

Amazon destrona a Walmart y se convierte en la empresa con mayores ingresos del mundo

La minorista estadounidense reportó ventas anuales por US\$713.200 millones, versus los US\$716.924 de la gigante del comercio electrónico.

PATRICIA SAN JUAN

La gigante del comercio minorista Walmart dio a conocer este jueves sus resultados correspondientes al cierre del 2025, los que resultaron mayores a los esperados. Walmart tuvo ganancias por acción el año fiscal 2025, terminado el 31 de enero, por US\$2,73 con un aumento de 13,3% frente a las de 2024, mientras sus ingresos se elevaron en 4,7% a US\$713.200 millones. La compañía estimó además que sus ventas crecerán entre 3,5% y 4,5% este año, cifra menor a la esperada por los analistas.

PÉRDIDA DE LIDERAZGO

Pese al favorable desempeño de sus negocios en 2025, la compañía estadounidense perdió la posición que había ostentado por décadas como la empresa con mayores ingresos a nivel mundial, al ser destronada por Amazon.

Las ventas de Walmart fueron menores a los ingresos por US\$716.924 millones para 2025 reportados por Amazon a inicios de febrero, los que representaron un alza 12,4%.

De este modo, la compañía fundada en 1994 por Jeff Bezos se posicionó por primera vez como la empresa con mayores ingresos totales a nivel mundial, después de multiplicar por más de seis su cifra de negocio en la última década y dispararla hasta 67 veces respecto de 2006, cuando lanzó Amazon Web Services (AWS).

DIVERSIFICACIÓN DE LOS NEGOCIOS

Al respecto Emanuele Santos, analista de mercados de la plataforma global de inversiones XTB Latam sostuvo que el hito es más simbólico que financiero, pero relevante como señal de escala y al-

cance.

“La clave del hito es que Amazon ya no es solo retail: el salto se explica por un modelo de varios motores, donde cloud computing empuja el tamaño del grupo. AWS aporta una porción decisiva del crecimiento y del perfil del negocio; de hecho, sin AWS, los ingresos de Amazon quedarían en alrededor de US\$588.000 millones, todavía enormes, pero por debajo de los de Walmart”, indicó.

Asimismo señaló que Amazon no le gana a Walmart únicamente en la caja registradora, sino que suma una línea de infraestructura digital que Walmart no opera. A esto, indicó se agregan fuentes de ingresos de mayor calidad relativa, como la publicidad, las suscripciones Prime y los servicios a terceros vendedores, que amplían la monetización del tráfico y la logística. “No es menor que el ecosistema de Amazon combine volumen (retail) con negocios más escalables (nube y servicios), una mezcla que tiende a influir más en cómo el mercado valora el crecimiento a largo plazo que en el simple ranking por ventas”, afirmó.

Por eso aseveró que desde la óptica competitiva, el hito no cambia el hecho que la pelea en el consumo cotidiano seguirá muy pareja y, en algunos frentes, incluso se endurece ya que Walmart llega con una ventaja estructural en presencia física y en categorías de alta frecuencia, en especial en abarrotes, y viene reforzando su propuesta omnicanal usando tiendas como nodos de distribución para acelerar las entregas y sostener su participación en e-commerce. Además, su guía cauta suele leerse como un termómetro de un consumidor más sensible al precio en un entorno macro todavía irregular. ●

