

Bruselas - 30 de octubre de 2025 – 7:00 am CET

Información regulada y privilegiada<sup>1</sup>

# AB InBev Presenta los Resultados del Tercer Trimestre de 2025

**La ejecución consistente de nuestra estrategia generó un aumento del EBITDA del 3.3% con una expansión del margen y un crecimiento del EPS Subyacente de un dígito bajo.**

*“Impulsado por el empuje de nuestras megamarcas y nuestra innovación en opciones equilibradas y Beyond Beer, nuestro negocio logró un crecimiento continuo en ingresos y resultados, incluso en un entorno de consumo dinámico. Dados los avances que hemos logrado en nuestro desapalancamiento y los sólidos resultados financieros del año hasta la fecha, hemos anunciado un nuevo programa de recompra de acciones por valor de 6000 millones de dólares y un dividendo provisional.” - Michel Doukeris, Director General de AB InBev*

## Ingresos

**+0.9%**

Los ingresos aumentaron un 0.9% en el 3T25, con un crecimiento de los ingresos por hectolitro del 4.8%, y un 1.8% en 9M25, con un crecimiento de los ingresos por hectolitro del 4.5%.

Los ingresos declarados aumentaron un 0.6% en 3T25 hasta alcanzar los 15 133 millones de USD, y disminuyeron un 2.6% en 9M25 hasta alcanzar los 43 764 millones de USD, debido al impacto desfavorable de la conversión de divisas.

**Aumento del 3.0%** en los ingresos combinados de las megamarcas en 3T25, liderado por Corona, que creció un 6.3% fuera de su mercado nacional.

**Aumento del 27%** en los ingresos por cerveza sin alcohol en 3T25.

**Aumento del 66%** del Valor Bruto de la Mercancía (GMV, por sus siglas en inglés) procedente de las ventas de productos de terceros a través del Mercado BEES hasta alcanzar los 935 millones de USD en el 3T25.

## Volúmenes

**-2.2%**

Los volúmenes disminuyeron un 2.2%, los de cerveza, un 2.5%, y los de productos distintos de la cerveza, un 0.2%.

## EBITDA Normalizado

**+3.3%**

El EBITDA normalizado aumentó un 3.3% hasta alcanzar los 5 594 millones de USD en el 3T25, con una expansión del margen de 85 puntos básicos hasta el 37.0%. El EBITDA Normalizado aumentó un 5.8 % hasta alcanzar los 15 750 millones de USD en 9M25, con una expansión del margen de 138 puntos básicos hasta el 36.0%.

## Utilidad Subyacente

**1 970 millones de USD**

La Utilidad Subyacente fue de 1 970 millones de USD en 3T25, frente a los 1 971 millones de USD del 3T24, y de 5526 millones de USD en 9M25, frente a los 5291 millones de USD de los 9M24.

La utilidad declarada atribuible a los accionistas de AB InBev fue de 1 054 millones de USD en 3T25, frente a los 2 071 millones de USD del 3T24, y de 4 878 millones en 9M25, frente a los 4 635 millones de los 9M24, con un impacto negativo en 3T25 y los 9M25 por partidas no subyacentes.

## EPS Subyacente

**0.99 USD**

El EPS Subyacente aumentó un 1.0% hasta alcanzar los 0.99 USD en el 3T25, en comparación con los 0.98 USD del 3T24, y aumentó un 5.4% hasta alcanzar los 2.78 USD en 9M25, en comparación con los 2.64 USD de los 9M24.

En moneda constante, el EPS Subyacente aumentó un 0.3% en el 3T25 y un 11.8% en 9M25.

## Asignación de Capital

Recompra de acciones por **6000 millones USD** || Amortización de bonos por **2000 USD**  
|| Dividendo provisional de **0.15 EUR**

El Consejo de Administración de AB InBev ha aprobado un programa de recompra de acciones por valor de 6000 millones de USD que se ejecutará en los próximos 24 meses, y la Sociedad ha anunciado hoy la amortización de bonos por valor de aproximadamente 2000 millones de USD. Para más detalles, consulte la sección “Acontecimientos Recientes” en la página 14. Además, el Consejo de Administración de AB InBev ha aprobado un dividendo provisional de 0.15 euros por acción para el ejercicio fiscal 2025. En la página 13 se incluye un calendario con las fechas de ex-dividendo, registro y pago.

<sup>1</sup>La información adjunta constituye información privilegiada según se define en el Reglamento (UE) No. 596/2014 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 16 de abril de 2014, sobre el abuso de mercado, e información regulada según se define en el Real Decreto belga de 14 de noviembre de 2007 relativo a las obligaciones de los emisores de instrumentos financieros que han sido admitidos a negociación en un mercado regulado. Para consultar las advertencias y notas importantes sobre la base de la preparación, consulte la página 15.

## Comentarios de la Administración

**La ejecución coherente de nuestra estrategia se tradujo en un aumento del EBITDA del 3.3%, con una expansión del margen y un crecimiento del EPS Subyacente de un dígito bajo.**

La ejecución coherente de nuestra estrategia y nuestras decisiones disciplinadas en materia de gestión de ingresos y de costo impulsaron unos resultados financieros sólidos. El impulso de las megamarcas, la innovación en opciones equilibradas y la aceleración de nuestra cartera Beyond Beer impulsaron un crecimiento continuo de los ingresos y los resultados, y aumentaron el poder de la cartera de marcas. Estimamos que hemos ganado o mantenido cuota de mercado en la mayoría de nuestros mercados, incluidos Estados Unidos, Brasil, Sudáfrica, Corea del Sur, Canadá y Ecuador.

Los ingresos por hectolitro aumentaron un 4.8%, lo que impulsó un aumento de los ingresos del 0.9%, con un crecimiento en el 70% de nuestros mercados. Los volúmenes disminuyeron un 3.7%, debido principalmente al rendimiento en China y a las condiciones meteorológicas inusuales en Brasil. El crecimiento de los ingresos, combinado con la gestión de los gastos generales, compensó con creces los efectos negativos de las operaciones en divisas, lo que impulsó un aumento del EBITDA del 3.3% con una expansión del margen de 85 puntos básicos y un crecimiento del EPS Subyacente del 1.0 % en USD.

Algunos de los aspectos más destacados de nuestro rendimiento en este trimestre son los siguientes: el impulso continuado de nuestras carteras de cervezas sin alcohol y Beyond Beer, que registraron un crecimiento de los ingresos del 27%; Corona siguió liderando el rendimiento premium a nivel mundial, con un aumento del volumen del 5.9% fuera de México y un crecimiento de dos dígitos en 33 mercados; en Estados Unidos, liderados por Michelob Ultra, que ahora es la marca número uno por volumen en el sector, seguimos ganando cuota de mercado; y en nuestras iniciativas digitales, el crecimiento trimestral del GMV de BEES Marketplace siguió acelerándose, con un aumento del 66% respecto al 3T24, y ahora se acerca a los 1000 millones de USD.

### Avanzar en nuestras prioridades estratégicas

Seguimos ejecutando e invirtiendo en tres pilares estratégicos clave para lograr un crecimiento constante y la creación de valor a largo plazo.



1

#### Liderar y hacer crecer la categoría:

El poder de nuestra cartera de marcas creció en el 3T25, impulsado por la innovación centrada en el consumidor, el aumento de la eficacia del marketing y la inversión específica. Además, estimamos que hemos ganado o mantenido cuota en la mayoría de nuestros mercados.

2

#### Digitalizar y monetizar nuestro ecosistema:

BEES Marketplace capturó 935 millones de USD en GMV por las ventas de productos de terceros, lo que supone un aumento del 66% con respecto al tercer trimestre de 2024. El GMV total de BEES aumentó un 11% con respecto al 3T24, alcanzando los 13 300 millones de USD.

3

#### Optimizar nuestro negocio:

El Consejo de Administración de AB InBev ha aprobado un nuevo programa de acciones por valor de 6000 millones de USD que se ejecutará en los próximos 24 meses, así como un dividendo provisional de EUR 0.15 por acción. Seguimos administrando de forma proactiva nuestra cartera de deuda y hoy hemos anunciado la amortización de aproximadamente 2000 millones de USD en bonos pendientes.

1

#### Liderar y hacer crecer la categoría

Impulsada por el rendimiento de cada una de las palancas de expansión de la categoría, se estima que la participación de los consumidores en nuestra cartera se mantuvo estable en nuestros mercados clave en el 3T25, con aumentos en la participación de nuestras megamarcas y nuestra cartera de cervezas sin alcohol.

- **Superioridad del Núcleo:** Los ingresos de nuestra cartera principal aumentaron un 0.8% en 3T25, impulsados por un crecimiento de un dígito alto en Colombia y de un dígito medio en Sudáfrica.

- **Premiumización:** En Estados Unidos, Michelob Ultra mantuvo su impulso en el tercer trimestre de 2025, convirtiéndose en la marca #1 por volumen en el sector en lo que va de año. Corona lideró nuestro rendimiento premium a nivel mundial, con un aumento de los ingresos del 6.3% fuera de México. El crecimiento de los ingresos de nuestra cartera global de cervezas por encima de la básica se mantuvo estable, limitado por el rendimiento en China.
- **Opciones Equilibradas:** El crecimiento en el 3T25 se vio impulsado por nuestra cartera de cervezas sin alcohol, que registró un aumento de los ingresos del 27%, lo que supuso una mejora con respecto al aumento de los ingresos de alrededor del 35% en el 3T24 tras las activaciones relacionadas con los Juegos Olímpicos. El rendimiento de las cervezas sin alcohol estuvo liderado por Corona Cero, que registró un crecimiento de volumen de alrededor del 40%. Nuestra cartera global de opciones equilibradas de marcas de cerveza baja en carbohidratos, sin azúcar, sin gluten y sin alcohol registró un aumento de los ingresos del 6.5 %.
- **Beyond Beer:** El crecimiento de nuestra cartera “Beyond Beer” se aceleró en el 3T25, con un aumento de los ingresos del 27%, impulsado por el crecimiento de tres dígitos de Cutwater en Estados Unidos.

## 2

### Digitalizar y monetizar nuestro ecosistema

- **Digitalizar nuestras relaciones con más de 6 millones de clientes en todo el mundo:** Al 30 de septiembre de 2025, BEES estaba presente en 29 mercados y aproximadamente el 70% de nuestros ingresos procedían de plataformas digitales B2B. En el tercer trimestre de 2025, BEES alcanzó un GMV de 13,300 millones de USD, lo que supone un crecimiento del 11% con respecto al tercer trimestre de 2024.
- **Monetización de nuestra ruta al mercado acercarnos a los 1000 millones de USD en GMV:** el crecimiento del GMV de BEES Marketplace se aceleró en el 3T25, con un aumento del 66% con respecto al 3T24, hasta alcanzar los 935 millones de USD procedentes de la venta de productos de terceros.
- **Líderes en soluciones DTC:** nuestro ecosistema omnicanal DTC de productos digitales y físicos generó unos ingresos de aproximadamente 325 millones de USD en el 3T25. Nuestras megamarcas DTC, Zé Delivery, TaDa Delivery y PerfectDraft, generaron 17.9 millones de pedidos de comercio electrónico y obtuvieron unos ingresos de 138 millones de USD este trimestre, lo que supone un crecimiento del 4% con respecto al 3T24.



### Optimizar nuestro negocio

- **Maximizar la creación de valor:** Nos comprometemos a impulsar la creación de valor a largo plazo para los accionistas mediante una combinación de crecimiento rentable y decisiones disciplinadas de asignación de capital. Dados los avances que hemos logrado en nuestro desapalancamiento y nuestros sólidos resultados financieros en lo que va de año, el Consejo de Administración de AB InBev ha aprobado un programa de recompra de acciones por valor de 6000 millones de USD que se ejecutará en los próximos 24 meses, así como un dividendo provisional de 0.15 euros por acción. Seguimos administrando de forma proactiva nuestra cartera de deuda y hoy hemos anunciado la amortización de aproximadamente 2000 millones de USD en bonos en circulación.
- **Avanzar en nuestras prioridades de sostenibilidad:** En materia de Acción Climática, nuestras emisiones de Alcance 1 y 2 por hectolitro de producción fueron de 4.22 kgCO<sub>2</sub>e/hl en 9M25, lo que supone una reducción del 48% con respecto a nuestra referencia de 2017. En Gestión del Agua, nuestro índice de eficiencia en el uso del agua mejoró hasta 2.38 hl por hl en los nueve primeros meses de 2025, frente a 2.47 hl por hl en 9M24.

## Crecimiento compuesto fiable

En los primeros nueve meses de este año, nuestro negocio registró un aumento del EBITDA del 5.8%, con una expansión del margen de 138 puntos básicos y un crecimiento del EPS Subyacente del 5.4% en USD y del 11.8% en moneda constante. Tomamos decisiones estratégicas en materia de gestión de ingresos, asignación de recursos y aumento de las inversiones en ventas y marketing para liderar y hacer crecer la categoría. El crecimiento trimestral del GMV de BEES Marketplace siguió acelerándose y ahora se acerca a los 1000 millones de USD. Seguimos aumentando nuestra flexibilidad en las decisiones de asignación de capital y anunciamos un nuevo programa de recompra de acciones por valor de 6000 millones de USD y un dividendo provisional. Nuestra presencia cuenta con factores estructurales favorables para el crecimiento del volumen a largo plazo, con una demografía favorable, un desarrollo económico continuo y oportunidades para aumentar la participación en la categoría a través de la innovación en productos premium, opciones equilibradas y Beyond Beer. Nuestros sólidos resultados financieros en lo que va de año y las fortalezas fundamentales de nuestro negocio refuerzan nuestra confianza en nuestra capacidad para cumplir nuestras previsiones para el ejercicio fiscal 2025 y crear valor a largo plazo.

## Perspectivas para 2025

---

- (i) **Resultados Globales:** Esperamos que nuestro EBITDA crezca en línea con nuestras perspectivas a mediano plazo, entre un 4% y un 8%. Las perspectivas para el Ejercicio Fiscal 2025 reflejan nuestra evaluación actual de la inflación y otras condiciones macroeconómicas.
- (ii) **Costos Netos de Financiamiento:** Se espera que los gastos netos por intereses de pensiones y los gastos por acrecentamiento se sitúen entre 190 y 220 millones de USD por trimestre, dependiendo de las fluctuaciones de los tipos de cambio y de las tasas de interés. Esperamos que el cupón medio bruto de la deuda en el Ejercicio Fiscal 2025 sea de aproximadamente el 4%.
- (iii) **Tasa Impositiva Efectiva (ETR, por sus siglas en inglés):** Esperamos que la ETR normalizada en el ejercicio fiscal 2025 se sitúe entre el 26% y el 28%. Las perspectivas de la ETR no tienen en cuenta el impacto de posibles cambios futuros en la legislación.
- (iv) **Gasto Neto de Capital:** Esperamos un gasto de capital neto de entre 3,500 y 4,000 millones de USD en el Ejercicio Fiscal 2025.

**Figura 1. Resultados Consolidados**

en millones de USD, excepto el EPS en USD por acción y los Volúmenes en miles de hectolitros

	3T24	3T25	Crecimiento Orgánico
<b>Volúmenes</b>	<b>148 039</b>	<b>142 319</b>	<b>(3.7) %</b>
Cerveza	128 534	123 757	(3.9) %
Otras Bebidas	19 505	18 562	(2.2) %
<b>Ingresos</b>	<b>15 046</b>	<b>15 133</b>	<b>0.9 %</b>
<b>Utilidad bruta</b>	<b>8 366</b>	<b>8 537</b>	<b>2.0 %</b>
Margen bruto	55.6%	56.4%	58 pb
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>5 424</b>	<b>5 594</b>	<b>3.3 %</b>
Margen EBITDA Normalizado	36.0	37.0%	85 pb
<b>EBIT Normalizado</b>	<b>4 091</b>	<b>4 205</b>	<b>3.2 %</b>
Margen EBIT Normalizado	27.2 %	27.8%	61 pb
Utilidad atribuible a los accionistas de AB InBev	2 071	1 054	
<b>Utilidad Subyacente</b>	<b>1 971</b>	<b>1 970</b>	
EPS básico	1.03	0.53	
<b>EPS Subyacente</b>	<b>0.98</b>	<b>0.99</b>	

	9M24	9M25	Crecimiento Orgánico
<b>Volúmenes</b>	<b>433 877</b>	<b>421 934</b>	<b>(2.6)%</b>
Cerveza	375 301	365 147	(2.9) %
Otras Bebidas	58 575	56 787	(0.7) %
<b>Ingresos</b>	<b>44 927</b>	<b>43 764</b>	<b>1.8 %</b>
<b>Utilidad bruta</b>	<b>24 827</b>	<b>24 566</b>	<b>3.7 %</b>
Margen bruto	55.3 %	56.1%	104 pb
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>15 712</b>	<b>15 750</b>	<b>5.8 %</b>
Margen EBITDA Normalizado	35.0	36.0%	138 pb
<b>EBIT Normalizado</b>	<b>11 638</b>	<b>11 805</b>	<b>7.8 %</b>
Margen EBIT Normalizado	25.9%	27.0%	152 pb
Utilidad atribuible a los accionistas de AB InBev	4 635	4 878	
<b>Utilidad Subyacente</b>	<b>5 291</b>	<b>5 526</b>	
EPS básico	2.31	2.46	
<b>EPS subyacente</b>	<b>2.64</b>	<b>2.78</b>	

**Figura 2. Volúmenes**

en miles de hectolitros

	3T24	Ámbito	Crecimiento orgánico	3T25	Crecimiento orgánico Total	Cerveza
América del Norte	22 764	(271)	(597)	21 896	(2.7) %	(4.0) %
América Central	37 107	(51)	(141)	36 915	(0.4) %	(0.7) %
América del Sur	39 502	-	(2 580)	36 922	(6.5) %	(6.6) %
EMEA	24 039	85	25	24 149	0.1 %	0.4 %
Asia-Pacífico	24 514	-	(2 213)	22 301	(9.0) %	(9.1) %
Sociedades Globales de Exportación y Holding	112	-	23	136	20.6 %	20.6 %
<b>AB InBev Worldwide</b>	<b>148 039</b>	<b>(237)</b>	<b>(5 483)</b>	<b>142 319</b>	<b>(3.7) %</b>	<b>(3.9) %</b>
	9M24	Ámbito	Crecimiento orgánico	9M25	Crecimiento orgánico Total	Cerveza
América del Norte	66 756	(745)	(1 896)	64 115	(2.9) %	(3.5) %
América Central	111 179	(51)	(310)	110 818	(0.3) %	(0.2) %
América del Sur	115 818	-	(3 806)	112 011	(3.3) %	(3.9) %
EMEA	68 921	162	(10)	69 073	(0.0) %	(0.1) %
Asia-Pacífico	70 958	(93)	(5 200)	65 665	(7.3) %	(7.3) %
Sociedades Globales de Exportación y Holding	244	(9)	16	252	6.9 %	6.9 %
<b>AB InBev Worldwide</b>	<b>433 877</b>	<b>(736)</b>	<b>(11 207)</b>	<b>421 934</b>	<b>(2.6) %</b>	<b>(2.9) %</b>

## Rendimiento de los Mercados Clave

### Estados Unidos: Michelob Ultra es ahora la marca #1 del sector; nuestra cartera sigue ganando impulso y cuota de mercado

- **Resultados operativos:**
  - **3T25:** Los ingresos disminuyeron un 0.8%, con un aumento de los ingresos por hectolitro del 2.0% impulsado por las iniciativas de administración de ingresos y la premiumización. Las ventas a minoristas (STR, por sus siglas en inglés) disminuyeron un 2.5 %, lo que se estima que ha superado a un sector en declive. Las ventas a mayoristas (STW, por sus siglas en inglés) disminuyeron un 2.7%. El EBITDA aumentó un 0.4%, con una mejora del margen de 42 puntos básicos, impulsada por iniciativas de productividad, incluso aunque continuamos aumentando nuestras inversiones en marketing para impulsar el crecimiento.
  - **9M25:** Los ingresos disminuyeron un 1.2%, con un aumento de los ingresos por hectolitro del 1.8%. Las STR disminuyeron un 3.1% y las STW un 3.0%, y esperamos que nuestras STR y STW converjan en el conjunto del año. El EBITDA aumentó un 1.1%, con una mejora del margen de 80 puntos básicos.
- **Aspectos comerciales destacados:** Según Circana, la ejecución coherente y el aumento del poder de la marca de nuestra cartera impulsaron nuestro crecimiento, y nuestro negocio siguió ganando cuota de mercado en la industria cervecera y en la categoría de bebidas espirituosas listas para consumir. Nuestro rendimiento en el sector cervecero estuvo liderado por Michelob Ultra, la marca que más cuota de volumen ganó y que ahora es la marca líder en volumen en la industria en lo que va de año, y Busch Light, que siguió siendo la segunda marca que más cuota de volumen ganó en la industria. Somos líderes en cerveza sin alcohol, con un crecimiento de dos dígitos en los ingresos de nuestra cartera, liderada por Michelob Ultra Zero, que es la marca de cerveza sin alcohol de más rápido crecimiento en la industria en lo que va de año. En Beyond Beer, el impulso de nuestra cartera se aceleró, con un crecimiento de los ingresos de alrededor del 45%, liderado por Cutwater, que creció en tres dígitos y fue la marca que más cuota ganó en la industria total de bebidas espirituosas en agosto y septiembre.

### México: Crecimiento continuo de los ingresos impulsado por una administración disciplinada de los ingresos

- **Resultados operativos:**
  - **3T25:** Los ingresos aumentaron en un dígito bajo, con un crecimiento de los ingresos por hectolitro de un dígito medio impulsado por iniciativas de gestión de ingresos. Los volúmenes disminuyeron en un dígito bajo, con un rendimiento inferior al del sector, que se vio afectado negativamente por un entorno de consumo débil y unas condiciones meteorológicas atípicas. Nuestros volúmenes mejoraron secuencialmente a lo largo del trimestre, volviendo al crecimiento y ganando cuota de mercado en agosto y septiembre. Las decisiones disciplinadas de administración de ingresos y las iniciativas de productividad compensaron parcialmente los efectos negativos de las operaciones en divisas, lo que permitió un ligero crecimiento del EBITDA.
  - **9M25:** Los ingresos crecieron un dígito medio, con un crecimiento de los ingresos por hl de un dígito medio y volúmenes estables, en línea con el sector. El EBITDA creció un dígito medio con una expansión de los márgenes.
- **Aspectos comerciales destacados:** Nuestro rendimiento estuvo liderado por nuestra cartera de cervezas principales, cuyos ingresos crecieron un dígito bajo impulsados por Modelo y Pacífico. Lideramos el crecimiento de la cerveza sin alcohol, con un fuerte crecimiento de dos dígitos en el volumen de Corona Cero y Modelo Cero, una innovación lanzada a principios de este año, que ya es la cuarta cerveza sin alcohol del sector. Seguimos avanzando en nuestras iniciativas digitales, con un crecimiento del GMV de BEES Marketplace del 26% con respecto al tercer trimestre de 2024 y nuestra plataforma digital DTC, TaDa Delivery, que ha completado 3.2 millones de pedidos en lo que va de año, lo que supone un aumento del 5% con respecto a 9M24.



## Colombia: El volumen récord impulsó un crecimiento de dos dígitos en los ingresos y de un dígito medio en los resultados.

- **Resultados operativos:**

- **3T25:** Los ingresos aumentaron en un porcentaje de dos dígitos bajos, con un crecimiento de los ingresos por hectolitro de un dígito alto, impulsado por iniciativas de gestión de ingresos. Los volúmenes crecieron en un porcentaje de un dígito bajo, y se estima que nuestra cartera ha ganado cuota de mercado en bebidas alcohólicas. El EBITDA creció en un porcentaje de un dígito medio.
- **9M25:** Los ingresos crecieron en un dígito alto, con un crecimiento de los ingresos por hectolitro de un dígito alto. Los volúmenes aumentaron en un dígito bajo. El EBITDA creció en un dígito alto, con una expansión del margen.

- **Aspectos comerciales destacados:** Según nuestras estimaciones, la industria cervecera siguió creciendo y ganando cuota de mercado en el sector de las bebidas alcohólicas durante este trimestre. Nuestras marcas premium y superpremium lideraron nuestro rendimiento, con un crecimiento de volumen de dos dígitos medios y un volumen récord en el tercer trimestre. Nuestra cartera de cervezas convencionales siguió creciendo, con un crecimiento de volumen de un dígito bajo.

## Brasil: La ganancia de cuota de mercado y la gestión disciplinada de los ingresos y del costo compensaron la debilidad del sector y permitieron alcanzar un EBITDA estable con una expansión de los márgenes.

- **Resultados operativos:**

- **3T25:** Los ingresos disminuyeron un 1.9%, con un crecimiento de los ingresos por hectolitro del 6.5%, impulsado por las iniciativas de gestión de ingresos y la premiumización. Los volúmenes totales disminuyeron un 7.9%, con una caída del volumen de cerveza del 7.7%, que se estima que superó al débil rendimiento del sector, y una disminución del volumen de productos no cerveceros del 8.5%, con ambos sectores afectados por unas condiciones meteorológicas inusuales y un entorno de consumo débil. El EBITDA aumentó un 0.1%, con una expansión del margen de 68 puntos básicos, ya que las decisiones disciplinadas de gestión de ingresos y las iniciativas de productividad compensaron con creces los efectos negativos de las transacciones en divisas.
- **9M25:** Los ingresos crecieron un 0.4%, con un crecimiento de los ingresos por hectolitro del 4.9%. Los volúmenes totales disminuyeron un 4.3%, con una caída del 5.3% en el volumen de cerveza y del 1.6% en el volumen de otras bebidas. El EBITDA aumentó un 6.5%, con una expansión del margen de 195 puntos básicos.

- **Aspectos comerciales destacados:** Nuestras marcas de cerveza premium y superpremium lideraron nuestro rendimiento, con un crecimiento del volumen de dos dígitos y una ganancia de cuota de mercado en el segmento, hasta convertirnos en la cervecera premium número uno del sector en lo que va de año, según Nielsen. La tendencia de la cuota de mercado de nuestra cartera principal mejoró de forma secuencial a lo largo del trimestre, aunque los volúmenes se vieron afectados negativamente por la debilidad del sector. Nuestra cartera de opciones equilibradas impulsó un crecimiento incremental, con un aumento de los volúmenes de nuestras marcas de cerveza sin alcohol de entre el 20% y el 30%, y más del doble en el caso de Stella Artois Gluten Free. En cuanto a las bebidas no alcohólicas, nuestra cartera de productos bajos en azúcar y sin azúcar siguió obteniendo resultados superiores a la media, con un crecimiento del volumen de entre el 20% y el 30%. Seguimos avanzando en nuestras iniciativas digitales, con un crecimiento del GMV de BEES Marketplace del 88% con respecto al 3T24, y nuestra plataforma digital DTC, Zé Delivery, alcanzando los 5.4 millones de usuarios activos mensuales.

## Europa: El aumento continuo de la cuota de mercado y la premiumización impulsaron un volumen estable y la recuperación de los márgenes.

- **Resultados operativos:**

- **3T25:** Los ingresos disminuyeron en un dígito bajo, con ingresos por hectolitro estables. Los volúmenes se mantuvieron estables y se estima que superaron a una industria débil en 5 de nuestros 6 mercados clave. El EBITDA creció en un dígito bajo con una recuperación de los márgenes.
- **9M25:** Los ingresos disminuyeron en un dígito bajo, con un ligero crecimiento de los ingresos por hectolitro impulsado por la continua premiumización. El volumen disminuyó en un dígito bajo, y se estima que se ganó o mantuvo la cuota de mercado en los seis mercados clave. El EBITDA creció en un dígito medio, con una recuperación de los márgenes.

- **Aspectos comerciales destacados:** El aumento de la cuota de mercado y la continua premiumización de nuestra cartera impulsaron unos volúmenes estables, y nuestras marcas premium y superpremium representaron aproximadamente el 60% de nuestros ingresos en el 3T25. Nuestros resultados en este trimestre se vieron impulsados por nuestras megamarcas, lideradas por Corona, que registró un crecimiento de dos dígitos en volumen, y Stella Artois, que activó con eficacia la campaña Perfect Serve en el torneo de tenis de Wimbledon. El impulso de nuestra cartera de cervezas sin alcohol continuó, liderada por Corona Cero, con un crecimiento de volumen de dos dígitos, que se sumó con éxito al crecimiento de tres dígitos del tercer trimestre de 2024 tras los Juegos Olímpicos.

## **Sudáfrica: El impulso continuado generó un crecimiento de los ingresos de un dígito medio y un crecimiento de los resultados de un dígito alto.**

- **Resultados operativos:**
  - **3T25:** Los ingresos aumentaron un dígito medio, con un ligero crecimiento de los ingresos por hl. Los volúmenes crecieron un dígito medio, respaldados por el adelanto de los envíos antes de nuestra subida de precios en octubre, y se estima que se ha mantenido la cuota de mercado de la cerveza y se ha ganado cuota de mercado de Beyond Beer. El EBITDA creció un dígito alto, con una expansión del margen.
  - **9M25:** Los ingresos aumentaron en un dígito medio, con un crecimiento de los ingresos por hl de un dígito bajo. Los volúmenes crecieron en un dígito bajo, y se estima que se ha ganado cuota de mercado tanto en cerveza como en Beyond Beer. El EBITDA creció en un dígito medio, con una expansión de los márgenes.
- **Hechos comerciales destacados:** Según nuestras estimaciones, la industria cervecera siguió creciendo y ganando cuota de mercado en el sector de las bebidas alcohólicas durante este trimestre. Nuestro rendimiento estuvo liderado por nuestras marcas principales, que registraron un crecimiento de volúmenes de un dígito alto impulsado por Carling Black Label. El impulso de nuestra cartera de cervezas premium y superpremium continuó, con un crecimiento de los ingresos de un dígito medio liderado por Stella Artois. En Beyond Beer, nuestra cartera registró un crecimiento de volúmenes de un dígito medio liderado por Flying Fish, Brutal Fruit y Redd's.

## **China: Descenso de los ingresos y los resultados, afectado por el rendimiento del volumen**

- **Resultados operativos:**
  - **3T25:** Los volúmenes disminuyeron un 11.4%, por debajo del rendimiento del sector según nuestras estimaciones, y nuestro rendimiento se vio afectado por la continua debilidad en nuestras regiones y canales clave y por la gestión de inventarios. Los ingresos por hectolitro disminuyeron un 4.3%, afectados por el aumento de las inversiones para ampliar nuestra presencia en el hogar y la combinación negativa de marcas, lo que se tradujo en una disminución de los ingresos del 15.2%. El EBITDA disminuyó un 16.9%, ya que las iniciativas de productividad compensaron parcialmente el impacto del desapalancamiento operativo.
  - **9M25:** Los ingresos disminuyeron un 11.3%, con una caída de los ingresos por hectolitro del 2.2% y una disminución de los volúmenes del 9.3%. El EBITDA disminuyó un 11.8%.
- **Aspectos comerciales destacados:** Se estima que los volúmenes de la industria han disminuido en un dígito bajo en comparación con 3T24, con un crecimiento del canal doméstico que se ve superado por un descenso en el consumo en establecimientos. Nuestras principales prioridades son recuperar el impulso y reactivar el crecimiento. Para lograrlo, estamos invirtiendo en nuestra cartera, en innovación y en la activación de mega plataformas, mejorando nuestra ruta de comercialización en el canal doméstico y ampliando nuestra presencia mediante una expansión geográfica selectiva. A medida que avancemos, nuestras innovaciones incluirán el lanzamiento nacional de Budweiser Magnum y el lanzamiento de nuevos envases para Budweiser y Corona, como la lata de 1 litro y la lata con tapa totalmente abierta, para llevar el icónico ritual de la lima al consumo doméstico.



## Lo más destacado de nuestros otros mercados

- **Canadá:** Los ingresos se mantuvieron estables este trimestre, con un crecimiento de un dígito bajo por hectolitro. Según nuestras estimaciones, nuestros volúmenes superaron a los del sector tanto en cerveza como en Beyond Beer, con un descenso de un dígito bajo. El rendimiento de nuestra cerveza estuvo liderado por Michelob Ultra, Busch y Corona, que fueron tres de las cinco marcas con mayor aumento de cuota de volumen del sector. En Beyond Beer, el aumento de nuestra cuota de mercado estuvo liderado por Cutwater y Mike's Hard Lemonade.
- **Perú:** Los ingresos crecieron un dígito medio en 3T25, con un crecimiento de los ingresos por hectolitro de un dígito medio, impulsado por las iniciativas de gestión de ingresos. Los volúmenes crecieron un dígito bajo, con un rendimiento liderado por nuestras carteras de cerveza y productos no cerveceros por encima de la media, que registraron un crecimiento de dos dígitos.
- **Ecuador:** Los ingresos crecieron en un porcentaje de dos dígitos bajos en 3T25, con un aumento de los volúmenes de un dígito alto, tras un ciclo de debilidad del sector en 3T24. El crecimiento estuvo liderado por nuestras marcas de cerveza premium, que aumentaron su volumen en un porcentaje de dos dígitos alto.
- **Argentina:** El volumen disminuyó en un dígito bajo en 3T25, ya que la demanda general de los consumidores siguió viéndose afectada por las presiones inflacionistas. Desde el 1T24, se ha modificado la definición de crecimiento orgánico de los ingresos en Argentina para limitar el aumento de los precios a un máximo del 2% mensual. Sobre esta base, los ingresos crecieron en un dígito alto.
- **África, excluida Sudáfrica:** En Nigeria, los ingresos crecieron a un ritmo de un dígito medio en el tercer trimestre de 2025, impulsados por iniciativas de gestión de ingresos en un entorno altamente inflacionario. Los volúmenes de cerveza disminuyeron en torno a un 20%, lo que se estima que ha supuesto un rendimiento inferior al del sector, que se vio afectado por un entorno de consumo débil. En nuestros otros mercados de África, los ingresos crecieron en conjunto en torno a un 10% y los volúmenes se mantuvieron estables, ya que repetimos los buenos resultados del 3T24.
- **Corea del Sur:** Los ingresos aumentaron en un dígito medio en el 3T25, con un crecimiento de los ingresos por hectolitro de un dígito medio impulsado por iniciativas de gestión de ingresos. Los volúmenes se mantuvieron estables, y se estima que superaron al del sector tanto en el canal de consumo in situ como en el doméstico, con un rendimiento de primera línea liderado por nuestra megamarca Cass.

## Cuenta de Resultados Consolidada

**Figura 3. Cuenta de resultados consolidada**

en millones de USD

	3T24	3T25	Crecimiento Orgánico
<b>Ingresos</b>	<b>15 046</b>	<b>15 133</b>	<b>0.9%</b>
Costo de ventas	(6 680)	(6 596)	0.4%
<b>Utilidad bruta</b>	<b>8 366</b>	<b>8 537</b>	<b>2.0%</b>
SG&A	(4 490)	(4 535)	(0.5)%
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	215	203	(5.4)
<b>EBIT Normalizado</b>	<b>4 091</b>	<b>4 205</b>	<b>3.2%</b>
Partidas no subyacentes por encima del EBIT	(125)	55	
Ingresos/(gastos) financieros netos	(1 043)	(1 165)	
Ingresos/(gastos) financieros netos no subyacentes	236	(947)	
Participación en los resultados de empresas asociadas	89	110	
Participación no subyacente en los resultados de las empresas asociadas	-	-	
Gasto por impuesto sobre la renta	(758)	(726)	
<b>Utilidad</b>	<b>2 489</b>	<b>1 532</b>	
Utilidad atribuible a participaciones no dominantes	418	478	
Utilidad atribuible a los accionistas de AB InBev	2 071	1 054	
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>5 424</b>	<b>5 594</b>	<b>3.3%</b>
<b>Utilidad Subyacente</b>	<b>1 971</b>	<b>1 970</b>	

  

	9M24	9M25	Crecimiento orgánico
<b>Ingresos</b>	<b>44 927</b>	<b>43 764</b>	<b>1.8%</b>
Costo de ventas	(20 100)	(19 198)	0.6%
<b>Utilidad bruta</b>	<b>24 827</b>	<b>24 566</b>	<b>3.7%</b>
SG&A	(13 738)	(13 347)	(0.6)
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	548	585	10.7%
<b>EBIT normalizado</b>	<b>11 638</b>	<b>11 805</b>	<b>7.8%</b>
Partidas no subyacentes por encima del EBIT	(244)	(39)	
Ingresos/(gastos) financieros netos	(3 400)	(3 210)	
Ingresos/(gastos) financieros netos no subyacentes	(294)	(580)	
Participación en los resultados de empresas asociadas	226	246	
Participación no subyacente en los resultados de las empresas asociadas	104	9	
Gasto por impuesto sobre la renta	(2 304)	(2 130)	
<b>Utilidad</b>	<b>5 725</b>	<b>6 100</b>	
Utilidad atribuible a participaciones no dominantes	1 090	1 222	
Utilidad atribuible a los accionistas de AB InBev	4 635	4 878	
<b>EBITDA normalizado</b>	<b>15 712</b>	<b>15 750</b>	<b>5.8%</b>
<b>Utilidad Subyacente</b>	<b>5 291</b>	<b>5 526</b>	

## Partidas no subyacentes por encima del EBIT y participación no subyacente en los resultados de las empresas asociadas

**Figura 4. Partidas no subyacentes por encima del EBIT y participación no subyacente en los resultados de las empresas asociadas**

en millones de USD

	3T24	3T25	9M24	9M25
Reestructuración	(38)	(20)	(97)	(68)
Enajenación de negocios y activos (incluidas pérdidas por deterioro)	(87)	94	(147)	47
Reclamaciones y costos legales	-	(18)	-	(18)
<b>Partidas no subyacentes en el EBIT</b>	<b>(125)</b>	<b>55</b>	<b>(244)</b>	<b>(39)</b>
<b>Participación no subyacente en los resultados de las empresas asociadas</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>104</b>	<b>9</b>

El EBIT normalizado excluye partidas no subyacentes de 555 millones de USD en 3T25, que comprenden principalmente una ganancia de 96 millones de USD reconocida tras la enajenación de activos mantenidos para la venta en Barbados y otras islas del Caribe, y excluye partidas negativas no subyacentes de 39 millones de USD en 9M25. La participación no subyacente en los resultados de las empresas asociadas de 9M24 incluyó el impacto de la adopción por parte de nuestra empresa asociada Anadolu Efes de la NIC 29 sobre contabilidad en situaciones de hiperinflación en sus resultados de 2023.

## Ingresos/(gastos) financieros netos

**Figura 5. Ingresos/(gastos) financieros netos**

en millones de USD

	3T24	3T25	9M24	9M25
Gastos netos por intereses	(685)	(675)	(2 084)	(1 959)
Gastos por acumulación e intereses sobre pensiones	(185)	(228)	(612)	(580)
Otros resultados financieros	(173)	(262)	(704)	(672)
<b>Ingresos/(gastos) financieros netos</b>	<b>(1 043)</b>	<b>(1 165)</b>	<b>(3 400)</b>	<b>(3 210)</b>

## Ingresos/(gastos) financieros netos no subyacentes

**Figura 6. Ingresos/(gastos) financieros netos no subyacentes**

en millones de USD

	3T24	3T25	9M24	9M25
Valoración a precio de mercado	236	(947)	(271)	(608)
Ganancia/(pérdida) por amortización de bonos y otros	-	-	(23)	29
<b>Ingresos/(gastos) financieros netos no subyacentes</b>	<b>236</b>	<b>(947)</b>	<b>(294)</b>	<b>(580)</b>

Los gastos financieros netos no subyacentes en 3T25 y 9M25 incluyen pérdidas a valor de mercado por instrumentos derivados contratados para cubrir nuestros programas de pago basados en acciones y las acciones emitidas en relación con la combinación con Grupo Modelo y SAB.

A continuación se muestra el número de acciones cubiertas por la cobertura de nuestro programa de pagos basados en acciones, el instrumento de acciones diferidas y las acciones restringidas, junto con los precios de apertura y cierre de las acciones.

**Figura 7. Instrumentos derivados sobre acciones no subyacentes**

	3T24	3T25	9M24	9M25
Precio de la acción al inicio del periodo (Euros)	54.12	58.24	58.42	48.25
Precio de la acción al final del periodo (Euros)	59.38	50.80	59.38	50.80
Número de instrumentos derivados sobre acciones al final del periodo (en millones)	100.5	100.5	100.5	100.5

## Gasto por impuesto sobre la renta

**Figura 8. Gasto por impuesto sobre la renta**

en millones de USD

	3T24	3T25	9M24	9M25
Gasto por impuesto sobre la renta	758	726	2 304	2 130
Tipo impositivo efectivo	24.0%	33.8%	29.9%	26.7%
Tipo impositivo efectivo normalizado	25.5%	25.1%	26.6%	25.4%

Las tasas impositivas efectivas de 9M24, 3T25 y 9M25 se vieron afectadas negativamente por pérdidas no deducibles derivadas de derivados relacionados con la cobertura de programas de pago basados en acciones y de las acciones emitidas en una transacción relacionada con las combinaciones con Grupo Modelo y SAB, mientras que la tasa impositiva efectiva del 3T24 se vio afectada positivamente por ganancias no imponibles derivadas de estos derivados. Además, la tasa impositiva efectiva de 9M25 incluyó 56 millones de USD de ingresos fiscales no subyacentes, lo que refleja principalmente los 66 millones de USD de ingresos resultantes de la renegociación de los términos del Programa Federal de Regularización Fiscal de Brasil de 2017. La tasa impositiva efectiva de 9M24 incluyó 114 millones de USD de gastos fiscales no subyacentes.

La disminución de la tasa impositiva efectiva normalizada en 3T25 y 9M25 en comparación 3T24 y 9M24 se debió principalmente a la combinación de países.

## EPS Subyacente

**Figura 9. EPS Subyacente**

en USD por acción, excepto el número de acciones en millones

	3T24	3T25	9M24	9M25
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>2.71</b>	<b>2.82</b>	<b>7.84</b>	<b>7.93</b>
Depreciación, amortización y deterioro	(0.67)	(0.70)	(2.03)	(1.99)
<b>EBIT Normalizado</b>	<b>2.04</b>	<b>2.12</b>	<b>5.81</b>	<b>5.94</b>
Ingresos/(gastos) financieros netos	(0.52)	(0.59)	(1.70)	(1.62)
Gasto por impuesto sobre la renta	(0.39)	(0.38)	(1.09)	(1.10)
Asociados y participaciones no dominantes	(0.17)	(0.16)	(0.43)	(0.47)
Impactos de la hiperinflación	0.02	0.01	0.06	0.03
<b>EPS Subyacente</b>	<b>0.98</b>	<b>0.99</b>	<b>2.64</b>	<b>2.78</b>
Número medio ponderado de acciones ordinarias y restringidas	2 004	1 986	2 004	1 986

## Conciliación de las Medidas Financieras NIIF y No NIIF

**Figura 10. Utilidad Subyacente**

en millones de USD

	3T24	3T25	9M24	9M25
<b>Utilidad atribuible a los accionistas de AB InBev</b>	<b>2 071</b>	<b>1 054</b>	<b>4 635</b>	<b>4 878</b>
Impacto neto de partidas no subyacentes en la utilidad	(133)	898	542	593
Impactos de la hiperinflación	33	18	114	54
<b>Utilidad Subyacente</b>	<b>1 971</b>	<b>1 970</b>	<b>5 291</b>	<b>5 526</b>

### EPS Básico y Subyacente

**Figura 11. EPS Básico y Subyacente**

en USD por acción, excepto el número de acciones en millones

	3T24	3T25	9M24	9M25
<b>EPS Básico</b>	<b>1.03</b>	<b>0.53</b>	<b>2.31</b>	<b>2.46</b>
Impacto neto de partidas no subyacentes	(0.07)	0.45	0.27	0.30
Impactos de la hiperinflación	0.02	0.01	0.06	0.03
<b>EPS Subyacente</b>	<b>0.98</b>	<b>0.99</b>	<b>2.64</b>	<b>2.78</b>
Impacto de la conversión de divisas	-	-	-	0.17
<b>EPS Subyacente en moneda constante</b>	<b>0.98</b>	<b>0.99</b>	<b>2.64</b>	<b>2.95</b>
Número medio ponderado de acciones ordinarias y restringidas	2 004	1 986	2 004	1 986

### Utilidad atribuible a los accionistas y EBITDA Normalizado

**Figura 12. Conciliación del EBITDA Normalizado con la Utilidad atribuible a los accionistas de AB InBev**

en millones de USD

	3T24	3T25	9M24	9M25
<b>Utilidad atribuible a los accionistas de AB InBev</b>	<b>2 071</b>	<b>1 054</b>	<b>4 635</b>	<b>4 878</b>
Participaciones no controladoras	418	478	1 090	1 222
<b>Utilidad</b>	<b>2 489</b>	<b>1 532</b>	<b>5 725</b>	<b>6 100</b>
Gasto por impuesto sobre la renta	758	726	2 304	2 130
Participación en el resultado de empresas asociadas	(89)	(110)	(226)	(246)
Participación no subyacente en los resultados de las empresas asociadas	-	-	(104)	(9)
(Ingresos)/gastos de financiamiento netos	1 043	1 165	3 400	3 210
Ingresos/gastos de financiamiento netos no subyacentes	(236)	947	294	580
Partidas no subyacentes por encima del EBIT (incluidas las pérdidas por deterioro)	125	(55)	244	39
<b>EBIT Normalizado</b>	<b>4 091</b>	<b>4 205</b>	<b>11 638</b>	<b>11 805</b>
Depreciación, amortización y deterioro	1 333	1 390	4 074	3 945
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>5 424</b>	<b>5 594</b>	<b>15 712</b>	<b>15 750</b>

El EBITDA Normalizado, el EBIT Normalizado y la Utilidad Subyacente son medidas financieras no incluidas en las NIIF que utiliza AB InBev para reflejar el rendimiento subyacente de la sociedad. El EPS subyacente y el EPS Subyacente a tipo de cambio constante son medidas financieras no incluidas en las NIIF que AB InBev considera útiles para los inversionistas, ya que facilitan la comparación del EPS entre periodos.

El EBITDA normalizado se calcula ajustando la utilidad atribuible a los accionistas de AB InBev para excluir: (i) la participación no controladora; (ii) el gasto por impuesto sobre la renta; (iii) la participación en los resultados de las asociadas; (iv) la participación no subyacente en los resultados de las asociadas; (v) ingresos o costo financiero netos; (vi) ingresos o costo financiero netos no subyacentes; (vii) partidas no subyacentes por encima del EBIT; y (viii) depreciación, amortización y deterioro.

La Utilidad Subyacente se calcula ajustando el Utilidad atribuible a los accionistas de AB InBev para excluir: (i) partidas no subyacentes y (ii) efectos de la hiperinflación. El EPS Subyacente se calcula dividiendo la utilidad subyacente entre el número promedio ponderado de acciones ordinarias y restringidas. El EPS Subyacente en moneda constante se calcula excluyendo los efectos de la conversión de moneda extranjera, convirtiendo las cifras del periodo actual utilizando los tipos de cambio del mismo periodo del año anterior.

El EBITDA Normalizado, el EBIT Normalizado y la Utilidad Subyacente no son medidas contables según las NIIF y no deben considerarse una alternativa a la utilidad atribuible a los accionistas como medida del rendimiento operativo, ni una alternativa al flujo de efectivo como medida de la liquidez. El EPS Subyacente y el EPS Subyacente en moneda constante no son medidas contables según las NIIF y no deben considerarse alternativas a la utilidad por acción como medida del rendimiento operativo por acción. Estas medidas financieras no contempladas en las NIIF no tienen un método de cálculo estándar y la definición de AB InBev de EBITDA normalizado, EBIT Normalizado, Utilidad Subyacente, EPS Subyacente y EPS Subyacente en moneda constante puede no ser comparable con la de otras sociedades.

## Dividendo provisional de 2025

El Consejo de Administración de AB InBev ha aprobado un dividendo provisional de 0.15 EUR por acción para el ejercicio fiscal 2025. En consonancia con la disciplina financiera y los objetivos de desapalancamiento de la Sociedad, el dividendo provisional equilibra las prioridades de asignación de capital y la política de dividendos de la Sociedad, al tiempo que devuelve efectivo a los accionistas. A continuación se muestra un calendario con las fechas ex-dividendo, de registro y de pago:

Calendario de dividendos intermedios			
	Fecha ex-dividendo	Fecha de Registro	Fecha de pago
<b>Euronext</b>	18 de noviembre de 2025	19 de noviembre de 2025	20 de noviembre de 2025
<b>MEXBOL</b>	18 de noviembre de 2025	19 de noviembre de 2025	20 de noviembre de 2025
<b>JSE</b>	17 de noviembre de 2025	19 de noviembre de 2025	20 de noviembre de 2025
<b>NYSE (programa ADR)</b>	19 de noviembre de 2025	19 de noviembre de 2025	17 de diciembre de 2025
<b>Acciones restringidas</b>	18 de noviembre de 2025	19 de noviembre de 2025	20 de noviembre de 2025

## Eventos Recientes

---

### **Anuncio de un programa de recompra de acciones por valor de 6000 millones de USD que se ejecutará en los próximos 24 meses**

El 29 de octubre de 2025, el Consejo de Administración de AB InBev aprobó un programa de recompra de acciones por valor de 6000 millones de USD que se ejecutará en los próximos 24 meses<sup>1</sup>. Según el precio de cierre de las acciones ordinarias de AB InBev en Euronext Bruselas el 29 de octubre, esta cantidad representaba aproximadamente 97.3 millones de acciones. Dicho número de acciones fluctuará en función de las variaciones del precio de las acciones. El programa de recompra de acciones se llevará a cabo de acuerdo con las mejores prácticas del sector y de conformidad con las normas y reglamentos aplicables en materia de recompra. A tal fin, se designará a un intermediario financiero independiente para que realice la recompra sobre la base de un mandato discrecional. El momento exacto de la recompra de acciones en virtud del programa dependerá de diversos factores, entre ellos las condiciones del mercado. Durante el programa de recompra de acciones, la Sociedad publicará periódicamente comunicados de prensa con información actualizada sobre los avances realizados (si los hubiera), tal y como exige la ley. Esta información también estará disponible en las páginas de relaciones con los inversionistas de nuestro sitio web, en la sección del programa de devolución de capital (<https://www.ab-inbev.com/investors/share-information/return-of-capital-program>). Nuestra intención actual es mantener las acciones adquiridas como acciones propias para cumplir con los compromisos futuros de entrega de acciones en virtud de los planes de propiedad de acciones y/o, sujeto a la aprobación de la Asamblea General que se celebrará el 29 de abril de 2026, cancelar las acciones mediante una reducción de capital. El programa se ejecutará en virtud de las facultades otorgadas en la Asamblea General de Accionistas del 28 de abril de 2021, que se renovarán, previa aprobación, en la Asamblea General de Accionistas del 29 de abril de 2026.

### **Anuncio de la amortización de bonos por valor de 2000 millones de USD**

El 30 de octubre de 2025, la Sociedad anunció la amortización de aproximadamente 2000 millones de USD en bonos en circulación. Se proporcionarán más detalles en la sección de comunicados de prensa de nuestro sitio web, <https://www.ab-inbev.com/news-media/press-releases/>.

<sup>1</sup>Las recompras posteriores al 31 de mayo de 2026, si las hubiera, estarán sujetas a la renovación de las facultades de recompra de acciones por parte de la Asamblea General de Accionistas de la Sociedad que se celebrará el 29 de abril de 2026.



## Notas

Para facilitar la comprensión de los resultados subyacentes de AB InBev, los análisis de crecimiento, incluidos todos los comentarios de este comunicado de prensa, a menos que se indique lo contrario, se basan en el crecimiento orgánico y en cifras normalizadas. En otras palabras, los datos financieros se analizan eliminando el impacto de la variación de las divisas en la conversión de las operaciones en el extranjero y los cambios de alcance. Desde el 1T24, la definición de crecimiento orgánico de los ingresos se ha modificado para limitar el crecimiento de los precios en Argentina a un máximo del 2% mensual (26.8% interanual). Los ajustes correspondientes se realizan en todas las partidas relacionadas con la cuenta de resultados en los cálculos del crecimiento orgánico mediante cambios de alcance. Los cambios de alcance también representan el impacto de las adquisiciones y desinversiones, el inicio o la finalización de actividades o la transferencia de actividades entre segmentos, las ganancias y pérdidas por reducción y los cambios interanuales en las estimaciones contables y otras hipótesis que la dirección no considera parte del rendimiento subyacente del negocio. El crecimiento orgánico de nuestras marcas mundiales Budweiser, Stella Artois y Corona excluye las exportaciones a Australia, para las que se concedió una licencia perpetua a un tercero tras la venta de las operaciones en Australia en 2020. Todas las referencias por hectolitro (por hl) excluyen las actividades estadounidenses no relacionadas con las bebidas. Siempre que se presentan en este documento, todas las medidas de rendimiento (EBITDA, EBIT, utilidad, tasa impositiva, EPS) se presentan sobre una base "normalizada", lo que significa que se presentan antes de las partidas no subyacentes. Las partidas no subyacentes son ingresos o gastos que no se producen regularmente como parte de las actividades normales de la Sociedad. Se presentan por separado porque son importantes para la comprensión del rendimiento sostenible subyacente de la Sociedad debido a su tamaño o naturaleza. Las medidas normalizadas son medidas adicionales utilizadas por la dirección y no deben sustituir a las medidas determinadas de conformidad con las NIIF como indicador del rendimiento de la Sociedad. Informamos de los resultados de Argentina aplicando la contabilidad de hiperinflación desde el 3T18. Las normas NIIF (IAS 29) nos obligan a reexpresar los resultados del año hasta la fecha por el cambio en el poder adquisitivo general de la moneda local, utilizando índices oficiales antes de convertir los importes locales al tipo de cambio de cierre del periodo. En el 3T25, registramos un impacto negativo de la hiperinflación en la Utilidad atribuible a los accionistas de AB InBev de (18) millones de USD. El impacto en el EPS básico del 3T25 fue de (0.01) USD. Los valores de las cifras y los anexos pueden no coincidir debido al redondeo. El EPS del 3T25 y 9M25 se basa en una media ponderada de 1 986 millones de acciones, frente a una media ponderada de 2 004 millones de acciones en el 3T25 y 9M25.

### Aviso legal

El presente comunicado contiene "declaraciones prospectivas". Dichas afirmaciones se basan en las expectativas y opiniones actuales de la administración de AB InBev sobre futuros acontecimientos y desarrollos, y están naturalmente sujetas a incertidumbres y cambios de circunstancias. Las afirmaciones de carácter prospectivo contenidas en este comunicado incluyen afirmaciones que no son hechos históricos e incluyen afirmaciones que suelen contener palabras como "hará", "podrá", "debería", "cree", "pretende", "espera", "anticipa", "objetivos", "ambición", "estima", "probable", "prevé" y palabras de significado similar. Todas las declaraciones que no sean hechos históricos son declaraciones prospectivas. No se debe depositar una confianza indebida en estas declaraciones prospectivas, que reflejan las opiniones actuales de la administración de AB InBev, están sujetas a numerosos riesgos e incertidumbres sobre AB InBev y dependen de muchos factores, algunos de los cuales escapan al control de AB InBev. Existen importantes factores, riesgos e incertidumbres que podrían hacer que los resultados reales fueran sustancialmente diferentes, incluidos, entre otros, los riesgos e incertidumbres relativos a AB InBev que se describen en el punto 3.D del Informe Anual de AB InBev en el formato 20-F presentado ante la SEC el 12 de marzo de 2025. Muchos de estos riesgos se ven y se verán exacerbados por cualquier nuevo empeoramiento del entorno empresarial y económico mundial, incluso como consecuencia de las fluctuaciones de los tipos de cambio de divisas y de los conflictos geopolíticos en curso. Otros factores desconocidos o imprevisibles podrían hacer que los resultados reales difirieran sustancialmente de los de las previsiones. Las declaraciones prospectivas deben leerse junto con las demás declaraciones cautelares que se incluyen en otros documentos, incluidos el más reciente Formato 20-F de AB InBev y otros informes facilitados en el Formato 6-K, así como cualquier otro documento que AB InBev haya hecho público. Todas las afirmaciones de carácter prospectivo contenidas en la presente comunicación están condicionadas en su totalidad por las presentes advertencias y no puede garantizarse que los resultados o desarrollos reales previstos por AB InBev vayan a materializarse o, incluso si se materializan sustancialmente, que vayan a tener las consecuencias o efectos esperados para AB InBev o su negocio u operaciones. Salvo en la medida en que lo exija la ley, AB InBev no asume obligación alguna de actualizar o revisar públicamente ninguna de las declaraciones prospectivas, ya sea como resultado de nueva información, acontecimientos futuros u otros motivos. Los datos financieros de los nueve meses de 2025 (9M25) que figuran en la Figura 1 (excepto la información sobre el volumen), las Figuras 3 a 6, 8, 10 y 12 de este comunicado de prensa se han extraído de los estados financieros intermedios consolidados condensados no auditados del grupo a fecha de y para el periodo de nueve meses finalizado el 30 de septiembre de 2025, que han sido revisados por nuestros auditores legales PwC Bedrijfsrevisoren BV/Réviseurs d'Entreprises SRL de conformidad con las normas de la Junta de Supervisión Contable de Sociedades Públicas (Estados Unidos). Los datos financieros del tercer trimestre de 2025 (3T25) que figuran en la Figura 1 (excepto la información sobre el volumen), las Figuras 3 a 6, 8, 10 y 12, y los datos financieros incluidos en las Figuras 7, 9 y 11 de este comunicado de prensa se han extraído de los registros contables subyacentes correspondientes al 30 de septiembre de 2025. Las referencias en este documento a materiales de nuestros sitios web, como [www.ab-inbev.com](http://www.ab-inbev.com), se incluyen como ayuda para su localización y no se incorporan por referencia en este documento.

## Conferencia telefónica y webcast

### Conferencia telefónica y webcast para Inversionistas el jueves 30 de octubre de 2025:

14:00 h Bruselas / 13:00 h Londres / 9:00 h Nueva York

#### Datos de registro:

Webcast (modo sólo escucha):

[Webcast de Resultados del 3T25 de AB InBev](#)

Para unirse por teléfono, utilice uno de los dos números siguientes:

Llamada gratuita: +1-877-407-8029

Llamada con cargo: +1-201-689-8029

#### Inversionistas

##### Shaun Fullalove

Correo electrónico: [shaun.fullalove@ab-inbev.com](mailto:shaun.fullalove@ab-inbev.com)

##### Ekaterina Baillie

Correo electrónico: [ekaterina.baillie@ab-inbev.com](mailto:ekaterina.baillie@ab-inbev.com)

##### Patrick Ryan

Correo electrónico: [patrick.ryan@ab-inbev.com](mailto:patrick.ryan@ab-inbev.com)

#### Medios de comunicación

##### Relaciones con los Medios de Comunicación

Correo electrónico: [media.relations@ab-inbev.com](mailto:media.relations@ab-inbev.com)

#### Acerca de AB InBev

Anheuser-Busch InBev (AB InBev) es una Sociedad que cotiza en bolsa (Euronext: ABI) con sede en Lovaina, Bélgica, con cotizaciones secundarias en las bolsas de México (MEXBOL: ANB) y Sudáfrica (JSE: ANH) y con American Depositary Receipts en la Bolsa de Nueva York (NYSE: BUD). Como Sociedad, soñamos a lo grande para crear un futuro con más alegrías. Siempre buscamos nuevas formas de abordar los momentos de la vida, impulsar nuestro sector y dejar una huella significativa en el mundo. Nos comprometemos a crear grandes marcas que resistan el paso del tiempo y a elaborar las mejores cervezas con los mejores ingredientes. Nuestra diversa cartera de más de 500 marcas de cerveza incluye marcas globales como Budweiser®, Corona®, Stella Artois® y Michelob Ultra®; marcas multinacionales como Beck's®, Hoegaarden® y Leffe®; y campeonas locales como Aguila®, Antarctica®, Bud Light®, Brahma®, Cass®, Castle®, Castle Lite®, Cristal®, Harbin®, Jupiler®, Modelo Especial®, Quilmes®, Victoria®, Sedrin® y Skol®. Nuestro legado cervecero se remonta a más de 600 años, abarcando continentes y generaciones. Desde nuestras raíces europeas en la fábrica de Den Hoorn en Lovaina, Bélgica. Al espíritu pionero de la fábrica de cerveza Anheuser & Co en St. Louis, EE.UU. A la creación de la Cervecería Castle en Sudáfrica durante la fiebre del oro de Johannesburgo. A Bohemia, la primer Cervecería de Brasil. Diversificados geográficamente y con una exposición equilibrada a los mercados desarrollados y en desarrollo, aprovechamos las fuerzas colectivas de aproximadamente 144 000 colegas repartidos en casi 50 países de todo el mundo. En 2024, los ingresos declarados de AB InBev ascendieron a 59 800 millones de USD (excluidas las asociaciones en participación (JV) y empresas asociadas).

## Anexo 1: Información por segmentos (3T)

AB InBev en todo el mundo	3T24	Ámbito	Conversión de Divisas	Crecimiento Orgánico	3T25	Crecimiento Orgánico
Volúmenes	148 039	(237)	-	(5 483)	142 319	(3.7) %
<b>Ingresos</b>	<b>15 046</b>	<b>(59)</b>	<b>9</b>	<b>136</b>	<b>15 133</b>	<b>0.9 %</b>
Costo de ventas	(6 680)	34	23	28	(6 596)	0.4 %
<b>Utilidad bruta</b>	<b>8 366</b>	<b>(25)</b>	<b>32</b>	<b>164</b>	<b>8 537</b>	<b>2.0 %</b>
SG&A	(4 490)	(16)	(6)	(23)	(4 535)	(0.5) %
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	215	(8)	7	(11)	203	(5.4) %
EBIT Normalizado	4 091	(49)	33	129	4 205	3.2 %
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>5 424</b>	<b>(51)</b>	<b>45</b>	<b>177</b>	<b>5 594</b>	<b>3.3 %</b>
Margen EBITDA Normalizado	36,0 %				37.0%	85 pb

América del Norte	3T24	Ámbito	Conversión de Divisas	Crecimiento Orgánico	3T25	Crecimiento orgánico
Volúmenes	22 764	(271)	-	(597)	21 896	(2.7) %
<b>Ingresos</b>	<b>3 867</b>	<b>(74)</b>	<b>(2)</b>	<b>(26)</b>	<b>3 765</b>	<b>(0.7) %</b>
Costo de ventas	(1 602)	56	1	45	(1 500)	2.9 %
<b>Utilidad bruta</b>	<b>2 265</b>	<b>(18)</b>	<b>(2)</b>	<b>19</b>	<b>2 264</b>	<b>0.8 %</b>
SG&A	(1 094)	(20)	0	(7)	(1 121)	(0.6) %
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	8	-	0	(5)	3	(68.9) %
EBIT Normalizado	1 179	(39)	(1)	7	1 146	0.6 %
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>1 358</b>	<b>(39)</b>	<b>(1)</b>	<b>5</b>	<b>1 323</b>	<b>0.4 %</b>
Margen EBITDA Normalizado	35.1%				35.1%	37 pb

América Central	3T24	Ámbito	Conversión de Divisas	Crecimiento Orgánico	3T25	Crecimiento Orgánico
Volúmenes	37 107	(51)	-	(141)	36 915	(0.4) %
<b>Ingresos</b>	<b>4 103</b>	<b>6</b>	<b>41</b>	<b>174</b>	<b>4 325</b>	<b>4.2 %</b>
Costo de ventas	(1 462)	(2)	(10)	(53)	(1 527)	(3.6) %
<b>Utilidad bruta</b>	<b>2 641</b>	<b>4</b>	<b>31</b>	<b>121</b>	<b>2 797</b>	<b>4.6 %</b>
SG&A	(936)	(27)	(13)	16	(960)	1.7 %
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	3	(0)	0	(2)	1	(85.8) %
EBIT Normalizado	1 707	(23)	18	136	1 838	8.0 %
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>2 068</b>	<b>(25)</b>	<b>21</b>	<b>106</b>	<b>2 170</b>	<b>5.2 %</b>
Margen EBITDA Normalizado	50,4 %				50,2 %	45 pb

Sudamérica	3T24	Ámbito	Conversión de Divisas	Crecimiento Orgánico	3T25	Crecimiento Orgánico
Volúmenes	39 502	-	-	(2 580)	36 922	(6.5) %
<b>Ingresos</b>	<b>2 932</b>	<b>(54)</b>	<b>(136)</b>	<b>59</b>	<b>2 802</b>	<b>2.0 %</b>
Costo de ventas	(1 502)	29	87	(26)	(1 413)	(1.8) %
<b>Utilidad bruta</b>	<b>1 430</b>	<b>(25)</b>	<b>(49)</b>	<b>33</b>	<b>1 389</b>	<b>2.3 %</b>
SG&A	(870)	10	48	(28)	(841)	(3.2) %
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	104	(12)	3	4	100	4.8 %
EBIT Normalizado	664	(26)	2	9	648	1.4 %
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>908</b>	<b>(24)</b>	<b>(6)</b>	<b>3</b>	<b>881</b>	<b>0.4 %</b>
Margen EBITDA Normalizado	31.0 %				31.5 %	(48) pb

EMEA	3T24	Ámbito	Conversión de Divisas	Crecimiento Orgánico	3T25	Crecimiento Orgánico
Volúmenes	24 039	85	-	25	24 149	0.1 %
<b>Ingresos</b>	<b>2 351</b>	<b>(8)</b>	<b>111</b>	<b>70</b>	<b>2 524</b>	<b>3.0 %</b>
Costo de ventas	(1 188)	6	(57)	(5)	(1 244)	(0.4) %
<b>Utilidad bruta</b>	<b>1 163</b>	<b>(2)</b>	<b>54</b>	<b>65</b>	<b>1 280</b>	<b>5.7 %</b>
SG&A	(689)	(17)	(35)	(20)	(760)	(2.9) %
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	47	4	3	4	59	8.7 %
EBIT Normalizado	521	(15)	22	50	579	9.9 %
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>780</b>	<b>(15)</b>	<b>35</b>	<b>58</b>	<b>859</b>	<b>7.6 %</b>
Margen EBITDA Normalizado	33.2 %				34.0 %	148 pb

Asia-Pacífico	3T24	Ámbito	Conversión de Divisas	Crecimiento Orgánico	3T25	Crecimiento Orgánico
Volúmenes	24 514	-	-	(2 213)	22 301	(9.0) %
<b>Ingresos</b>	<b>1 691</b>	<b>0</b>	<b>(6)</b>	<b>(153)</b>	<b>1 533</b>	<b>(9.0) %</b>
Costo de ventas	(797)	(8)	3	84	(718)	10.4 %
<b>utilidad bruta</b>	<b>894</b>	<b>(8)</b>	<b>(2)</b>	<b>(69)</b>	<b>814</b>	<b>(7.8) %</b>
SG&A	(580)	(10)	2	43	(546)	7.2 %
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	27	-	-	6	32	20.8 %
EBIT Normalizado	340	(18)	(0)	(21)	300	(6.4) %
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>503</b>	<b>(18)</b>	<b>(1)</b>	<b>(32)</b>	<b>452</b>	<b>(6.6) %</b>
Margen EBITDA Normalizado	29,8 %				29.5 %	77 pb

Sociedades Globales de Exportación y Holding	3T24	Ámbito	Conversión de Divisas	Crecimiento Orgánico	3T25	Crecimiento Orgánico
Volúmenes	112	-	-	23	136	20.6 %
<b>Ingresos</b>	<b>102</b>	<b>71</b>	<b>1</b>	<b>12</b>	<b>185</b>	<b>11.4 %</b>
Costo de ventas	(129)	(47)	(1)	(17)	(194)	(13.3) %
<b>Utilidad bruta</b>	<b>(27)</b>	<b>24</b>	<b>0</b>	<b>(5)</b>	<b>(8)</b>	<b>(20.8) %</b>
SG&A	(320)	49	(8)	(27)	(307)	(10.4) %
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	26	0	0	(18)	8	(68.4) %
EBIT Normalizado	(321)	72	(7)	(51)	(306)	(19.4) %
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>(194)</b>	<b>70</b>	<b>(3)</b>	<b>36</b>	<b>(91)</b>	<b>26.6 %</b>

## Anexo 2: Información por segmentos (9M)

AB InBev en todo el mundo	9M24	Ámbito	Conversión de Divisas	Crecimiento Orgánico	9M25	Crecimiento Orgánico
Volúmenes	433 877	(736)	-	(11 207)	421 934	(2.6) %
<b>Ingresos</b>	<b>44 927</b>	<b>(190)</b>	<b>(1 777)</b>	<b>805</b>	<b>43 764</b>	<b>1.8 %</b>
Costo de ventas	(20 100)	(5)	793	114	(19 198)	0.6 %
<b>Utilidad bruta</b>	<b>24 827</b>	<b>(196)</b>	<b>(984)</b>	<b>919</b>	<b>24 566</b>	<b>3.7 %</b>
SG&A	(13 738)	(35)	504	(78)	(13 347)	(0.6) %
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	548	5	(26)	57	585	10.7 %
EBIT Normalizado	11 638	(225)	(505)	898	11 805	7.8 %
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>15 712</b>	<b>(225)</b>	<b>(647)</b>	<b>909</b>	<b>15 750</b>	<b>5.8 %</b>
Margen EBITDA Normalizado	35.0 %				36.0 %	138 pb

América del Norte	9M24	Ámbito	Conversión de Divisas	Crecimiento Orgánico	9M25	Crecimiento Orgánico
Volúmenes	66 756	(745)	-	(1 896)	64 115	(2.9) %
<b>Ingresos</b>	<b>11 324</b>	<b>(200)</b>	<b>(40)</b>	<b>(111)</b>	<b>10 973</b>	<b>(1.0) %</b>
Costo de ventas	(4 752)	147	14	144	(4 447)	3.2 %
<b>Utilidad bruta</b>	<b>6 572</b>	<b>(53)</b>	<b>(27)</b>	<b>33</b>	<b>6 525</b>	<b>0.5 %</b>
SG&A	(3 280)	(29)	14	(0)	(3 295)	(0.0) %
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	(1)	-	1	25	26	-
EBIT Normalizado	3 291	(82)	(11)	58	3 256	1.8 %
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>3 822</b>	<b>(82)</b>	<b>(14)</b>	<b>55</b>	<b>3 781</b>	<b>1.5 %</b>
Margen EBITDA Normalizado	33.8 %				34.5 %	84 pb

América Central	9M24	Ámbito	Conversión de Divisas	Crecimiento Orgánico	9M25	Crecimiento Orgánico
Volúmenes	111 179	(51)	-	(310)	110 818	(0.3) %
<b>Ingresos</b>	<b>12 677</b>	<b>(19)</b>	<b>(758)</b>	<b>549</b>	<b>12 449</b>	<b>4.3 %</b>
Costo de ventas	(4 641)	(32)	263	17	(4 393)	0.4 %
<b>Utilidad bruta</b>	<b>8 036</b>	<b>(51)</b>	<b>(495)</b>	<b>566</b>	<b>8 055</b>	<b>7.1 %</b>
SG&A	(3 002)	(11)	179	(26)	(2 858)	(0.9) %
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	26	(0)	(1)	(10)	15	(36.8) %
EBIT Normalizado	5 060	(61)	(317)	530	5 212	10.6 %
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>6 172</b>	<b>(63)</b>	<b>(383)</b>	<b>451</b>	<b>6 177</b>	<b>7.4 %</b>
Margen EBITDA Normalizado	48.7 %				49.6 %	140 pb

Sudamérica	9M24	Ámbito	Conversión de Divisas	Crecimiento Orgánico	9M25	Crecimiento Orgánico
Volúmenes	115 818	-	-	(3 806)	112 011	(3.3) %
<b>Ingresos</b>	<b>8 950</b>	<b>(40)</b>	<b>(1 036)</b>	<b>435</b>	<b>8 309</b>	<b>4.9 %</b>
Costo de ventas	(4 515)	(70)	548	(140)	(4 176)	(3.1) %
<b>Utilidad bruta</b>	<b>4 435</b>	<b>(110)</b>	<b>(487)</b>	<b>295</b>	<b>4 132</b>	<b>6.7 %</b>
SG&A	(2 787)	(16)	335	(85)	(2 553)	(3.0) %
Otro ingreso operativo/(gastos) operativos	319	(9)	(27)	18	302	6.2 %
EBIT Normalizado	1 967	(135)	(180)	228	1 881	11.9 %
<b>EBITDA Normalizado</b>	<b>2 742</b>	<b>(131)</b>	<b>(268)</b>	<b>236</b>	<b>2 580</b>	<b>8.8 %</b>
Margen EBITDA Normalizado	30.6 %				31.1 %	113 pb

EMEA	9M24	Ámbito	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	9M25	Crecimiento orgánico
Volúmenes	68 921	162	-	(10)	69 073	(0,0) %
<b>Ingresos</b>	<b>6 579</b>	<b>(7)</b>	<b>127</b>	<b>278</b>	<b>6 978</b>	<b>4,3 %</b>
Costo de ventas	(3 403)	19	(62)	(77)	(3 523)	(2,3) %
<b>utilidad bruta</b>	<b>3 176</b>	<b>12</b>	<b>65</b>	<b>202</b>	<b>3 454</b>	<b>6,4 %</b>
SG&A	(1 994)	(54)	(44)	(40)	(2 131)	(2,0) %
Otros ingreso operativo/(gastos) operativos	126	14	4	16	159	11,1 %
EBIT normalizado	1 308	(27)	25	177	1 483	13,9 %
<b>EBITDA normalizado</b>	<b>2 070</b>	<b>(27)</b>	<b>40</b>	<b>200</b>	<b>2 283</b>	<b>9,8 %</b>
Margen EBITDA normalizado	31,5 %				32,7 %	166 pb

Asia-Pacífico	9M24	Ámbito	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	9M25	Crecimiento orgánico
Volúmenes	70 958	(93)	-	(5 200)	65 665	(7,3) %
<b>Ingresos</b>	<b>5 074</b>	<b>(6)</b>	<b>(71)</b>	<b>(356)</b>	<b>4 641</b>	<b>(7,0) %</b>
Costo de ventas	(2 381)	(17)	32	192	(2 174)	8,0 %
<b>utilidad bruta</b>	<b>2 694</b>	<b>(23)</b>	<b>(39)</b>	<b>(164)</b>	<b>2 466</b>	<b>(6,1) %</b>
SG&A	(1 575)	(13)	23	77	(1 487)	4,9 %
Otros ingreso operativo/(gastos) operativos	82	0	(0)	(9)	73	(11,4) %
EBIT normalizado	1 202	(36)	(16)	(96)	1 053	(8,2) %
<b>EBITDA normalizado</b>	<b>1 689</b>	<b>(36)</b>	<b>(22)</b>	<b>(123)</b>	<b>1 508</b>	<b>(7,4) %</b>
Margen EBITDA normalizado	33,3 %				32,5 %	(12) pb

Sociedades globales de exportación y holding	9M24	Ámbito	Conversión de divisas	Crecimiento orgánico	9M25	Crecimiento orgánico
Volúmenes	244	(9)	-	16	252	6,9 %
<b>Ingresos</b>	<b>323</b>	<b>82</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>416</b>	<b>3,5 %</b>
Costo de ventas	(408)	(51)	(2)	(22)	(484)	(5,9) %
<b>utilidad bruta</b>	<b>(86)</b>	<b>31</b>	<b>(0)</b>	<b>(12)</b>	<b>(68)</b>	<b>(13,1) %</b>
SG&A	(1 101)	86	(3)	(5)	(1 023)	(0,5) %
Otros ingreso operativo/(gastos) operativos	(5)	0	(2)	17	11	-
EBIT normalizado	(1 191)	117	(5)	0	(1 079)	0,0 %
<b>EBITDA normalizado</b>	<b>(784)</b>	<b>114</b>	<b>(1)</b>	<b>91</b>	<b>(580)</b>	<b>13,2 %</b>