

Grupo Bafar 2T25 - Llamada de Resultados

Moderador: Buenos días a todos. Mi nombre es Daniela y seré quien coordine esta llamada. Les doy una cordial bienvenida a la conferencia trimestral de Grupo Bafar, correspondiente al segundo trimestre de 2025.

Quiero informarles que todos los participantes se encuentran silenciados para evitar cualquier interferencia de fondo. Después de la presentación del ponente, tendremos una sesión de preguntas y respuestas, y en ese momento les proporcionaremos las instrucciones para participar. Me complace informarles que el día viernes 25 de julio, Grupo Bafar publicó sus resultados.

Si alguno de ustedes no ha recibido el reporte, recomendamos que se pongan en contacto con el equipo de relación con inversionistas, quienes estarán encantados de enviarles la información. Quiero enfatizar que esta llamada está dirigida exclusivamente a inversionistas y analistas, por lo que no se tomarán preguntas de prensa y no se debería reportar sobre la llamada en medios de comunicación. Es importante mencionar que cualquier declaración a futuro realizada durante esta llamada trimestral está basada en la información disponible en este momento.

Les sugerimos revisar la declaración en el reporte trimestral para obtener más detalles sobre este tema. En este momento, contamos con la presencia de Luis Carlos Piñón, contralor corporativo de Grupo Bafar, quien compartirá los resultados de la compañía. Sin más preámbulo, le doy la palabra a Luis Carlos, Adelante.

Luis Piñón, Contralor: Muchas gracias, Daniela. Muy buenos días a todos.

Gracias por acompañarnos. Es un gusto poder compartir con ustedes los avances de Grupo Bafar durante el segundo trimestre del año. Durante este periodo, enfrentamos un entorno desafiante a nivel global.

La persistencia de las presiones inflacionarias, la volatilidad de los mercados financieros, así como las tensiones geopolíticas internacionales, han generado un panorama de incertidumbre que ha impactado las cadenas de suministro, los precios de las materias primas y las decisiones de consumo e inversión. En México, la economía ha mostrado signos de desaceleración en comparación con años anteriores, con una inflación que, si bien ha comenzado a moderarse, continúa afectando los costos operativos y la demanda en ciertos sectores. Adicionalmente, el tipo de cambio y la política monetaria siguen siendo factores relevantes que inciden en la operación de las empresas.

Nuestra estrategia se mantiene firme, promover un crecimiento sostenible, diversificado y eficiente. Este enfoque se ha traducido en avances operativos, inversiones estratégicas y una sólida posición financiera. Al cierre del segundo trimestre del 2025, nuestras ventas netas consolidadas, acumuladas, crecieron un 16%, alcanzando \$15,672 millones de pesos, impulsadas por un mayor volumen de ventas y una mejor combinación en productos con valor agregado en la división de alimentos, y avances importantes en el resto de divisiones.

Por su parte, el EBITDA alcanzó \$2,991 millones de pesos, con un crecimiento del 14% y un margen sobre ventas del 19%. Finalmente, la utilidad neta se ubicó en \$2,349 millones de pesos, con un margen neto del 15%, impulsada por las eficiencias operativas, una sólida estrategia de costos y un efecto favorable por la utilidad cambiaria.

Por su parte, la división de alimentos, continúa siendo el motor principal del grupo, alcanzando ventas por poco más de \$7,500 millones de pesos, lo que representa un crecimiento del 15% respecto al mismo periodo del año anterior.

Este resultado fue impulsado por la expansión de tiendas propias y una mejor mezcla de productos. El EBITDA se ubicó en \$989 millones, con un margen del 13%, mientras que la utilidad de operación alcanzó \$701 millones de pesos. Durante el trimestre, realizamos inversiones en esta división por poco más de \$650 millones de pesos, destinadas principalmente a la ampliación de nuestro centro de distribución en Chihuahua, lo que nos permitirá incrementar en 205% la capacidad de almacenamiento congelado.

Además, avanzamos en la construcción del centro de distribución de El Paso, Texas, lo cual nos permitirá fortalecer nuestros procesos de automatización en todo el norte de México. También continuaremos con la estrategia de digitalización y avanzamos en el proceso de certificación como un excelente lugar para trabajar bajo la certificación “Great Place to Work”. Por su parte, Fibra-Nova alcanzó ingresos por poco más de \$392 millones de pesos, mostrando un crecimiento del 28% frente al segundo trimestre del 2024.

Principalmente por el arranque de nuevos contratos con empresas como ZF, ATI y Breakparts en Ciudad Juárez. El EBITDA se incrementó en 34%, alcanzando los \$374 millones de pesos, con un margen del 95%, lo que refleja el enfoque rentabilidad de la fibra y la alta eficiencia de operación. Durante el trimestre, firmamos dos nuevos contratos de arrendamiento, lo que nos permitió ocupar por completo nuestro inventario de edificios en Ciudad Juárez y dar inicio al desarrollo de nuestra reserva territorial como una fase 2. Esta área abarca más de 37 hectáreas, cuenta con infraestructura y servicios listos para recibir a futuros inquilinos.

Las inversiones realizadas durante el periodo ascendieron a \$752 millones destinados a proyectos como el Parque Norte en Chihuahua y la conclusión del Parque Industrial en Ciudad Juárez. La deuda neta se redujo en 17% comparado con el año pasado, ubicándose en \$5,188 millones y el LTV bajó a \$24.5, lo que refuerza la solidez financiera de la división y esta disminución de la deuda se produce gracias a la capitalización que recibimos en julio del año pasado. Por su parte, la división financiera continúa consolidándose como un pilar de apoyo para nuestros aliados estratégicos por lo que durante el trimestre logramos una colocación de cartera de \$1,196 millones impulsada principalmente por la creciente demanda de nuestros productos de financiamiento y factoraje.

Este desempeño está alineado con nuestra visión de ofrecer soluciones de liquidez diseñadas a la medida de las necesidades operativas de nuestros clientes. Como resultado, los ingresos crecieron 36%, alcanzando \$284 millones al tiempo que mantenemos un sano índice de morosidad por lo debajo del 2%. Continuamos concretando la expansión del producto B-Cash, llegando a poco más de 500 tarjetas en zonas geográficas clave, incrementando nuestra penetración de mercado y consolidando nuestro enfoque de inclusión financiera y atención oportuna.

Por su parte, los resultados consolidados del grupo al segundo trimestre del 2025, las ventas netas consolidadas crecieron 16% para alcanzar los poco más de \$7,931 millones de pesos que ya comentábamos, impulsados principalmente por un mayor volumen de ventas derivado del sólido desempeño de la división retail. La utilidad de operación creció 12% al ubicarse en \$1,439 millones y un EBITDA que aumentó un 14%, alcanzando \$1,696 millones con un margen del 21%. La utilidad neta fue de \$1,580 millones con un margen del 20%, impulsada por eficiencia operativa de una favorable utilidad cambiaria.

Por su parte, la situación financiera al cierre de este trimestre, realizamos inversiones de capital acumuladas por un total de \$2,734 millones, destinados principalmente al desarrollo inmobiliario y a la modernización de infraestructura logística en alimentos. El ciclo de conversión de efectivos se ubicó en 32 días, gracias a una eficiente gestión de cobranza y pagos. Nuestra deuda bancaria alcanzó los \$18,214 millones con un 63% en largo plazo y una cobertura natural de ingresos en dólares.

Los resultados de este trimestre reflejan una operación disciplinada y resiliente. Seguimos comprometidos con generar valor a largo plazo para nuestros inversionistas y nuestros grupos de interés. Por último y para concluir, nuestras expectativas para este cierre del 2025 es continuar creciendo en ventas en poco más del 15%, alcanzar un crecimiento de EBITDA del 16% con un margen del 17% al 18%.

Estamos estimando concluir un CAPEX de poco más de \$5,000 millones en todas las divisiones del grupo. Con esto concluyo mis comentarios. Dejo la palabra a la operadora para que, si tienen alguna pregunta.

Moderadora: Muchas gracias. Comenzaremos con la sesión de preguntas y respuestas. Si quieren hacer una pregunta, por favor pueden dar clic en el botón de alzar la mano.

Este está ubicado en la parte inferior de la pantalla. Si están conectados vía telefónica, por favor marcamos asterisco 9. Les recuerdo que todas las líneas se encuentran silenciadas. Cuando sea turno para preguntar, se habilitarán los micrófonos y podrán quitar el silencio para hacer una pregunta.

Haremos una pausa para preguntas.

Nuestra primera pregunta viene de Martín Lara de Miranda Global Research.

Martin Lara: ¿Qué tal? Buenos días.

Felicidades por los resultados. Tengo dos preguntas. ¿Podrían dar más detalles de la estrategia de inteligencia artificial y qué beneficios esperan obtener? ¿Y creen que tendrá algún costo de implementación? Y la segunda es, ¿cómo están viendo la apertura de tiendas para la segunda mitad del año en el negocio de alimentos?

Luis Piñón, Contralor: Muchas gracias, Martín.

Gracias por acompañarnos. Pues sí, miren, el tema lo hemos comentado ya en varios trimestres. El grupo está invirtiendo fuerte en todo el tema de digitalización.

Te puedo decir que son varios frentes en el cual estamos buscando llegar como parte final en el tema de inteligencia artificial. Te puedo decir que estamos invirtiendo fuerte en el tema de robotización de todo el tema de plantas. Tenemos una estrategia muy clara de Internet de las Cosas en todo el tema de tiendas, centros de distribución, incluso las áreas de manufactura.

Acabamos de concluir un proyecto muy ambicioso de un Data Lake que combinará toda la data que está generando todo este proceso de automatización en plantas, centros de distribución, tiendas, más la propia información que genera el ERP. Acabamos también de implementar un módulo muy importante logístico de SAP que se llama IBP, que prácticamente pone en punta de lanza con una inteligencia ya muy avanzada en el tema logístico. Entonces, todo ello se combina para poder llegar a tener datos que por medio de agentes podamos tener procesos más automatizados y con inteligencia artificial.

Lo hemos comunicado que hemos hecho alianzas importantes con grupos como Google y como otras compañías en el ramo tecnológico que nos permitirán seguir avanzando en este roadmap tecnológico. Te decía que la meta prácticamente que estamos ahorita planteándonos con el tema de robotización Data Lake es poder generar agentes que ciertos procesos back office, ciertos procesos de atención a clientes y ciertos procesos comerciales puedan realizarse a través de agentes. Por ejemplo, recientemente lanzamos uno en el área de retail a través de ventas por medio de WhatsApp, donde gran parte del proceso lo atiende ya agentes de manera automática al tener conectado todo este ecosistema que ya te comentaba.

Entonces, esa es la estrategia del grupo, seguir digitalizando fuertemente todas las unidades de negocio. Y con lo que me preguntabas de la apertura de tiendas, pues el plan es muy ambicioso. Esperamos concluir este año con cerca de 60 tiendas más.

El próximo año traemos un plan agresivo de aperturar 100 tiendas. Entonces, el plan de crecimiento en los próximos años de esta división se vuelve exponencial. Creemos que vamos a muy buen ritmo.

Nos está yendo muy bien. El periodo de madurez de las tiendas está siendo cada vez más corto, lo cual nos da certidumbre de que el modelo de negocio sigue siendo replicable y escalable en como lo estamos pensando.

Martin Lara: Muy bien, muchas gracias.

Luis Piñón, Contralor: Saludos.

Martin Lara: Saludos.

Moderador: Muchas gracias. Nuestra siguiente pregunta viene de Carlos Alcaraz de Apalache.

Carlos Alcaraz: Hola, ¿qué tal? Gracias por la llamada y por tomar mis preguntas. Tengo un par de ellas.

Primero, consultarles cuánto tomará el desarrollo del nuevo CEDIS que están construyendo en el paso y qué monto de inversión estiman para este proyecto. Y la segunda, ¿cómo observan el volumen de venta sin considerar las aperturas recientes? Esto para entender un poco el breakdown de crecimiento en el volumen.

Luis Piñón, Contralor: Gracias, Carlos. Pues mira, en el tema de la construcción del centro de distribución de Paso, Texas, estamos pensando inaugurarlos a finales de septiembre. Entonces, prácticamente se está concluyendo esa construcción. La inversión ronda cercana a los \$30 millones de dólares.

También tiene una fuerte inversión en energía renovable. Estamos empezando a invertir poco más de \$2 millones de dólares en sistemas fotovoltaicos en esa ubicación, como el resto de la estrategia del grupo en todos los inmuebles del grupo. Este no fue la excepción.

Entonces, pues ya está prácticamente por arrancar. O sea, a finales de septiembre se pretende inaugurar. Y, por otra parte, el volumen de ventas, bueno, vimos un efecto importante precisamente con todo el tema de los movimientos de tipo de cambio.

El cambio que hubo en precisamente en ciertos commodities. Seguimos creciendo mucho en la venta de exportación, en la venta hacia otros países. Eso lo vemos muy positivo.

Creo que la mezcla de productos, en cuanto sigamos creciendo dolarizado, nos sentimos bastante cómodos. Entonces, esto lo vemos que fue un tanto coyuntural en estos primeros seis meses del año. No sabemos si al futuro o en estos siguientes meses se siga viendo con el mismo dinamismo.

Sin embargo, en la mezcla de productos de exportación fue muy positivo en estos primeros seis meses. En el tema del crecimiento en ventas en tiendas es el rubro que más vemos que constantemente sigue creciendo. Las aperturas siguen incorporando fuertes porcentajes de incremento en ventas.

A tiendas iguales seguimos creciendo también. Como lo platicaba hace unos momentos, el tema de la madurez de las tiendas lo estamos viendo muy positivo. La penetración en mercados donde teníamos poca presencia también.

Prácticamente estamos ubicados ya en todo el país. En estos próximos meses estaremos prácticamente aperturando en el único estado que no tenemos presencia, que es Oaxaca. Entonces, eso ha hecho que nuestra presencia ya en tener más de una tienda en una ciudad ha hecho que la madurez de la tienda sea en un periodo más corto.

Ya somos una marca conocida en prácticamente todas las ciudades. Sigue siendo un reto el monstruo de la Ciudad de México, pero el plan de expansión sigue siendo atacar todo el país. Entonces, por eso la mezcla de productos de exportación y tiendas es lo que más nos impulsó en este trimestre las ventas.

Carlos Alcaraz: Ok. Sobre este último tema, otra pregunta, Luis Carlos, si me permites. Por ejemplo, ante esta coyuntura justo que mencionas de los commodities, ¿van a mantener su ritmo de apertura de tiendas o van a tratar de desacelerar un poco el despliegue del CAPEX?

Luis Piñón, Contralor: No, no. Lo platicábamos ahorita, al contrario. O sea, lo que quisiéramos es acelerarlo. O sea, te platicaba que el plan es muy agresivo de tiendas.

Te platicaba tratar de cerrar con un poco más de 60 ubicaciones en este año, más poco más de 100 en el próximo año. Entonces, esto ha generado un reto de que, al contrario, seguimos apostándole a esas unidades de negocio. Creemos que es bastante resiliente.

A pesar de que el mercado se ha contraído un poco, creo que hemos sido bastante competitivos en el tema de que el tipo de cambio haya bajado. Tanto nos dio una fortaleza en cuanto a nuestros márgenes y también poder ser competitivos en los precios que damos a nuestros clientes. Eso nos ha hecho tomar ciertas ventajas en cuanto al mercado, básicamente robándole a competidores o tomando mercado de competidores gracias a la competitividad de precios y los márgenes que tenemos.

Entonces, no vemos un motivo por el cual desacelerar, sino al contrario, seguir impulsando ese crecimiento agresivo en esa división.

Carlos Alcaraz: Perfecto. Muchas gracias y felicidades una vez más por los ingresos récords.

Luis Piñón, Contralor: Gracias.

Moderador: Gracias. Les recuerdo que pueden presionar asterisco 9 para preguntar desde una línea telefónica o dar clic en el botón de alzar la mano, ubicado en la parte inferior de la pantalla.

Pausaremos una vez más para esperar cualquier pregunta adicional. No hemos recibido ninguna pregunta adicional, así que eso concluye nuestra sesión de preguntas y respuestas. Muchas gracias.

Me gustaría ceder la palabra a Luis Carlos Piñón para sus comentarios de conclusión.

Luis Piñón, Contralor: Pues muchas gracias a todos por acompañarnos el día de hoy a la conferencia de resultados de Grupo Bafar al segundo trimestre. Pueden escribirnos si tienen alguna duda adicional.

Apreciamos mucho su interés en Grupo Bafar y en nuestros resultados y esperamos hablar con ustedes próximamente. Saludos.

Moderador: Con eso concluye la llamada trimestral. Pueden desconectarse ahora.