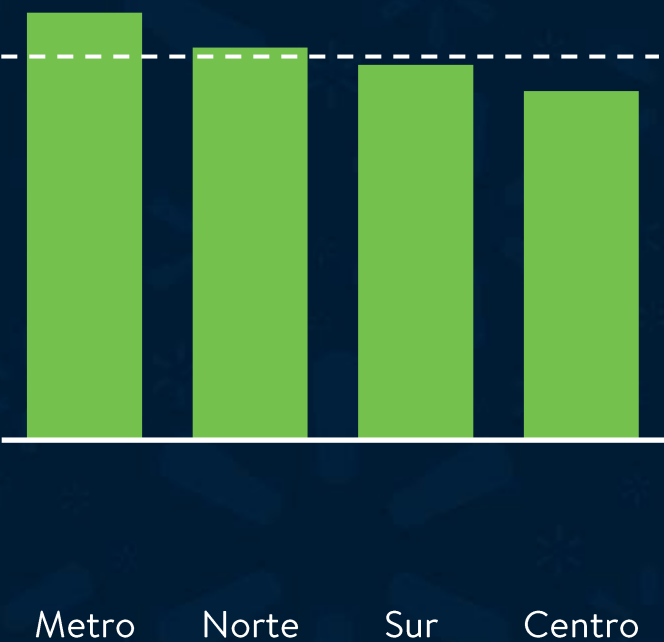
En México, las ventas mismas tiendas crecieron 4.4% impulsadas por Bodega y Sam's Club

2T25 Crecimiento Ventas Mismas Tiendas - México (%)

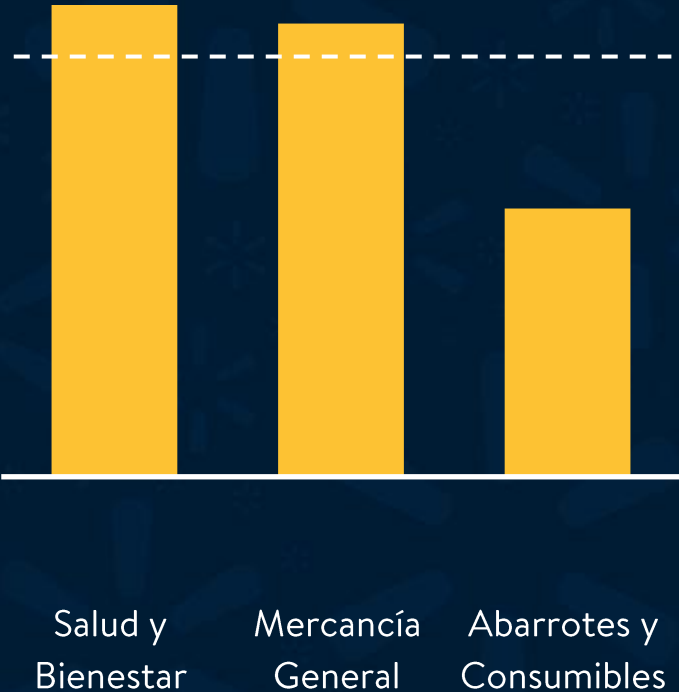
Por Formato



Por Región



Por División de Mercancía*



*Ropa está incluida en Mercancías Generales mientras que Salud y Bienestar (antes incluida en MG) se reportará por separado

Crecimiento sostenido por encima del mercado por 9 periodos; 80 pbs en Abr-May

Diferencial Walmex vs. ANTAD¹ – Crecimiento en Ventas Mismas Tiendas (pbs)



1. ANTAD autoservicios y clubes
pbs = puntos base

Crecimiento a lo largo de todas las dimensiones de nuestro ecosistema

+40 pbs

Expansión diferencial
de precio vs 2T24

1.8%

Contribución de
tiendas nuevas en 2T25

20%

Crecimiento de GMV
de eComm vs 2T24

21.5M

Usuarios activos
de Bait

14.3%

Crecimiento de
Marketplace vs 2T24



74.2M

Clientes contactables
de programa
Beneficios

27%

Crecimiento de
ingresos de Walmart
Connect vs 2T24

>100 pbs

Penetración de
Nuestras Marcas
vs 2T24

En Centroamérica, las ventas mismas tiendas crecieron 4.0%

2T25 Crecimiento en Ventas Mismas Tiendas (%) Por país en Centroamérica



Cifras sin efecto de tipo de cambio





**Progresando en nuestra estrategia y
preparándonos para un futuro más
sólido**



Resultados Operativos 2T25

Raúl Quintana

COO

Ofreciendo el mejor valor, conveniencia, experiencia y surtido para fortalecer la confianza del cliente

Diferencial de precio



+40 pbs vs 2T24

Nuestras Marcas



Participación: >100 pbs vs 2T24

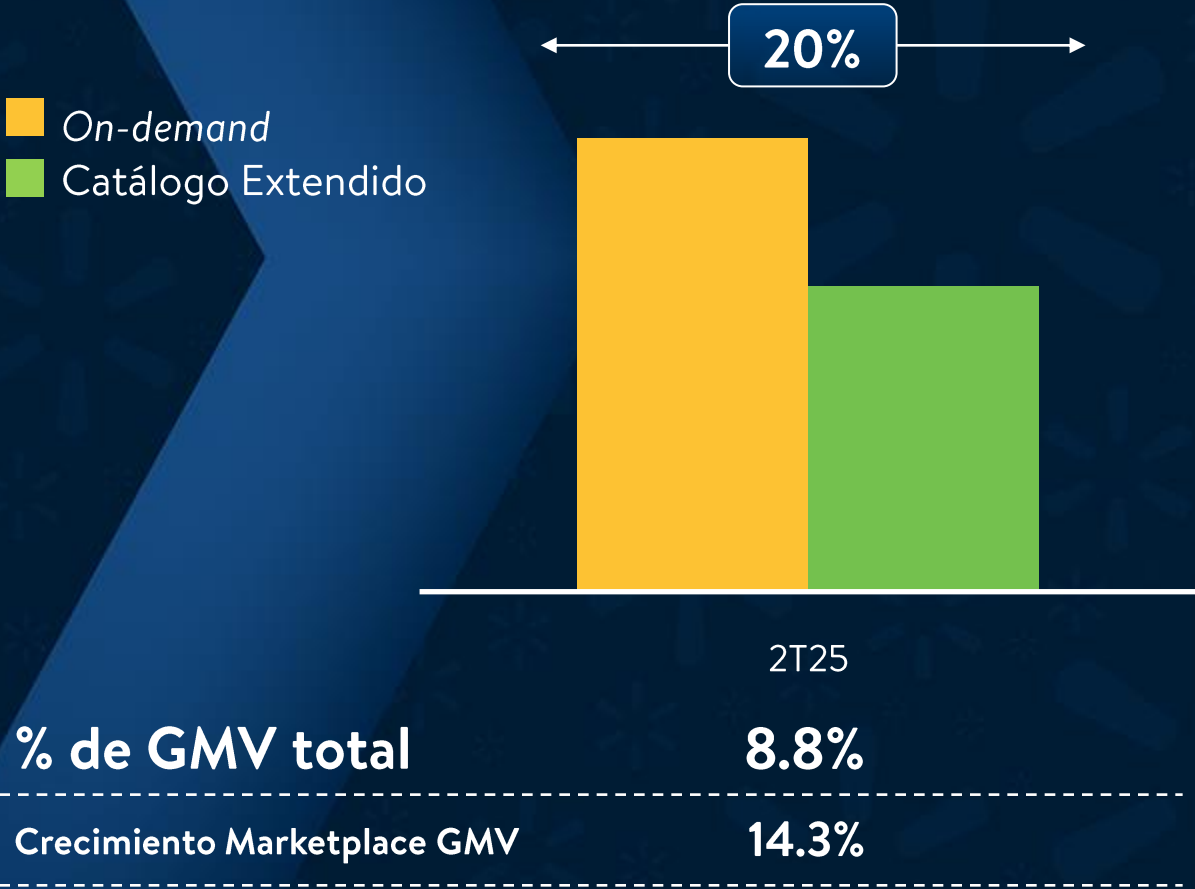
Hot Sale 2025



+63M transacciones
28% de crecimiento en canales digitales

El GMV de eComm incrementó 20% en 2T impulsado por On-Demand

Crecimiento GMV¹ de eComm de México (%)



On-demand
~1,350 tiendas con On-Demand

Catálogo Extendido
+32% crecimiento de *Sellers* vs 2T24



1: GMV: Gross Merchandise Value

Nuevos negocios que fortalecen el core y mejoran el conocimiento del cliente

CONECTIVIDAD



21.5M

Usuarios activos¹

~\$2,700M

Ventas en 2T25



PUBLICIDAD



27%

Crecimiento ingresos vs 2T24

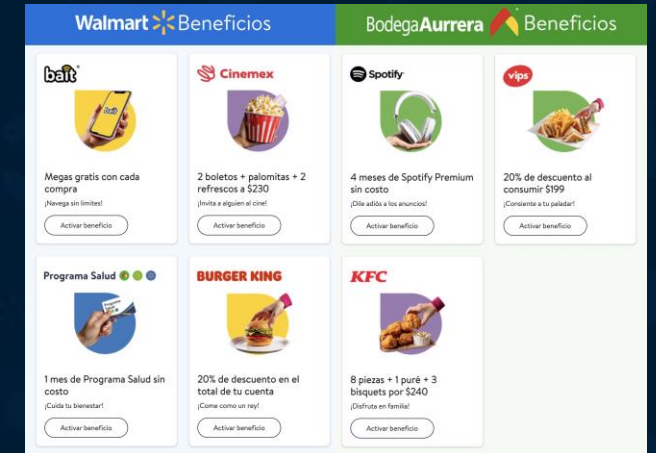


BENEFICIOS



74.2M

Clientes contactables²



¹ Los usuarios activos de Bait se refiere a los usuarios con al menos una transacción en los últimos 6 meses incluyendo transacciones económicas (venta a distribuidores).

Incluye líneas de Home Broadband y MiFi.

² Clientes que dieron su teléfono celular y registraron al menos una compra.



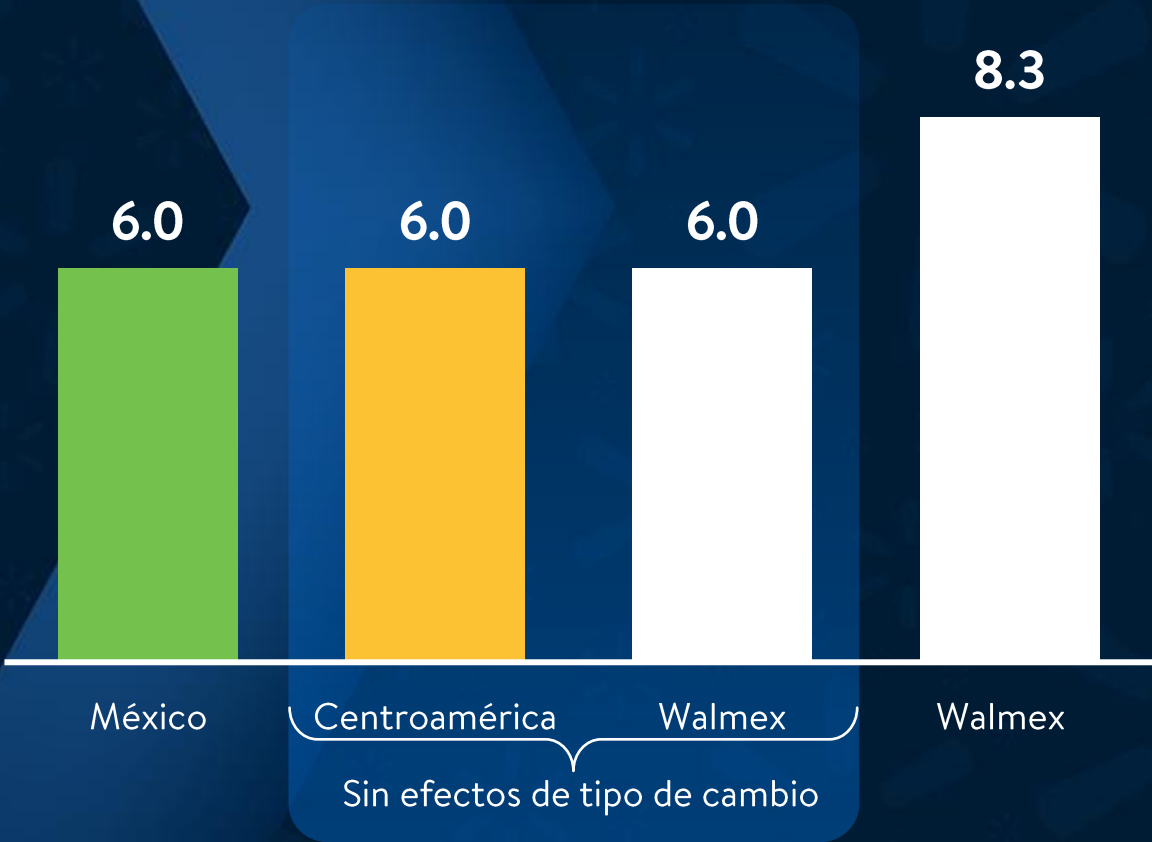
Resultados Financieros 2T25

Paulo Garcia

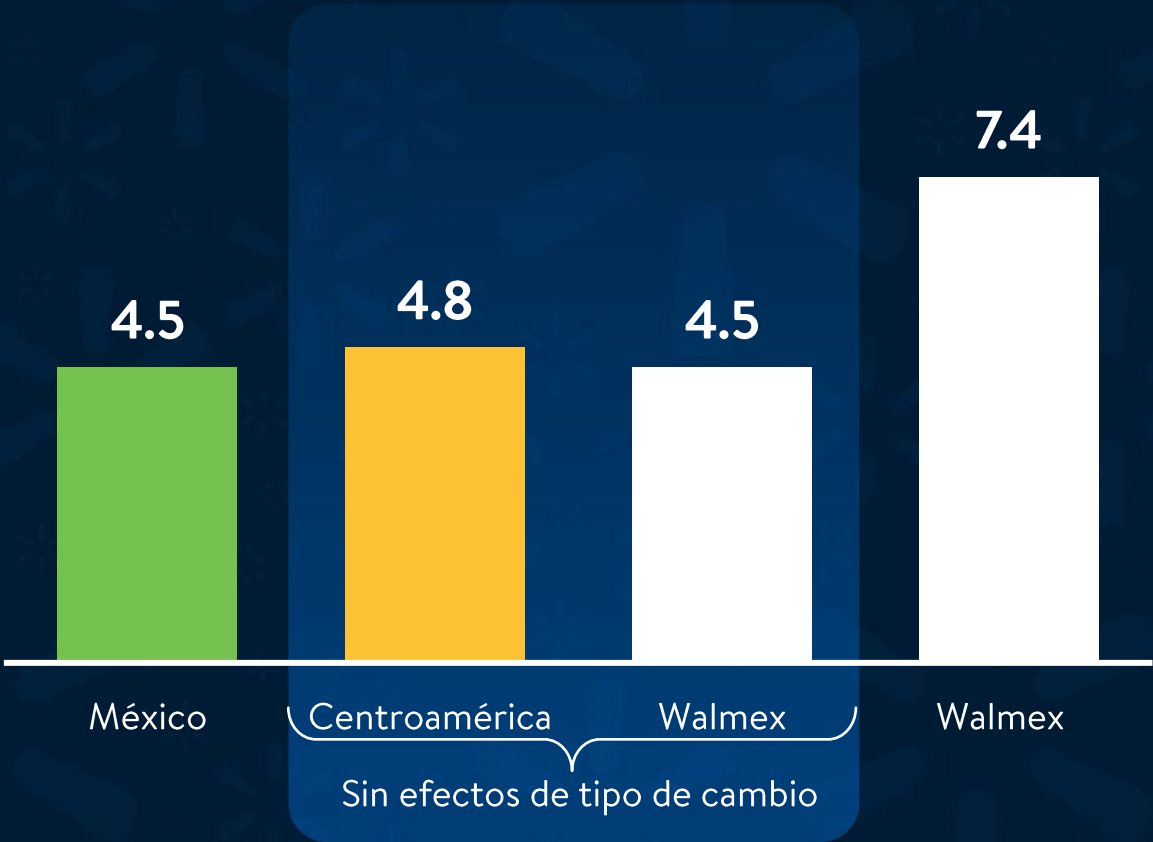
CFO

Crecimiento de ingresos de 8.3% en 2T25; 6.0% sin efectos de tipo de cambio

Crecimiento de Ingresos Totales (%)
2T25



Crecimiento de Ingresos Totales (%)
1S25



Desempeño de México

Crecimiento Ingresos (%)



Margen EBITDA (%)



pbs = puntos base

2Q25 Highlights

- Los **ingresos totales** crecieron **6.0%**
 - Las ventas mismas tiendas crecieron **4.4%**
- **Margen Bruto** disminuyó **10 pbs** a **24.0%** con la contribución de nuevos negocios no siendo suficientes para compensar inversiones en precio para incrementar diferencial en precio.
- Los **Gastos Generales** representaron **17.1%** de ventas, incrementando **75 pbs** debido a inversiones en crecimiento y costos laborales.
- **EBITDA** disminuyó **-3.7%** alcanzando un margen de **9.6%** con una contracción de **100 pbs**.

En México, los ingresos crecieron 6.0% y el margen EBITDA fue de 9.6%

Resultados 2T25 México

(\$MXN Millones)	2T25		2T24		Var.
	\$	%	\$	%	
Ingresos Totales	202,883	100.0	191,345	100.0	6.0
Utilidad bruta	48,790	24.0	46,162	24.1	5.7
Gastos generales	34,617	17.1	31,227	16.3	10.9
Utilidad antes de otros ingresos, neto	14,173	7.0	14,935	7.8	(5.1)
Otros ingresos, neto	271	0.1	719	0.4	(62.2)
Utilidad de operación	14,444	7.1	15,654	8.2	(7.7)
EBITDA	19,500	9.6	20,253	10.6	(3.7)

Margen Bruto (MX): contribución de nuevos negocios casi compensando inversiones en precio

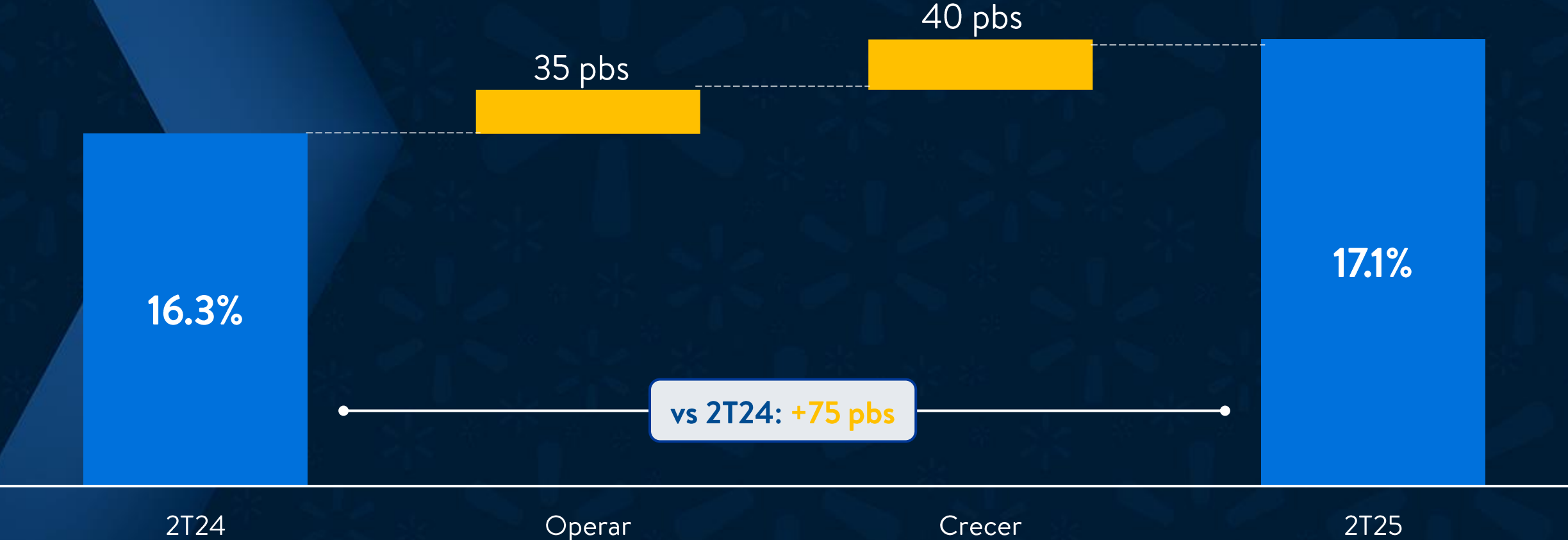
2T25 Margen de Utilidad Bruta % Ingresos Totales – México



pbs = puntos base

Gastos Generales incrementaron principalmente debido a inversiones en crecimiento y costos laborales

2T25 Gastos Generales % Ingresos Totales – México



pbs = puntos base

Desempeño de Centroamérica | (Sin efecto cambiario)

Crecimiento Ingresos (%)



Margen EBITDA (%)



pbs = puntos base

Datos Relevantes del 2T25

- Los **ingresos totales** crecieron **6.0%**
 - Las ventas mismas tiendas crecieron **4.0%**
- **Margen Bruto** se expandió **20 pbs** a **24.5%**, beneficiándose de la contribución de Walmart Connect y beneficios en la cadena de suministro.
- Los **Gastos Generales** representaron **18.0%** de los ingresos, **30 pbs** menos que el año pasado con eficiencias operativas más que compensando iniciativas de crecimiento.
- El margen de **Utilidad de Operación** se mantuvo estable en **6.5%**.
- **Margen EBITDA** de **9.2%**, incrementando **10 pbs**.

Resultados de Centroamérica beneficiados por TC; en moneda constante los ingresos crecieron 6.0% con margen EBITDA de 9.2%.

Resultados 2T25 Centroamérica

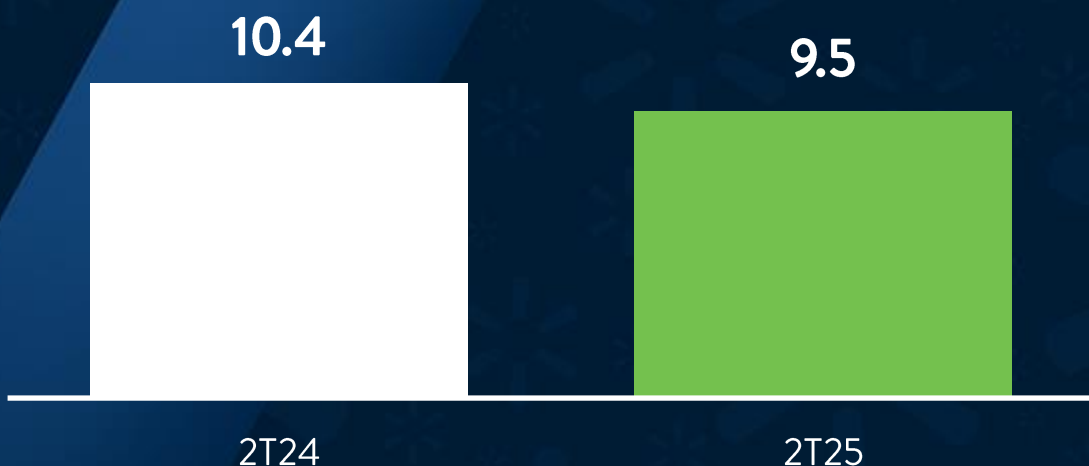
(\$MXN Millones)	2T25		2T24		Var. (%)	
	\$	%	\$	%	Pesos	Sin efectos de tipo de cambio
Ingresos Totales	43,371	100.0	36,070	100.0	20.2	6.0
Utilidad bruta	10,616	24.5	8,752	24.3	21.3	7.0
Gastos generales	7,807	18.0	6,600	18.3	18.3	4.0
Utilidad antes de otros ingresos, neto	2,809	6.5	2,152	6.0	30.5	16.0
Otros ingresos, neto	14	-	178	0.5	(92.3)	(93.3)
Utilidad de operación	2,823	6.5	2,330	6.5	21.1	7.6
EBITDA	3,995	9.2	3,286	9.1	21.6	7.8

Desempeño de Walmex Consolidado

Crecimiento Ingresos (%)



Margen EBITDA (%)



pbs = puntos base

Datos Relevantes del 2T25

- Los **ingresos totales** crecieron **8.3%**
 - Las **tiendas nuevas** contribuyeron **1.8%**
- **Margen Bruto** se mantuvo estable en **24.1%** de los ingresos.
- Los **Gastos Generales** representaron **17.2%** de los ingresos.
- La **Utilidad Operativa** se contrajo **4.0%**.
- **Margen EBITDA** de **9.5%**.
- **Margen de Utilidad Neta** de **4.6%**.

Ingresos consolidados crecieron 8.3% y margen EBITDA fue 9.5%

Resultados 2T25 Walmex Consolidado

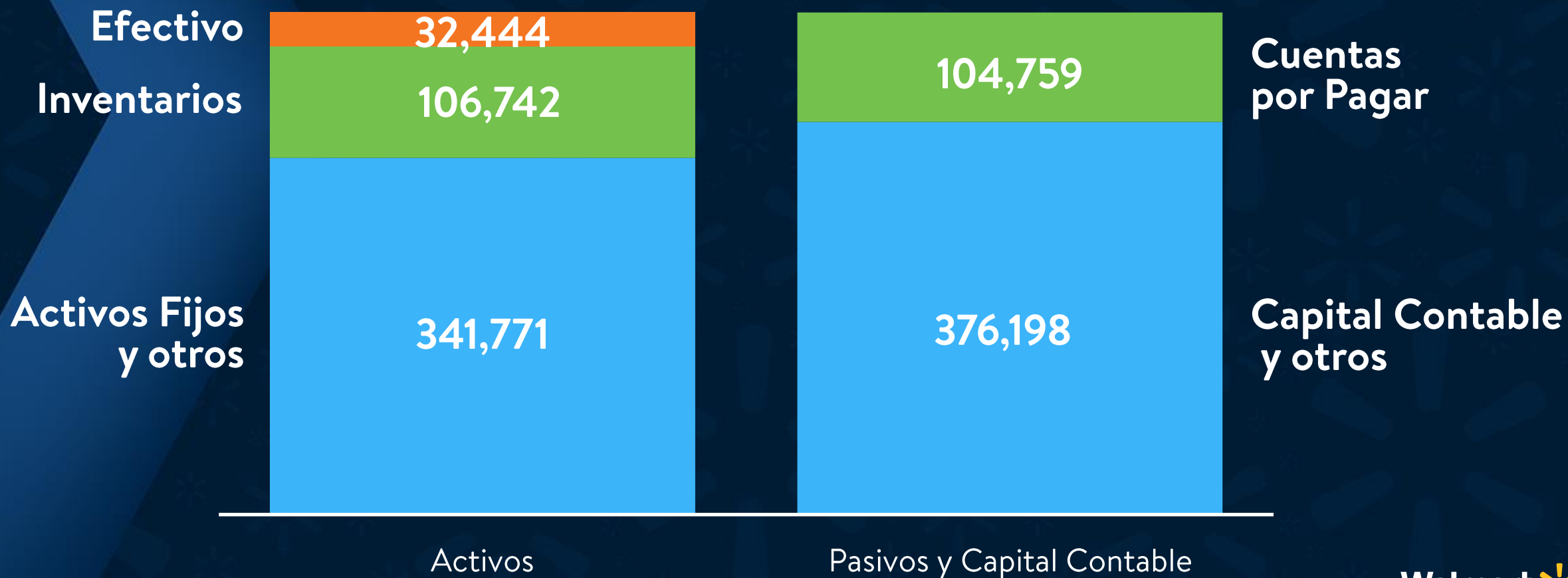
(\$MXN Millones)	2T25		2T24		Var. %
	\$	%	\$	%	
Ingresos Totales	246,254	100.0	227,415	100.0	8.3
Utilidad bruta	59,406	24.1	54,914	24.1	8.2
Gastos generales	42,424	17.2	37,827	16.6	12.2
Utilidad antes de otros ingresos, neto	16,982	6.9	17,087	7.5	(0.6)
Otros ingresos, neto	285	0.1	897	0.4	(68.2)
Utilidad de operación	17,267	7.0	17,984	7.9	(4.0)
EBITDA	23,495	9.5	23,539	10.4	(0.2)
Utilidad Neta	11,227	4.6	12,510	5.5	(10.3)

Los Fundamentales Financieros como una fortaleza clave

Balance General

(30 de Junio de 2025 – \$MX Millones)

TOTAL: \$480,957



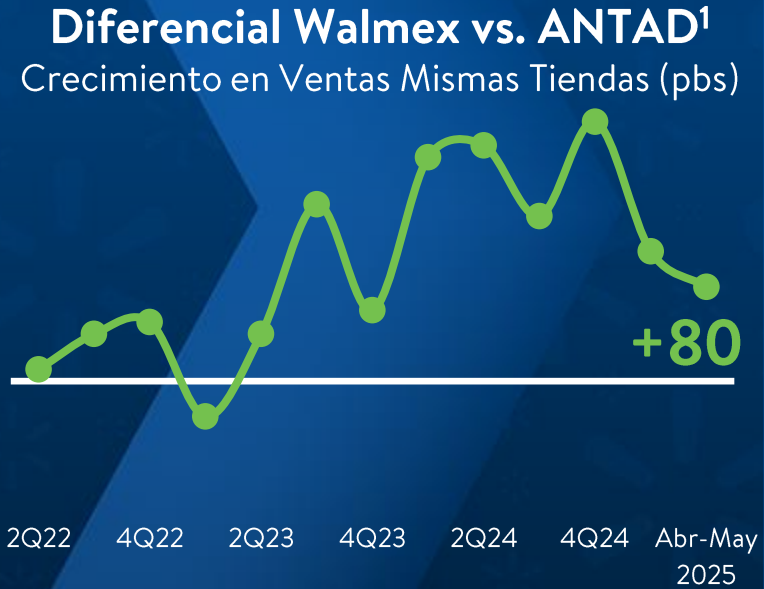
Sólida generación de efectivo pero más por venir en 2º semestre

Generación y usos de efectivo– \$MXN Millones



Mensajes Clave

Crecimiento por encima del mercado



Ganando la preferencia del consumidor

Reafirmando nuestra guía



Crecimiento en ventas de 6% a 7%

Inversiones de crecimiento



Estabilizando márgenes operativos en el futuro

1. ANTAD autoservicios y clubes
pbs = puntos base

WALMEX

resultados 6M25

16 de Julio de 2025

En México, los ingresos crecieron 4.5% y el margen EBITDA fue de 10.1%

Resultados 1S25 México

(\$MXN Millones)	1S25		1S24		Var.
	\$	%	\$	%	%
Ingresos Totales	398,548	100.0	381,409	100.0	4.5
Utilidad bruta	95,758	24.0	91,516	24.0	4.6
Gastos generales	66,214	16.6	60,405	15.8	9.6
Utilidad antes de otros ingresos, neto	29,544	7.4	31,111	8.2	(5.0)
Otros ingresos, neto	749	0.2	1,087	0.3	(31.1)
Utilidad de operación	30,293	7.6	32,198	8.4	(5.9)
EBITDA	40,352	10.1	41,314	10.8	(2.3)

En Centroamérica el margen EBITDA fue 9.3%

Resultados 1S25 Centroamérica

(\$MXN Millones)	1S25		1S24		Var. (%)	
	\$	%	\$	%	Pesos	Sin efectos de tipo de cambio
Total ingresos	88,680	100.0	72,200	100.0	22.8	4.8
Utilidad bruta	21,722	24.5	17,567	24.3	23.7	5.5
Gastos generales	15,933	18.0	12,889	17.9	23.6	5.3
Utilidad antes de otros ingresos, neto	5,789	6.5	4,678	6.5	23.7	6.1
Otros ingresos, neto	74	0.1	278	0.4	(73.1)	(77.6)
Utilidad de operación	5,863	6.6	4,956	6.9	18.3	1.4
EBITDA	8,234	9.3	6,847	9.5	20.3	2.9

Ingresos consolidados han crecido 7.4% y margen EBITDA fue de 10.0%

Resultados 1S25 Walmex Consolidado

	1S25		1S24		Var.
(\$MXN Millones)	\$	%	\$	%	%
Total ingresos	487,228	100.0	453,609	100.0	7.4
Utilidad bruta	117,480	24.1	109,083	24.0	7.7
Gastos generales	82,147	16.9	73,294	16.2	12.1
Utilidad antes de otros ingresos, neto	35,333	7.3	35,789	7.9	(1.3)
Otros ingresos, neto	823	0.2	1,365	0.3	(39.7)
Utilidad de operación	36,156	7.4	37,154	8.2	(2.7)
EBITDA	48,586	10.0	48,161	10.6	0.9
Utilidad Neta	23,544	4.8	25,693	5.7	(8.4)

WALMEX

resultados 2T25

16 de Julio de 2025