

### WALMART DE MÉXICO Y CENTROAMÉRICA REPORTA VENTAS DE FEBRERO 2015

México, D.F., a 4 de marzo de 2015

Wal-Mart de México, S.A.B. de C.V. (BMV: WALMEX) informa a sus accionistas y al público inversionista en general, que durante el mes de febrero de 2015 sus ventas ascendieron a **\$33,856 millones de pesos**, importe que representa un incremento de **9.0%** sobre las ventas obtenidas el mismo mes del año anterior.

#### Ventas Totales

	Febrero			Enero - Febrero		
	2015 Millones MXN	2014 Millones MXN	% Crec.	2015 Millones MXN	2014 Millones MXN	% Crec.
México	28,368	26,567	6.8	61,288	57,140	7.3
Centroamérica *	5,488	4,491	22.9	11,338	9,306	21.8
<b>Consolidado</b>	<b>33,856</b>	<b>31,058</b>	<b>9.0</b>	<b>72,626</b>	<b>66,446</b>	<b>9.3</b>

\*El incremento en ventas de Centroamérica incluye el efecto de las fluctuaciones cambiarias.

#### Ventas México

Las ventas totales de México crecieron **6.8%** sobre las ventas obtenidas el mismo mes del año anterior. Las ventas a unidades iguales, es decir, considerando todas aquellas unidades que tienen más de un año en operación, registraron un crecimiento de **4.6%** respecto al año anterior.

Considerando el **periodo de 4 semanas** que abarca del **31 de enero al 27 de febrero de 2015** y que compara con las 4 semanas que terminaron el 28 de febrero de 2014, las ventas totales se incrementaron **6.6%** y las ventas a unidades iguales registraron un crecimiento de **4.4%**.

#### Crecimiento en Ventas México 2015

	Calendario		Semanas Comparables		
	Unidades Totales %	Unidades Iguales %	Número de Semanas	Unidades Totales %	Unidades Iguales %
Enero	7.7	5.6	4	7.5	5.4
Febrero	6.8	4.6	4	6.6	4.4
<b>Enero-Febrero</b>	<b>7.3</b>	<b>5.1</b>	<b>8</b>	<b>7.0</b>	<b>4.9</b>

El monto promedio de compra registró un aumento de 6.6% y el número de transacciones en nuestras tiendas durante el mes de febrero registró un decremento a unidades iguales de 2.0%.

Las referencias que en este documento 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.



## *Ventas Centroamérica*

En el caso de Centroamérica, las ventas totales sin considerar los efectos de las fluctuaciones cambiarias crecieron 10.9% y las ventas a unidades iguales registraron un crecimiento de 7.9%.

## *Aperturas*

En el mes de **febrero**, abrimos cuatro unidades:

**México:** tres unidades.

- **Una Mi Bodega** en Halachó, Yucatán.
- **Dos Bodega Aurrerá Express**, una en Saltillo, Coahuila y una en Atlixco, Puebla.

**Centroamérica:** una unidad.

- **Un supermercado** en Heredia, Costa Rica.

Adicionalmente, durante **marzo** hemos abierto:

**México:** una unidad.

- **Una Bodega Aurrerá Express**, en la Ciudad de México.

## *Recompra de Acciones*

Del 1 de enero al 28 de febrero de 2015, invertimos **\$100** millones de pesos en la recompra de **3,260,000** acciones propias.

## *Responsabilidad Social Corporativa*

El 9 de febrero la organización Cáritas de Nicaragua reconoció a Walmart de México y Centroamérica por el apoyo que ha brindado al Banco de Alimentos desde su fundación en 2012. En 2014, la compañía donó alrededor de 124 toneladas de alimento para beneficiar mensualmente a más de 12,200 personas en Nicaragua.

En el marco de la inauguración del Pabellón PyME 2015, Walmart de México y Centroamérica dio a conocer el 16 de febrero que las 100 pequeñas empresas mexicanas que participan en el programa Adopta una PyME vendieron en 2014 más de 1,300 millones de pesos. El programa Adopta una PyME ofrece a las empresas capacitación en habilidades administrativas y comerciales, análisis de comportamiento de mercado y ventas, así como apoyo en el desarrollo de planes de negocio y promotoría de sus productos. Actualmente, estas 100 empresas proporcionan más de 4 mil productos en tiendas Bodega Aurrerá, Superama y Walmart a nivel nacional.

---

Las referencias que en este documento 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.



## Descripción de la Compañía

WALMEX es una empresa del Sector Comercial, cuyas acciones cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores desde el año de 1977. Al cierre de **febrero de 2015**, operaba **2,986** unidades comerciales:

<b>2,295 México</b>	<b>691 Centroamérica</b>
1,666 Bodegas Aurrerá: 462 Bodegas 309 Mi Bodegas 895 Bodegas Express	477 Tiendas de Descuento 97 Supermercados 22 Walmarts 94 Bodegas 1 Club de Precios
251 Walmarts 159 Sam's Clubs 93 Superamas 116 Suburbias 10 Farmacias Medimart	

Al día de hoy, Walmex opera **2,987** unidades comerciales, incluyendo la unidad abierta en marzo de 2015.

## Claves de Cotización

<b>Bolsa Mexicana de Valores:</b>	<b>Bloomberg:</b>	<b>Reuters:</b>	<b>Programa Patrocinado de ADR's:</b>
Walmex	WalmexV MM WMMVY US	WalmexV.Mx WMMVY.Pk	WMMVY

## Páginas de Internet

Relación con Inversionistas: [www.walmex.mx](http://www.walmex.mx)

Corporativa: [www.walmartmexicoycam.com.mx](http://www.walmartmexicoycam.com.mx)

De los distintos formatos:

[www.walmart.com.mx](http://www.walmart.com.mx)

[www.sams.com.mx](http://www.sams.com.mx)

[www.superama.com.mx](http://www.superama.com.mx)

[www.suburbia.com.mx](http://www.suburbia.com.mx)

[www.bancowalmart.com](http://www.bancowalmart.com)

## Contactos

<b>Relación con Inversionistas</b>	<b>Comunicación Corporativa</b>
Mariana Rodríguez de García +52(55) 5283-0289 <a href="mailto:Mariana.Rodriguez@wal-mart.com">Mariana.Rodriguez@wal-mart.com</a>	Antonio Ocaranza Fernández +52(55) 5283-0271 <a href="mailto:Antonio.Ocaranza@wal-mart.com">Antonio.Ocaranza@wal-mart.com</a>

Nota: La información presentada en este documento es preliminar.

Las referencias que en este documento 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.

