

RESULTADOS

Grupo Falabella

2Q25

FALABELLA



+ falabella.com

SODIMAC

TOTTUS

mallplaza

Banco Falabella

1. COMENTARIO GERENTE GENERAL

- Los resultados del segundo trimestre reflejan la constante evolución en nuestra forma de operar, mediante una estrategia enfocada, una asignación eficiente de recursos y el fortalecimiento de la propuesta de valor de nuestro ecosistema. Estos progresos consolidan nuestra posición competitiva y establecen una base más sólida para un crecimiento rentable y sostenido, con al cliente en el centro.
- De esta forma, **los ingresos trimestrales consolidados aumentaron 9% a/a**, logrando una **mejora significativa y transversal en el margen EBITDA, que alcanzó 14,9%** (+369 pb vs 2Q24; 15,0% de Margen EBITDA en 1S25), reflejo de nuestra propuesta de valor diferenciada y una gestión transversal más ágil y focalizada. La utilidad, excluyendo el efecto neto de la revalorización de las propiedades de inversión (FV), alcanzó los US\$211 MM (2,4 veces vs 2Q24), mientras que la utilidad neta totalizó US\$390 MM en el trimestre y US\$596 MM en el semestre.
- El Banco Digital mostró un sólido avance, con más de 759 mil aperturas de cuentas y tarjetas de crédito (+15% a/a), superando los 8,1 millones de clientes activos gracias a una propuesta multiproducto que sigue ganando tracción. Las compras con nuestros medios de pago crecieron 19% a/a, y **retomamos el crecimiento de cartera en todos los países** por primera vez desde 1Q23, alcanzando US\$7,3 billones (+11% a/a). Este desempeño se vio acompañado por una mejora de 22% en el costo por riesgo en los tres bancos, reflejando un mayor foco en segmentos de clientes con mejor comportamiento de pago.
- **Nuestros retailers vuelven a mostrar un sólido crecimiento en ingresos (+10% a/a)**, gracias a una propuesta de valor más especialista y a un experiencia omnicanal integrada. Falabella Retail, de la mano de su estrategia multiespecialista, es el retailer que lidera este aumento (+15% a/a), mostrando resultados positivos tanto en tiendas (SSS consolidado de +14%) como en e-commerce (+17% a/a). A su vez, nuestra estrategia digital única y diferenciada continúa ganando tracción en los distintos negocios, con un GMV online del ecosistema que creció 19% a/a, destacando el desempeño de Sodimac (+24% a/a). Por su parte, nuestros *sellers* crecieron sus ventas 36% a/a, reflejo de que las mejores marcas nos eligen como socio estratégico para potenciar su presencia digital.
- **Mallplaza recibió 93 millones de visitas**, reflejo del fortalecimiento de una atractiva propuesta urbana. Como parte del plan de ampliación de 225.000 m² de GLA, anunciamos la expansión de 80.100 m² en siete malls en Chile y Perú, junto con la incorporación de un nuevo formato *premium outlet* (+6.600 m² de GLA), fortaleciendo así nuestra propuesta comercial y capturando oportunidades de mercado.
- La ejecución disciplinada de nuestra estrategia ha acelerado la recuperación de la rentabilidad en negocios clave. En un entorno aún desafiante, este desempeño refuerza nuestra convicción de que estamos bien posicionado para continuar fortaleciendo nuestra rentabilidad de forma sostenida, con impacto para accionistas, clientes y colaboradores.

Principales Indicadores 2Q25 (US\$)

36 MM

Cientes Ecosistema

\$3.405 MM

Ingresos (+9% a/a)

\$506 MM

EBITDA (14,9% margen)

\$211 MM

Utilidad ex FV (6,2% margen)

\$390 MM

Utilidad Neta (11,5% margen)

530/46

Tiendas / Malls
(-2 a/a / -1 a/a)

\$7,3 BN

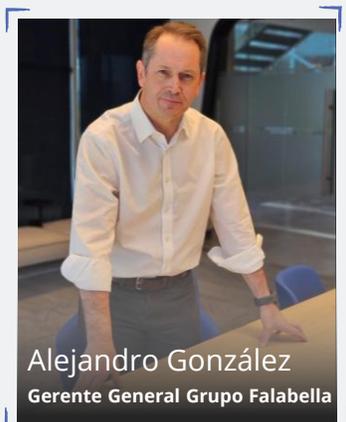
Cartera de Colocaciones
(+11% a/a)

21 MM

Participantes Programa
Lealtad

\$824 MM

GMV Online
(+19% a/a)



Alejandro González
Gerente General Grupo Falabella

2. EXPLICACIONES RESULTADOS 2Q25 (US\$ MM)¹

	2Q24	% ingresos	2Q25	% ingresos	Var (%)
VENTAS TOTALES					
Ventas totales	3.000		3.307		10%
GMV Online	695		824		19%
Ventas totales tiendas físicas	2.305		2.483		8%
ESTADO DE RESULTADOS					
Ingresos negocios no bancarios	2.620	84,2%	2.886	84,7%	10%
Ingresos negocios bancarios	493	15,8%	519	15,3%	5%
Total Ingresos	3.113	100,0%	3.405	100,0%	9%
Ganancia bruta	1.123	36,1%	1.321	38,8%	18%
GAV	(898)	-28,8%	(934)	-27,4%	4%
EBITDA	348	11,2%	506	14,9%	46%
Utilidad Neta	123	4,0%	390	11,5%	217%
Utilidad Neta Excl. Efecto FV*	88	2,8%	211	6,2%	140%
BALANCE					
Caja (negocios no bancarios)	1.053		1.573		49%
Cartera de créditos bruta	6.510		7.253		11%
Deuda financiera neta (exc. bancos)	3.579		2.356		-34%

*Considera efecto neto en la utilidad de los propietarios de la controladora, excluyendo interés minoritario.

Ingresos
US\$3.405 MM
+9% a/a

- Ingresos consolidados crecieron 9% a/a, impulsados principalmente por el sólido desempeño en moneda local de nuestros retailers, gracias a una propuesta de valor especialista atractiva y bien ejecutada. Destaca el crecimiento de Falabella Retail (+15% a/a), reflejo de mejoras en propuesta comercial multiespecialista, y el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +19% a/a). El negocio bancario, por su parte, creció 5% a/a, con colocaciones que crecieron en todos los países en moneda local e ingresos por comisiones que crecieron 17% a nivel consolidado.

EBITDA
US\$506 MM
+46% a/a

- EBITDA consolidado creció 46% a/a, alcanzando US\$506 MM, con un margen de 14,9% en el trimestre. Este resultado fue impulsado por una ganancia bruta 18% superior a la del año anterior, destacando el aporte del negocio bancario (+US\$73 MM), gracias a mayores ingresos operacionales netos y una mejora en la calidad de la cartera, y de Falabella Retail (+US\$66 MM), producto de una gestión más eficiente del inventario, mejoras en la rentabilidad del canal online y fortalecimiento de propuesta comercial. A su vez, los GAV crecieron 4% a nivel consolidado, en línea con la inflación promedio de nuestros mercados, reflejando una estructura organizacional más ágil y enfocada en resultados.

Utilidad
US\$390 MM
+3,2 veces a/a

- Por su parte, el resultado no operacional se vio impactado positivamente, principalmente por la mayor revalorización de las propiedades de inversión a/a y, en menor medida, por menores gastos financieros netos. Como resultado de las mejoras transversales descritas anteriormente, la utilidad neta alcanzó los US\$390 MM (US\$211 MM excluyendo el efecto neto de la revalorización de las propiedades de inversión).

¹ Valores presentados en la tabla corresponden a cifras en moneda funcional (pesos chilenos) convertidas a dólares a tipo de cambio constante. En el caso de las colocaciones, incluye Servicios Financieros México que no consolida en los estados financieros de Falabella S.A.

3. AVANCES EN NEGOCIOS

Ingresos

US\$ 1.445 MM

Mejoramiento Hogar⁽²⁾
(+8% a/a)

US\$ 1.026 MM

Falabella Retail
(+15% a/a)

US\$ 642 MM

Tottus
(+7% a/a)

GMV Online

US\$ 824 MM

Ecosistema
(+19% a/a)

52%

Entregas *Click & Collect*
(+245pb a/a)

MEJORAMIENTO DEL HOGAR

- Continuamos observando una recuperación en las ventas, impulsadas por el sólido desempeño del e-commerce (GMV online +24% a/a), mientras que el SSS de nuestras tiendas aumentó un 9%², reflejo de una experiencia de cliente mejorada y una oferta comercial más robusta.
- En Perú, en línea con la estrategia de renovación del portafolio físico, concluimos la transformación de la tienda Maestro Trujillo a Sodimac, totalizando 8 tiendas a la fecha.
- Nuestras marcas propias siguen demostrando transversalidad y relevancia, con un alza de 1 pp en el share de ventas LTM, impulsadas por una alta penetración: ~60% de las transacciones incluyen al menos un producto de marca propia.

FALABELLA RETAIL

- *Lo último, primero en Falabella:* Seguimos reduciendo la antigüedad de nuestro inventario mediante lanzamientos constantes de colecciones en tendencia, impulsados por colaboraciones con *influencers* y marcas locales, lo que nos permite seguir reforzando nuestro posicionamiento como referentes en moda. Además, continuamos innovando en tiendas con iniciativas como *Outdoors* (Puerto Montt, Chile) y la consolidación de *Active Women*, lanzada el 2S24.
- Nuestra estrategia omnicanal sigue ganando impulso tanto en nuestras tiendas (+14% en SSS, moneda local) como en el canal online (+17% a/a GMV online), reflejo de nuestra propuesta multiespecialista. Por su parte, la penetración de nuestros *sellers* aumentó 3 pp vs 2Q24, destacando categorías como tecnología y calzado, mejorando también la velocidad de despacho de sus ventas con respecto a 2Q24 (+4 pp a/a en el porcentaje de entregas realizadas en un plazo ≤48 horas).

TOTTUS

- El fortalecimiento de nuestra propuesta en *food* y percepción de precios bajos en Chile impulsó un alza de 4% a/a en la frecuencia de compra, apoyado por un surtido 17% mayor.
- En Perú, nuestro formato *discounter*, Precio Uno, sigue tomando fuerza, con ventas creciendo 10% a/a en moneda local, apalancado en una propuesta de precios bajos, así como un surtido y *layout* optimizado.
- Nuestra nueva estrategia omnicanal continúa mostrando buenos resultados, con un GMV online que crece 17% a/a.



² Incluye las operaciones de Sodimac Colombia y México, que no consolidan en los Estados Financieros.

3. AVANCES EN NEGOCIOS

MALLPLAZA

- Mallplaza recibió 93 millones de visitantes en sus centros urbanos y alcanzó un 95,7% de tasa de ocupación, permitiendo aumentar el SSS en 7,2%, destacando el aumento de 23% en el flujo de visitas en Mallplaza Vespucio (Chile) tras la apertura de zona Lifestyle.
- Avanzamos en +80.100 m² de nuevas expansiones en centros de Chile (Mallplaza Trébol, Oeste, Iquique y Antofagasta) y Perú (Mallplaza Angamos, Trujillo y Piura), como parte de nuestro plan de crecimiento de 225.000 m² de GLA. Además, presentamos un nuevo formato *premium outlet* en Mallplaza Mirador de Bío Bío (Chile) y Open Plaza Atocongo (Perú), fortaleciendo nuestra propuesta comercial y rentabilidad por metro cuadrado.

BANCO DIGITAL

- Con +8,1 millones de clientes activos, nuestra propuesta de valor simple y digital sigue ganando tracción. En el trimestre, abrimos +759 mil cuentas y tarjetas (+15% a/a) y las compras con nuestros medios de pago crecieron 19% a/a. Por su parte, Banco Falabella Chile se situó entre las tres marcas bancarias más reconocidas del país (Encuesta Descifra 2025), además de liderar el Digital Banking Maturity en Chile, posicionándose entre los 50 mejores bancos del mundo, según estudio global de Deloitte³.
- Al mismo tiempo, seguimos observando una mejora en los niveles de riesgo de nuestra cartera consolidada (NPL de 2,8%), lo que nos ha permitido expandir las colocaciones en forma sostenible y transversal (+11% a/a), destacando los crecimientos de nuestro banco en Chile (+14% a/a) y de nuestra tarjeta en México (+36% a/a en moneda local).
- Seguimos impulsando nuestra estrategia multiproducto con foco en innovación. En Chile, lanzamos la Cuenta Ahorro en UF 100% digital (+120 mil aperturas en 2Q25), y habilitamos transferencias usando sólo el número de celular. En Perú, relanzamos la Cuenta Sueldo y sumamos un carrusel de productos de Falabella.com con descuentos exclusivos al pagar con CMR desde la app del banco, funcionalidad ya disponible en Chile.
- En línea con lo realizado en Chile y Perú durante 2024, en agosto 2025 nuestro Banco Falabella y Agencia de Seguros en Colombia firmaron una alianza estratégica por cinco años con AXA Colpatria y Metlife, con el objetivo de seguir fortaleciendo nuestra propuesta de seguros en el mercado local.

PROGRAMA DE LEALTAD

- Nuestra propuesta de Puntos + Pesos(\$) ya se encuentra desplegada en todas las tiendas de nuestros retailers en Chile, permitiendo triplicar, desde su lanzamiento, los clientes canjeadores en tiendas. Además, en Perú iniciamos su implementación en el canal online de Falabella Retail y Sodimac.



US\$ 1,7 BN

Ventas Socios
Comerciales – Mallplaza
(+10% a/a)



US\$7,3 BN

Colocaciones⁽⁴⁾
(+11% a/a)

US\$6,7 BN

Compras con débito
y crédito⁽⁴⁾
(+19% a/a)



21 MM

Participantes Activos
Loyalty
(+5% a/a)

³ Estudio *Digital Banking Maturity 2024*, Deloitte Digital.

⁴ Incluye las operaciones de Servicios Financieros en México, que no consolida en los Estados Financieros.

4. METRICAS DE ENDEUDAMIENTO



US\$ 2.356 MM

Deuda
Financiera Neta
(-34% a/a)



1,9x

Deuda Financiera
neta / EBITDA
(No bancario)

CAJA Y LIQUIDEZ

Respecto a los niveles de liquidez de la compañía, al cierre de junio de 2025, el efectivo y equivalentes al efectivo ascendía a US\$3.243 MM a nivel consolidado:

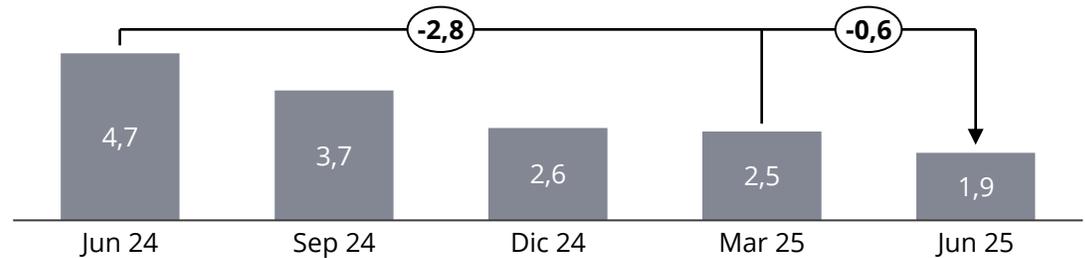
- Negocios no bancarios: US\$1.573 MM (+49% a/a).
- Negocios bancarios: US\$1.670 MM (-3% a/a).

ENDEUDAMIENTO

- Deuda Financiera (después de derivados)⁵ de los negocios no bancarios alcanzó US\$3.928 MM a junio 2025, un 15% menor al periodo comparable.
- Deuda Financiera Neta alcanzó US\$2.356 MM a junio 2025, una disminución del 34% a/a.

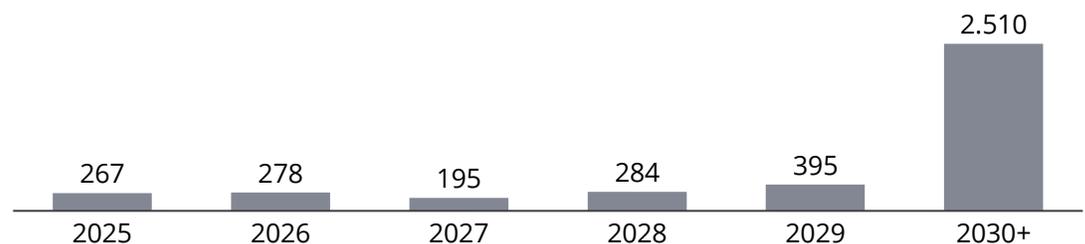
Deuda financiera neta / EBITDA

Negocios no bancarios⁶



Perfil vencimientos deuda (US\$MM)

Negocios no bancarios, después de derivados de cobertura^{7,8}



US\$3.928 MM

Deuda Financiera
(negocios no bancarios)

⁵ Deuda financiera = Préstamos bancarios + Obligaciones con el público + Otros pasivos financieros + Activos de cobertura + Instrumentos derivados.

⁶ EBITDA UDM (Últimos doce meses) = Ganancia bruta - costos de distribución - gastos de administración - gastos por función + depreciación, Deuda financiera neta = deuda financiera - efectivo y equivalentes de efectivo.

⁷ Saldos en US\$ convertidos al tipo de cambio de cierre de cada país.

⁸ La deuda financiera no incluye las operaciones bancarias de Falabella (Banco Falabella Chile, Banco Falabella Perú y Banco Falabella Colombia).

5. AVANCES EN SOSTENIBILIDAD

FALABELLA



En nuestros más de 135 años de historia, hemos construido nuestro liderazgo y sostenibilidad en base a la responsabilidad por nuestros impactos, la innovación y la capacidad de crear permanentemente valor y oportunidades para las personas y la sociedad.

AMBIENTAL

- **Inauguración de planta fotovoltaica en Mallplaza Vespucio, Chile.** Cuenta con más de 1.760 paneles bifaciales en el sexto piso de su estacionamiento, siendo la planta fotovoltaica más grande instalada en un centro comercial en Chile, la que abastecerá el 50% del consumo energético de la nueva zona Lifestyle, evitando la generación de 425 toneladas de CO2 al año.
- **Visita de Cámara de Comercio de Santiago (CCS) a Centro de Logística Omnicanal Falabella (LOF2).** En el marco de la implementación del Acuerdo de Producción Limpia (APL) de *packaging* de e-commerce, Falabella recibió al equipo de sostenibilidad de la CCS en su centro logístico, instancia en la que se revisaron avances y desafíos en la estrategia de envases y embalajes de la compañía.

SOCIAL

- **Todos los motores de crecimiento del Grupo Falabella** – Sodimac, Falabella, Tottus, Mallplaza y Banco Falabella– **obtuvieron la máxima calificación en el índice Equidad CL 2025** de Pride Connection Chile, que destaca a los mejores lugares para el talento LGBTI+.
- **Falabella Perú obtiene su segundo Effie de Oro por la campaña “Arriba peruanas tal como somos”**, en la categoría Reputación Corporativa.
- **56 años del Programa Haciendo Escuela:** Falabella conmemora los 56 años de trabajo sostenido junto a comunidades educativas en todo Chile. Actualmente 49 escuelas del país son parte del programa, impactando directamente a más de 23.000 estudiantes de enseñanza básica.
- **Gran Feria de Capacitación Chile 2025.** La 13° versión de la Gran Feria de Capacitación de Sodimac registró un nuevo hito: más de 60.000 capacitaciones gratuitas entregadas a maestros y maestras especialistas de la construcción, combinando actividades presenciales y online.

GOBERNANZA

- **Grupo Falabella es reconocido entre las 20 compañías con mejores prácticas de sostenibilidad tributaria** de la Alianza del Pacífico, de acuerdo al Índice de Sostenibilidad Impositiva (ISI), elaborado por Centro Contribuye.

6. HECHOS DEL PERIODO

- **Pago de dividendos.** El 22 de abril se realizó la Junta Ordinaria de Accionistas de Falabella, en la cual se adoptaron, entre otros acuerdos, el reparto de un dividendo definitivo y final, con cargo a las utilidades líquidas distribuibles del Ejercicio 2024, de \$47 por acción, el que se pagó el día 6 de mayo.
- **Venta Activos:** En línea con nuestra estrategia de simplificación y foco dentro del ecosistema, se avanzó en dos iniciativas relevantes: 1) Juan Valdez (Chile): El 2 de abril, Falabella Retail y Copec firmaron acuerdo para la venta de la participación de Falabella Retail en la franquicia Juan Valdez en Chile y 2) Open Plaza Kennedy (Chile): El 14 de abril se concretó la venta de Open Plaza Kennedy a Parque Arauco, por 4,4 millones de UF.
- **Organización Corona ejerce derecho de venta.** El 9 de junio, Organización Corona S.A., comunicó a Falabella el ejercicio de su derecho de venta de la totalidad de las acciones en que consisten sus participaciones minoritarias en filiales de Falabella en Colombia, conforme a los acuerdos de accionistas vigentes.
- **Término de Pacto de Accionistas.** El 30 de junio, los grupos miembros del Grupo Controlador informaron que el Pacto de Accionistas, terminaría con fecha 1 de julio de 2025 por expiración de su plazo de vigencia y la no renovación del mismo.

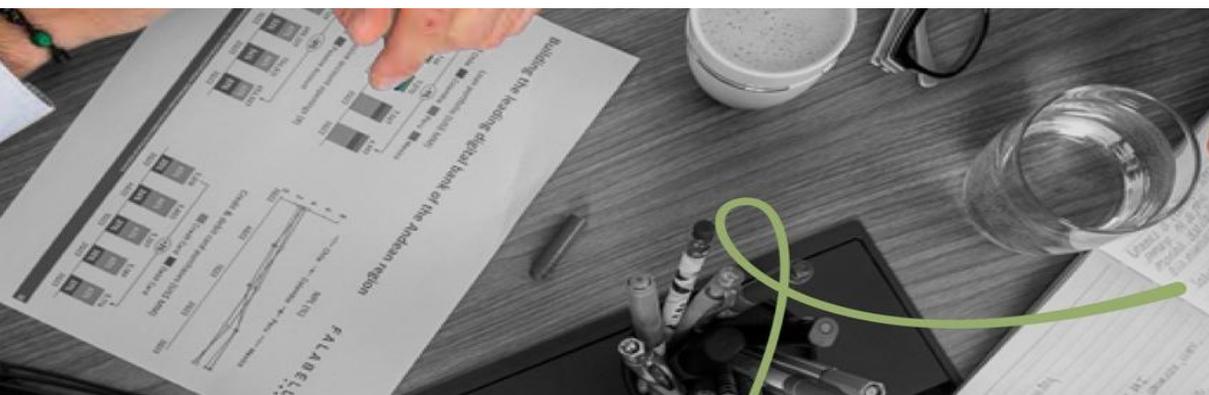
7. HECHOS POSTERIORES

- **Rescate anticipado de bonos.** Con fecha 17 y 26 de junio, Grupo Falabella anunció el rescate anticipado de sus bonos locales Serie AG y AD, respectivamente. Los bonos Serie AG fueron rescatados, el día 18 de julio, al valor equivalente en pesos a esa fecha de UF 1.013.200, mientras que el bono Serie AD fueron rescatados el día 1 de agosto, por un monto equivalente a UF 3.046.146, por un total cercano a US\$170 millones.



US\$170 MM

Rescate anticipado de bonos anunciados durante el trimestre



8. ANEXOS

#1	Resultados por Motor de Crecimiento
#2	Resultado por País
#3	Negocio Financiero
#4	Resultados Consolidados del periodo
#5	Ingresos Retail
#6	Indicadores Canal Online
#7	Número de Locales y Superficie de Ventas Formatos Retail
#8	Número de Centros Comerciales y Superficie Arrendable de Operadores Inmobiliarios
#9	Días de Cobro, de Pago y de Mantención de Inventario
#10	Leverage y Perfil de Vencimientos de Deuda
#11	Estados Financieros Consolidados

Notas:

- Todas las cifras en dólares de EE.UU. están calculadas en base al tipo de cambio observado al 1 de julio de 2025: 933,42 \$/US\$.
- Simbología para trimestres: 1Q, 2Q, 3Q y 4Q.
- Simbología para períodos acumulados: 6M, 9M, 12M.
- Simbología monedas: \$: pesos chilenos; US\$: dólares de EE.UU.; PEN: nuevos soles de Perú; COP: pesos colombianos; ARS: pesos argentinos; BRL: reales de Brasil; MXN: pesos mexicanos
- M: miles; MM: millones; Bn: miles de millones.
- a/a: periodo comparado con el mismo periodo del año anterior.
- t/t: trimestre comparado con el trimestre inmediatamente anterior.
- UDM: últimos doce meses.

1. RESULTADOS POR MOTOR DE CRECIMIENTO⁹ (MM\$)

Trimestral 2Q25

	Sodimac			Falabella Retail			Tottus			FALABELLA		
	2Q24	2Q25	(%, pbs)	2Q24	2Q25	(%, pbs)	2Q24	2Q25	(%, pbs)	2Q24	2Q25	(%, pbs)
Ingresos	880.814	939.234	6,6%	834.674	957.542	14,7%	557.974	599.077	7,4%	2.905.664	3.178.229	9,4%
Ganancia Bruta	258.900	277.742	7,3%	301.248	363.094	20,5%	142.843	158.016	10,6%	1.048.156	1.233.270	17,7%
Margen Bruto	29,4%	29,6%	18	36,1%	37,9%	183	25,6%	26,4%	78	36,1%	38,8%	273
GAV	(260.332)	(269.900)	3,7%	(299.019)	(323.620)	8,2%	(127.485)	(137.303)	7,7%	(838.126)	(871.936)	4,0%
GAV / Ingresos	-29,6%	-28,7%	82	-35,8%	-33,8%	203	-22,8%	-22,9%	(7)	-28,8%	-27,4%	141
Resultado Operacional	(1.432)	7.842	NA	2.229	39.474	1670,9%	15.358	20.713	34,9%	210.030	361.334	72,0%
Margen Operacional	-0,2%	0,8%	NA	0,3%	4,1%	386	2,8%	3,5%	71	7,2%	11,4%	414
EBITDA	43.459	51.763	19,1%	39.072	74.486	90,6%	41.549	46.995	13,1%	324.856	472.748	45,5%
Margen EBITDA	4,9%	5,5%	58	4,7%	7,8%	310	7,4%	7,8%	40	11,2%	14,9%	369

	Banco Falabella			Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	2Q24	2Q25	(%, pbs)	2Q24	2Q25	(%, pbs)	2Q24	2Q25	(%, pbs)	2Q24	2Q25	(%, pbs)
Ingresos	460.376	484.760	5,3%	120.423	160.063	32,9%	51.403	37.553	-26,9%	2.905.664	3.178.229	9,4%
Ganancia Bruta	221.318	289.167	30,7%	108.799	148.459	36,5%	15.048	(3.208)	NA	1.048.156	1.233.270	17,7%
Margen Bruto	48,1%	59,7%	1.158	90,3%	92,8%	240	29,3%	-8,5%	NA	36,1%	38,8%	273
GAV	(163.902)	(172.653)	5,3%	(18.437)	(23.521)	27,6%	31.049	55.061	77,3%	(838.126)	(871.936)	4,0%
GAV / Ingresos	-35,6%	-35,6%	(1)	-15,3%	-14,7%	62	60,4%	146,6%	8.622	-28,8%	-27,4%	141
Resultado Operacional	57.416	116.514	102,9%	90.362	124.938	38,3%	46.097	51.853	12,5%	210.030	361.334	72,0%
Margen Operacional	12,5%	24,0%	1.156	75,0%	78,1%	302	89,7%	138,1%	4.840	7,2%	11,4%	414
EBITDA	66.919	125.625	87,7%	91.662	128.020	39,7%	42.195	45.859	8,7%	324.856	472.748	45,5%
Margen EBITDA	14,5%	25,9%	1.138	76,1%	80,0%	386	82,1%	122,1%	4.003	11,2%	14,9%	369

Acumulado 6M25

	Sodimac			Falabella Retail			Tottus			FALABELLA		
	6M24	6M25	(%, pbs)	6M24	6M25	(%, pbs)	6M24	6M25	(%, pbs)	6M24	6M25	(%, pbs)
Ingresos	1.819.217	1.945.968	7,0%	1.553.806	1.793.212	15,4%	1.114.401	1.203.674	8,0%	5.772.125	6.304.527	9,2%
Ganancia Bruta	534.927	586.572	9,7%	544.641	669.376	22,9%	281.688	310.917	10,4%	2.043.477	2.446.075	19,7%
Margen Bruto	29,4%	30,1%	74	35,1%	37,3%	228	25,3%	25,8%	55	35,4%	38,8%	340
GAV	(516.610)	(541.648)	4,8%	(592.632)	(622.492)	5,0%	(253.046)	(274.928)	8,6%	(1.653.343)	(1.724.070)	4,3%
GAV / Ingresos	-28,4%	-27,8%	56	-38,1%	-34,7%	343	-22,7%	-22,8%	(13)	-28,6%	-27,3%	130
Resultado Operacional	18.317	44.924	145,3%	(47.991)	46.884	NA	28.642	35.989	25,7%	390.134	722.005	85,1%
Margen Operacional	1,0%	2,3%	130	-3,1%	2,6%	NA	2,6%	3,0%	42	6,8%	11,5%	469
EBITDA	108.024	132.981	23,1%	25.830	117.497	354,9%	81.631	88.582	8,5%	621.807	943.860	51,8%
Margen EBITDA	5,9%	6,8%	90	1,7%	6,6%	489	7,3%	7,4%	3	10,8%	15,0%	420

	Banco Falabella			Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	6M24	6M25	(%, pbs)	6M24	6M25	(%, pbs)	6M24	6M25	(%, pbs)	6M24	6M25	(%, pbs)
Ingresos	934.311	957.879	2,5%	234.529	316.108	34,8%	115.861	87.686	-24,3%	5.772.125	6.304.527	9,2%
Ganancia Bruta	441.782	585.806	32,6%	210.171	291.164	38,5%	30.268	2.240	-92,6%	2.043.477	2.446.075	19,7%
Margen Bruto	47,3%	61,2%	1.387	89,6%	92,1%	249	26,1%	2,6%	(2.357)	35,4%	38,8%	340
GAV	(326.750)	(343.296)	5,1%	(34.204)	(45.647)	33,5%	69.899	103.941	48,7%	(1.653.343)	(1.724.070)	4,3%
GAV / Ingresos	-35,0%	-35,8%	(87)	-14,6%	-14,4%	14	60,3%	118,5%	5.821	-28,6%	-27,3%	130
Resultado Operacional	115.032	242.510	110,8%	175.967	245.517	39,5%	100.167	106.181	6,0%	390.134	722.005	85,1%
Margen Operacional	12,3%	25,3%	1.301	75,0%	77,7%	264	86,5%	121,1%	3.464	6,8%	11,5%	469
EBITDA	134.649	260.294	93,3%	178.513	251.867	41,1%	93.160	92.639	-0,6%	621.807	943.860	51,8%
Margen EBITDA	14,4%	27,2%	1.276	76,1%	79,7%	356	80,4%	105,6%	2.524	10,8%	15,0%	420

⁹ Sodimac considera las operaciones de Mejoramiento del Hogar en Chile, Perú, Brasil, Argentina y Uruguay, excluye la operación de IKEA en dichos países (Segmento Otros) y las operaciones de Colombia y México que no consolidan. Tottus considera los negocios de supermercados en Chile y Perú, bajo las marcas Tottus y Precio Uno. Estos segmentos consolidados por motor son la suma lineal de los negocios por país y no consideran eventuales eliminaciones intersegmento.

2. RESULTADOS POR PAÍS (MM\$)¹⁰

Trimestral 2Q25

	Chile			Perú			Colombia		
	2Q24	2Q25	(%, pbs)	2Q24	2Q25	(%, pbs)	2Q24	2Q25	(%, pbs)
Ingresos	1.570.680	1.731.387	10,2%	826.855	918.754	11,1%	221.574	222.162	0,3%
Ganancia Bruta	568.897	647.162	13,8%	251.659	307.160	22,1%	62.361	93.588	50,1%
Margen Bruto	36,2%	37,4%	116	30,4%	33,4%	300	28,1%	42,1%	1.398
GAV	(511.681)	(539.838)	5,5%	(218.295)	(245.776)	12,6%	(76.819)	(75.121)	-2,2%
GAV / Ingresos	-32,6%	-31,2%	140	-26,4%	-26,8%	(35)	-34,7%	-33,8%	86
Resultado Operacional	57.216	107.324	87,6%	33.364	61.384	84,0%	(14.457)	18.467	NA
Margen Operacional	3,6%	6,2%	256	4,0%	6,7%	265	-6,5%	8,3%	NA
EBITDA	127.410	175.572	37,8%	65.462	93.907	43,5%	(4.865)	27.001	NA
Margen EBITDA	8,1%	10,1%	203	7,9%	10,2%	230	-2,2%	12,2%	NA

	Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	2Q24	2Q25	(%, pbs)	2Q24	2Q25	(%, pbs)	2Q24	2Q25	(%, pbs)
Ingresos	120.423	160.063	32,9%	166.132	145.863	-12,2%	2.905.664	3.178.229	9,4%
Ganancia Bruta	108.799	148.459	36,5%	56.440	36.901	-34,6%	1.048.156	1.233.270	17,7%
Margen Bruto	90,3%	92,8%	240	34,0%	25,3%	(867)	36,1%	38,8%	273
GAV	(18.437)	(23.521)	27,6%	(12.894)	12.320	NA	(838.126)	(871.936)	4,0%
GAV / Ingresos	-15,3%	-14,7%	62	-7,8%	8,4%	NA	-28,8%	-27,4%	141
Resultado Operacional	90.362	124.938	38,3%	43.545	49.221	13,0%	210.030	361.334	72,0%
Margen Operacional	75,0%	78,1%	302	26,2%	33,7%	753	7,2%	11,4%	414
EBITDA	91.662	128.020	39,7%	45.187	48.248	6,8%	324.856	472.748	45,5%
Margen EBITDA	76,1%	80,0%	386	27,2%	33,1%	588	11,2%	14,9%	369

Acumulado 6M25

	Chile			Perú			Colombia		
	6M24	6M25	(%, pbs)	6M24	6M25	(%, pbs)	6M24	6M25	(%, pbs)
Ingresos	3.111.047	3.455.864	11,1%	1.632.946	1.793.431	9,8%	444.538	424.295	-4,6%
Ganancia Bruta	1.103.131	1.300.429	17,9%	481.622	592.791	23,1%	132.900	174.322	31,2%
Margen Bruto	35,5%	37,6%	217	29,5%	33,1%	356	29,9%	41,1%	1.119
GAV	(1.012.301)	(1.065.355)	5,2%	(431.739)	(478.482)	10,8%	(155.245)	(151.635)	-2,3%
GAV / Ingresos	-32,5%	-30,8%	171	-26,4%	-26,7%	(24)	-34,9%	-35,7%	(82)
Resultado Operacional	90.830	235.074	158,8%	49.883	114.309	129,2%	(22.345)	22.687	NA
Margen Operacional	2,9%	6,8%	388	3,1%	6,4%	332	-5,0%	5,3%	NA
EBITDA	231.792	371.945	60,5%	114.461	179.037	56,4%	(3.076)	39.999	NA
Margen EBITDA	7,5%	10,8%	331	7,0%	10,0%	297	-0,7%	9,4%	NA

	Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	6M24	6M25	(%, pbs)	6M24	6M25	(%, pbs)	6M24	6M25	(%, pbs)
Ingresos	234.529	316.108	34,8%	349.065	314.829	-9,8%	5.772.125	6.304.527	9,2%
Ganancia Bruta	210.171	291.164	38,5%	115.653	87.369	-24,5%	2.043.477	2.446.075	19,7%
Margen Bruto	89,6%	92,1%	249	33,1%	27,8%	(538)	35,4%	38,8%	340
GAV	(34.204)	(45.647)	33,5%	(19.854)	17.049	NA	(1.653.343)	(1.724.070)	4,3%
GAV / Ingresos	-14,6%	-14,4%	14	-5,7%	5,4%	NA	-28,6%	-27,3%	130
Resultado Operacional	175.967	245.517	39,5%	95.799	104.418	9,0%	390.134	722.005	85,1%
Margen Operacional	75,0%	77,7%	264	27,4%	33,2%	572	6,8%	11,5%	469
EBITDA	178.513	251.867	41,1%	100.117	101.012	0,9%	621.807	943.860	51,8%
Margen EBITDA	76,1%	79,7%	356	28,7%	32,1%	340	10,8%	15,0%	420

¹⁰ Los segmentos Chile, Perú y Colombia se componen exclusivamente de la suma lineal de las operaciones de Sodimac (incluye Imperial y Maestro), Falabella Retail, Tottus (incluye Precio Uno) y Banco Falabella que existen en cada uno de esos países, no considerando las eliminaciones entre negocios.

3. NEGOCIO FINANCIERO – ESTADO DE RESULTADOS

Trimestral 2Q25

ESTADO DE RESULTADOS	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	2Q24	2Q25	Var. %	2Q24	2Q25	Var. %	2Q24	2Q25	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)		
Ingresos por intereses y reajustes	216.438	235.922	9,0%	296.771	297.677	0,3%	301.513	259.279	-14,0%
Gastos por intereses y reajustes	(44.254)	(33.685)	-23,9%	(51.065)	(38.135)	-25,3%	(152.526)	(111.223)	-27,1%
Ing. netos por intereses y reajustes	172.183	202.236	17,5%	245.707	259.541	5,6%	148.987	148.056	-0,6%
Ingresos por comisiones	46.362	57.979	25,1%	82.553	84.253	2,1%	111.222	131.346	18,1%
Gastos por comisiones	(24.547)	(31.923)	30,0%	(7.658)	(6.736)	-12,0%	(22.986)	(21.886)	-4,8%
Ing. netos por comisiones	21.815	26.056	19,4%	74.895	77.516	3,5%	88.237	109.460	24,1%
Ut. neta de operaciones financieras	10.355	5.788	-44,1%	6.023	11.074	83,9%	1.320	871	-34,0%
Otros ing. operacionales netos	679	2.430	257,9%	1.009	1.759	74,4%	10.013	4.444	-55,6%
Ingreso Operacional	205.031	236.510	15,4%	327.633	349.891	6,8%	248.558	262.831	5,7%
Costo por Riesgo de Crédito	(47.513)	(55.883)	17,6%	(161.784)	(110.446)	-31,7%	(153.258)	(55.695)	-63,7%
Gasto Operacional	(93.791)	(95.442)	1,8%	(151.769)	(172.025)	13,3%	(135.514)	(144.118)	6,3%
Resultado Operacional	63.727	85.185	33,7%	14.080	67.419	378,8%	(40.215)	63.018	-256,7%
Ganancia / (Pérdida) Neta	50.774	64.945	27,9%	11.291	51.156	353,1%	(24.973)	35.511	-242,2%
Eficiencia	45,7%	40,4%		46,3%	49,2%		54,5%	54,8%	

Acumulado 6M25

ESTADO DE RESULTADOS	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	6M24	6M25	Var. %	6M24	6M25	Var. %	6M24	6M25	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)		
Ingresos por intereses y reajustes	431.249	465.293	7,9%	590.983	596.183	0,9%	635.922	509.273	-19,9%
Gastos por intereses y reajustes	(94.330)	(66.591)	-29,4%	(105.807)	(77.905)	-26,4%	(330.358)	(223.433)	-32,4%
Ing. netos por intereses y reajustes	336.919	398.702	18,3%	485.176	518.278	6,8%	305.564	285.840	-6,5%
Ingresos por comisiones	92.924	114.626	23,4%	161.253	162.525	0,8%	220.031	257.388	17,0%
Gastos por comisiones	(47.947)	(58.961)	23,0%	(15.226)	(14.549)	-4,5%	(46.650)	(40.520)	-13,1%
Ing. netos por comisiones	44.977	55.665	23,8%	146.026	147.976	1,3%	173.381	216.867	25,1%
Ut. neta de operaciones financieras	19.742	14.393	-27,1%	11.054	20.096	81,8%	6.387	2.669	-58,2%
Otros ing. operacionales netos	5.106	4.157	-18,6%	8.234	4.467	-45,7%	38.672	8.758	-77,4%
Ingreso Operacional	406.743	472.917	16,3%	650.491	690.817	6,2%	524.004	514.134	-1,9%
Costo por Riesgo de Crédito	(100.979)	(99.599)	-1,4%	(338.262)	(213.088)	-37,0%	(281.016)	(121.348)	-56,8%
Gasto Operacional	(187.939)	(188.681)	0,4%	(291.365)	(346.560)	18,9%	(274.345)	(283.442)	3,3%
Resultado Operacional	117.826	184.637	56,7%	20.864	131.169	528,7%	(31.357)	109.343	-448,7%
Ganancia / (Pérdida) Neta	92.413	142.838	54,6%	19.106	98.692	416,5%	(22.041)	65.862	-398,8%
Eficiencia	46,2%	39,9%		44,8%	50,2%		52,4%	55,1%	

3. NEGOCIO FINANCIERO – PRINCIPALES INDICADORES

Banco Falabella: Balance

PRINCIPALES CUENTAS DEL BALANCE	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	jun-24	jun-25	Var. %	jun-24	jun-25	Var. %	jun-24	jun-25	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)		
Efectivo y depósitos en bancos	464.439	432.708	-6,8%	407.197	682.781	67,7%	597.386	446.374	-25,3%
Activos Financieros	1.380.867	1.486.769	7,7%	492.443	595.418	20,9%	543.375	536.863	-1,2%
Colocaciones brutas	3.836.471	4.362.637	13,7%	3.488.562	3.589.379	2,9%	4.992.252	5.022.184	0,6%
Provisiones	(227.738)	(248.505)	9,1%	(367.815)	(323.981)	-11,9%	(431.487)	(275.996)	-36,0%
Colocaciones netas	3.608.732	4.114.132	14,0%	3.120.747	3.265.398	4,6%	4.560.765	4.746.188	4,1%
Total Activos	6.473.047	7.001.851	8,2%	4.618.733	4.981.625	7,9%	6.351.829	6.321.731	-0,5%
Depósitos a la vista	1.561.184	1.722.049	10,3%	707.893	1.165.629	64,7%	910.377	906.399	-0,4%
Depósitos a plazo	2.160.612	2.241.914	3,8%	2.349.769	2.264.540	-3,6%	3.917.831	3.827.095	-2,3%
Total depósitos	3.721.796	3.963.964	6,5%	3.057.663	3.430.170	12,2%	4.828.208	4.733.493	-2,0%
Otras obligaciones financieras	46.087	41.427	-10,1%	347.384	128.629	-63,0%	222.063	155.150	-30,1%
Total Pasivos	5.372.131	5.946.368	10,7%	3.708.359	3.914.368	5,6%	5.587.870	5.440.913	-2,6%
Patrimonio (stock)	1.100.916	1.055.482	-4,1%	910.374	1.067.257	17,2%	763.959	880.818	15,3%
Total Pasivos + Patrimonio	6.473.047	7.001.851	8,2%	4.618.733	4.981.625	7,9%	6.351.829	6.321.731	-0,5%
ROAE	13,3%	21,4%		7,9%	14,8%		-19,5%	8,0%	
ROAA	2,1%	3,6%		1,5%	3,0%		-2,3%	1,1%	

Banco Falabella y Servicios Financieros México: Datos operacionales y ratios

DATOS OPERACIONALES	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia			Serv. Financieros México		
	jun-24	jun-25	Var. %	jun-24	jun-25	Var. %	jun-24	jun-25	Var. %	jun-24	jun-25	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)			(M MEX)		
Colocaciones brutas	3.836.471	4.362.637	13,7%	3.488.562	3.589.379	2,9%	4.992.252	5.022.184	0,6%	4.525.245	6.150.654	35,9%
Provisiones	(227.738)	(248.505)	9,1%	(367.815)	(323.981)	-11,9%	(431.487)	(275.996)	-36,0%	(530.379)	(730.524)	37,7%
Cartera Vencida (+90 días)	123.485	114.099	-7,6%	205.938	108.772	-47,2%	309.674	156.024	-49,6%	175.122	280.640	60,3%
Cuentas pasivas (#)	2.203.380	2.651.851	20,4%	1.437.330	823.235	-42,7%	2.474.134	2.542.940	2,8%	-	-	
Tarjetas con saldo (#)	2.534.946	2.754.415	8,7%	881.224	977.731	11,0%	975.440	928.554	-4,8%	411.272	527.750	28,3%
Deuda Promedio (moneda local)	1.513.433	1.583.871	4,7%	3.959	3.671	-7,3%	5.117.949	5.408.607	5,7%	11.003	11.654	5,9%
Duration (meses)	9,1	10,0	9,7%	10,0	10,5	5,6%	9,2	9,2	0,8%	4,7	5,2	9,1%
Sucursales (#)	87	87	0,0%	51	52	2,0%	67	66	-1,5%	-	-	
RATIOS												
Cartera Vencida / Colocaciones	3,2%	2,6%		5,9%	3,0%		6,2%	3,1%		3,9%	4,6%	
Provisiones / Cartera Vencida	1,8	2,2		1,8	3,0		1,4	1,8		3,0	2,6	
Basilea	21,2%	18,0%		19,2%	23,1%		14,0%	15,4%		21,3%	22,0%	

Porcentaje de venta a través de nuestros medios de pago (UDM)

	% CMR		% Total medios de pago propios	
	2Q24	2Q25	2Q24	2Q25
Chile - Falabella	38,4%	35,6%	46,3%	43,4%
Chile - Sodimac	21,9%	22,6%	31,5%	32,5%
Chile - Tottus	13,4%	14,4%	24,9%	27,5%
Perú - Falabella, Sodimac, Tottus	31,9%	31,0%	33,6%	33,8%
Colombia - Falabella y Sodimac	19,9%	18,2%	24,7%	23,2%
México - Sodimac	12,2%	12,3%	12,2%	12,3%

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 2Q25 (MM\$)

	2Q24	% Ing.	2Q25	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	2.445.288		2.693.469		10,1%
Ingresos de Negocios Bancarios	460.376		484.760		5,3%
Total Ingresos	2.905.664	100,0%	3.178.229	100,0%	9,4%
Costo de Ventas no Bancarios	(1.618.450)		(1.749.366)		8,1%
Costo de Ventas Bancarios	(239.058)		(195.593)		-18,2%
Ganancia Bruta	1.048.156	36,1%	1.233.270	38,8%	17,7%
GAV (Exc. Dep. + Amort.)	(723.300)		(760.522)		5,1%
Depreciación + Amortización	(114.826)		(111.414)		-3,0%
GAV	(838.126)	-28,8%	(871.936)	-27,4%	4,0%
Resultado Operacional	210.030	7,2%	361.334	11,4%	72,0%
EBITDA de Negocios no Bancarios	257.937		347.123		34,6%
EBITDA de Negocios Bancarios	66.919		125.625		87,7%
EBITDA	324.856	11,2%	472.748	14,9%	45,5%
Otras Ganancias	114.692		432.144		276,8%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(86.229)		(81.249)		-5,8%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	4.747		8.568		80,5%
Diferencias de Cambio	(11.345)		12.510		NA
Resultado No Operacional	21.865	0,8%	371.973	11,7%	1601,2%
Resultado Antes de Impuestos	231.895	8,0%	733.307	23,1%	216,2%
Impuesto a la Renta	(78.736)		(189.619)		140,8%
Interés Minoritario	(38.280)		(179.415)		368,7%
Ganancia / (Pérdida) Neta	114.879	4,0%	364.273	11,5%	217,1%
	2Q24	% Ing.	2Q25	% Ing.	Var %
Ganancia / (Pérdida) sin Revaluación de Activos*	82.059	2,8%	196.888	6,2%	139,9%

*Considera efecto neto en la utilidad de los propietarios de la controladora, excluyendo interés minoritario.

- Los **ingresos** consolidados crecieron 9,4% a/a, impulsados principalmente por el sólido desempeño en moneda local de nuestros retailers, gracias a una propuesta comercial especialista atractiva y bien ejecutada. Destaca el crecimiento de Falabella Retail (+14,7% a/a), reflejo de mejoras en propuesta comercial multiespecialista, y el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +19% a/a). El negocio bancario, por su parte, creció 5,3% a/a, con colocaciones que crecieron en todos los países en moneda local e ingresos por comisiones que crecieron 17,2% a nivel consolidado.
- **EBITDA** consolidado creció 45,5% a/a, alcanzando MM\$472.748, con un margen de 14,9% en el trimestre. Este resultado fue impulsado por una ganancia bruta 17,7% superior a la del año anterior, destacando el aporte del negocio bancario (+MM\$67.849), gracias a mayores ingresos operacionales netos y menores niveles de riesgo, y de Falabella Retail (+MM\$61.846), producto de una gestión más eficiente del inventario, mejoras en la rentabilidad del canal online y fortalecimiento de propuesta comercial. A su vez, los gastos de administración crecieron 4,0% a nivel consolidado, en línea con la inflación promedio de nuestros mercados, reflejando la eficiencia de nuestras estructuras.
- Por su parte, el resultado no operacional se vio impactado positivamente, principalmente por la mayor revalorización de las propiedades de inversión a/a y, en menor medida, por menores gastos financieros netos. Como resultado de las mejoras transversales descritas anteriormente, la utilidad neta alcanzó los MM\$364.273 (MM\$196.888 excluyendo el efecto neto de la revalorización de las propiedades de inversión).

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 2Q25 (MM\$)

Sodimac⁽⁹⁾

	Sodimac		
	2Q24	2Q25	(%, pbs)
Ingresos	880.814	939.234	6,6%
Ganancia Bruta	258.900	277.742	7,3%
Margen Bruto	29,4%	29,6%	18
GAV	(260.332)	(269.900)	3,7%
GAV / Ingresos	-29,6%	-28,7%	82
Resultado Operacional	(1.432)	7.842	NA
Margen Operacional	-0,2%	0,8%	NA
EBITDA	43.459	51.763	19,1%
Margen EBITDA	4,9%	5,5%	58

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 6,6% a/a, destacando los crecimiento de Chile (+7,1% a/a, SSS de +4,3%) y Perú (+12,9% a/a, +9,4% a/a en moneda local y SSS de +12,6%), en un entorno de recuperación del sector de la construcción.
 - Chile: las transacciones crecen 2,8% a/a, impulsadas principalmente por cliente Retail, mientras que la venta es impulsada por las categorías Hogar y Materiales de la Construcción. Adicionalmente, y en continuación a la tendencia vista los últimos trimestres, el cliente Empresa presenta crecimiento en ventas, impulsado principalmente producto de ajustes en nuestra estrategia y propuesta de valor.
 - Perú: el crecimiento del trimestre es explicado principalmente por el cliente PRO y Retail, reflejando aumentos tanto en la cantidad de clientes como en el ticket promedio. En términos de categoría, se destaca el desempeño de la categoría Terminaciones y Hogar. Además, avanzamos en la transformación de tiendas Maestro hacia el formato Sodimac, las cuales han mostrado resultados positivos en crecimiento de ingresos (durante el trimestre se terminó una nueva remodelación, totalizando 8 al cierre de 2Q25).
- Nuestro e-commerce continúa avanzando en su estrategia de consolidarse como una *superstore* especialista, destacando un crecimiento de 24% a/a y una penetración de ventas del 18%, alcanzando su nivel más alto en los últimos años. Este resultado fue impulsado por el sólido desempeño del *Cyber Day* en Chile, donde los *sellers* superaron el 20% de participación en las ventas.

Resultado Operacional

- En términos de rentabilidad, continuamos la tendencia de recuperación de nuestro margen EBITDA, alcanzando 5,5% (+58 pb vs 2Q24), impulsado por mejores niveles de margen bruto (+18 pb vs 2Q24), una disminución en la antigüedad de inventarios y aumento en la penetración de marcas propias (+1 pp vs 2Q24), pese a la mayor participación del canal online.
- En términos de GAV vemos crecimiento de 3,7% a/a (+4,3% en Chile y +7,3% en Perú), con mayor dilución de gastos, disminuyendo 82 pb el ratio GAV / Ingresos.

⁹ Sodimac considera las operaciones de Mejoramiento del Hogar en Chile, Perú, Brasil, Argentina y Uruguay, excluye la operación de IKEA en dichos países y las operaciones de Colombia y México que no consolidan.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 2Q25 (MM\$)

Falabella Retail

	Falabella Retail		
	2Q24	2Q25	(%, pbs)
Ingresos	834.674	957.542	14,7%
Ganancia Bruta	301.248	363.094	20,5%
Margen Bruto	36,1%	37,9%	183
GAV	(299.019)	(323.620)	8,2%
GAV / Ingresos	-35,8%	-33,8%	203
Resultado Operacional	2.229	39.474	1670,9%
Margen Operacional	0,3%	4,1%	386
EBITDA	39.072	74.486	90,6%
Margen EBITDA	4,7%	7,8%	310

Ingresos

- Los ingresos consolidados crecieron 14,7% a/a, donde Chile crece 15,2%, Perú crece 16,2% (+12,2% en moneda local) y Colombia crece 9,9% (+14,4% en moneda local), reflejando positivos avances de nuestra estrategia multiespecialista, donde las 5 categorías *core* (vestuario, calzado, belleza, tecnología y deco-hogar) presentan crecimientos tanto en canal físico como en el online, además del positivo desempeño de eventos del Día de la Madre y del Padre.
- Chile: las tiendas experimentaron un SSS de +14,4%, atribuido principalmente a una propuesta comercial renovada y, en menor medida, por mayor afluencia de turistas a nuestras tiendas con respecto al 2Q24 (+4 pp de share en tiendas) y, por último, con buenos resultados en el canal online. En términos de categorías, destaca el desempeño de Vestuario, así como el desempeño de los *sellers* en categorías de Calzado y Tecnología.
- Perú: las ventas SSS crecieron 10,9% a/a en el periodo, acompañado de un canal online que crece fuertemente, en ambos casos, principalmente por las categorías de Vestuario y Tecnología.
- Colombia: el indicador SSS creció 18,7% a/a, principalmente gracias a las categorías de Vestuario y Belleza, mientras que el canal online destaca Vestuario, Belleza y Tecnología.
- El e-commerce creció 17% a/a, destacando los crecimientos a/a de los eventos *Cyber* del periodo en los 3 países (Chile +20%, Perú +26% y Colombia +10%). Por su parte, nuestros *sellers*, quienes complementan nuestra propuesta de valor, aumentaron su participación en el GMV online (+3 pp de share online vs 2Q24).

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanza 37,9% (+183 pb vs 2Q24), con mejoras en los niveles de márgenes en los tres países (Chile: +178 pb; Perú: +163 pb; Colombia: +232 pb) por menores niveles de promocionalidad, apalancado de una exitosa planificación de inventarios, donde la antigüedad promedio de los inventarios se redujo vs el año anterior en los 3 países.
- En términos de GAV, a nivel consolidado crecieron 8,2%, por mayores gastos variables asociados al incremento en la venta, no obstante, continuando con la dilución de gastos, alcanzando un ratio de GAV / Ingresos de 33,8% (-203 pb vs 2Q24) y alcanzando un margen EBITDA consolidado de 7,8% (+310 pb vs 2Q24), donde los 3 países alcanzan mejoras en dicho indicador (Chile: 6,1% de margen EBITDA, +309 pb a/a; Perú: 11,0%, +157 pb; Colombia: 7,9%, +604 pb), apalancados en las mejoras operacionales del canal online.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 2Q25 (MM\$)

Tottus⁽⁹⁾

	Tottus		
	2Q24	2Q25	(%, pbs)
Ingresos	557.974	599.077	7,4%
Ganancia Bruta	142.843	158.016	10,6%
Margen Bruto	25,6%	26,4%	78
GAV	(127.485)	(137.303)	7,7%
GAV / Ingresos	-22,8%	-22,9%	(7)
Resultado Operacional	15.358	20.713	34,9%
Margen Operacional	2,8%	3,5%	71
EBITDA	41.549	46.995	13,1%
Margen EBITDA	7,4%	7,8%	40

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 7,4% a/a, donde Chile crece 5,5% a/a (SSS de +4,4%), niveles similares a los experimentados en los últimos trimestres, mientras que Perú crece 8,8% a/a (+4,8% a/a en moneda local; SSS de +4,0%), ambos impactados positivamente por el efecto calendario de la Semana Santa (que ocurrió durante el segundo trimestre en 2025).
 - Chile: las ventas del segmento *food*, que representó ~90% del mix de ventas en el trimestre, crecieron 6% a/a, destacando categorías de Carnes y Abarrotes, en línea con la estrategia de fortalecer nuestra propuesta en alimentación (+17% vs 2Q24 en surtido) y de optimización del *layout* de nuestras tiendas (25 tiendas a la fecha). Lo anterior permitió aumentar el número de clientes, la frecuencia de compra y el ticket promedio vs el 2Q24.
 - Perú: ambos formatos presentan crecimiento en el número de transacciones (+1% en Tottus y +8% en Precio Uno), destacando el crecimiento de Carnes y Frutas & Verduras. La categoría *non-food* se vio impactado en las últimas semanas del trimestre por el efecto liquidez de los retiros de fondos de pensiones en junio 2024. En términos de formato, Precio Uno lidera el crecimiento a/a (+10% vs 2Q24).
- El e-commerce continua con positivo desempeño, creciendo 17% a/a, destacando la operación en Chile que creció 27% a/a. Por su parte, la penetración online alcanzó 6% (+56 pb vs 2Q24).

Resultado Operacional

- Durante el trimestre alcanzamos un margen EBITDA de 7,8% (+40 pb vs 2Q24), con mejoras en margen bruto en ambos países (+78 pb vs 2Q24), principalmente debido a mejores propuestas y campañas con nuestros socios comerciales, pese a un entorno competitivo desafiante, particularmente en Chile.
- En términos de GAV, vemos crecimiento de 7,7% a/a a nivel consolidado, donde Chile crece 3,6% a/a, mientras que Perú crece 11,6%, explicado en parte por el ajuste del sueldo mínimo (enero 25) y por la apertura de la tienda Punta Hermosa en noviembre de 2024.

⁹ Tottus considera los negocios de supermercados en Chile y Perú, bajo las marcas Tottus y Precio Uno.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 2Q25 (MM\$)

Banco Falabella

	Banco Falabella		
	2Q24	2Q25	(%, pbs)
Ingresos	460.376	484.760	5,3%
Ganancia Bruta	221.318	289.167	30,7%
Margen Bruto	48,1%	59,7%	1.158
GAV	(163.902)	(172.653)	5,3%
GAV / Ingresos	-35,6%	-35,6%	(1)
Resultado Operacional	57.416	116.514	102,9%
Margen Operacional	12,5%	24,0%	1.156
EBITDA	66.919	125.625	87,7%
Margen EBITDA	14,5%	25,9%	1.138

Ingresos

- Nuestra estrategia de construir el banco digital líder de la región Andina continúa avanzando, con ingresos consolidados que crecieron 5,3% a/a en el periodo.
 - Chile: la cartera creció 13,7% a/a en el trimestre, lo que sumado a menores niveles de costo de fondeo por aumento de los saldos vistas (+10,3% a/a) y menores tasas y, en línea con nuestra estrategia de principalidad, nos permitió aumentar los ingresos netos por intereses y reajustes en 17,5% a/a. Además, los ingresos netos por comisiones crecieron 19,4%, explicado por mayor principalidad de nuestros productos y aumento en los niveles de transaccionalidad.
 - Perú: la cartera retomó el crecimiento (+2,9% a/a en moneda local), luego de 6 trimestres con caídas en colocaciones. Los ingresos netos por intereses y reajustes crecieron 5,6% a/a, en moneda local, principalmente por un aumento del 64,7% en los depósitos a la vista, dada la tracción que está generando en nuestros clientes nuestra oferta de Cuenta Sueldo, y por menores gastos financieros.
 - Colombia: la cartera creció 0,6% a/a en moneda local con ingresos netos por comisiones que crecieron 24,1% a/a en moneda local, en línea con el ajuste de su estrategia.

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanzó 59,7% (+1.158 pb vs 2Q24), explicado por menores niveles de costo de fondeo y niveles de riesgo, y mejores niveles de mora en los 3 países (NPL de 2,6% en Chile, 3,0% en Perú y 3,1% en Colombia), que nos permite continuar la tendencia positiva de 2024. En el caso del banco en Chile vemos un ligero aumento del costo por riesgo, aún por debajo de los niveles de los últimos años, mientras que en Perú y Colombia continuamos avanzando en la normalización.
- En términos de GAV vemos crecimiento de 5,3% a/a, donde Chile crece 1,8% a/a, Perú crece 17,8% a/a (+13,3% a/a en moneda local) y Colombia crece 1,1% a/a (+6,3% a/a en moneda local). En el caso de Perú, el gasto crece principalmente por mayores gastos en fidelización y publicidad.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 2Q25 (MM\$)

Mallplaza

	Plaza S.A.		
	2Q24	2Q25	(%, pbs)
Ingresos	120.423	160.063	32,9%
Ganancia Bruta	108.799	148.459	36,5%
Margen Bruto	90,3%	92,8%	240
GAV	(18.437)	(23.521)	27,6%
GAV / Ingresos	-15,3%	-14,7%	62
Resultado Operacional	90.362	124.938	38,3%
Margen Operacional	75,0%	78,1%	302
EBITDA	91.662	128.020	39,7%
Margen EBITDA	76,1%	80,0%	386

Ingresos

- Los ingresos consolidados de Plaza suben 32,9% a/a, impulsado principalmente por consolidación de operación de los activos de Mallplaza y Open Plaza en Perú (la cual no tiene efecto a nivel de Falabella S.A). Este crecimiento también responde a ajustes en el mix de arriendos, que han fortalecido nuestra propuesta de valor. Un ejemplo de ello es Mallplaza Vespucio en Chile donde, tras la apertura de la zona Lifestyle, los ingresos crecieron un 27,9% y el GLA aumentó un 11% interanual. Adicionalmente, se observaron mejoras en los ingresos por indexación de contratos, mayores ingresos por estacionamientos y el aporte de Mallplaza Cali, que inició operaciones a finales del primer trimestre de 2024. La solidez y el atractivo de nuestra propuesta de valor se refleja en nuestros 2,3 millones de m² de GLA, con tasa de ocupación de 95,7% y en las 93 millones de personas que nos visitaron durante el trimestre.

Resultado Operacional

- El Margen EBITDA alcanza 80,0% (+386 pb vs 2Q24), explicado por mejores niveles de margen bruto (+240 pb vs 2Q24) y por GAV que crecieron 27,6% a/a, por debajo del crecimiento de los ingresos y con una mayor dilución de gastos (ratio GAV / Ingresos -62 pb vs 2Q24), principalmente por la consolidación de la operación de Perú.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 6M25 (MM\$)

	6M24	% Ing.	6M25	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	4.837.814		5.346.648		10,5%
Ingresos de Negocios Bancarios	934.311		957.879		2,5%
Total Ingresos	5.772.125	100,0%	6.304.527	100,0%	9,2%
Costo de Ventas no Bancarios	(3.236.119)		(3.486.379)		7,7%
Costo de Ventas Bancarios	(492.529)		(372.073)		-24,5%
Ganancia Bruta	2.043.477	35,4%	2.446.075	38,8%	19,7%
GAV (Exc. Dep. + Amort.)	(1.421.670)		(1.502.215)		5,7%
Depreciación + Amortización	(231.673)		(221.855)		-4,2%
GAV	(1.653.343)	-28,6%	(1.724.070)	-27,3%	4,3%
Resultado Operacional	390.134	6,8%	722.005	11,5%	85,1%
EBITDA de Negocios no Bancarios	487.158		683.566		40,3%
EBITDA de Negocios Bancarios	134.649		260.294		93,3%
EBITDA	621.807	10,8%	943.860	15,0%	51,8%
Otras Ganancias	123.654		440.168		256,0%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(162.881)		(173.385)		6,4%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	10.525		18.845		79,0%
Diferencias de Cambio	(13.377)		24.711		NA
Resultado No Operacional	(42.079)	-0,7%	310.339	4,9%	NA
Resultado Antes de Impuestos	348.055	6,0%	1.032.344	16,4%	196,6%
Impuesto a la Renta	(115.594)		(262.390)		127,0%
Interés Minoritario	(59.082)		(213.674)		261,7%
Ganancia / (Pérdida) Neta	173.379	3,0%	556.280	8,8%	220,8%
	6M24	% Ing.	6M25	% Ing.	Var %
Ganancia / (Pérdida) sin Revaluación de Activos*	140.559	2,4%	388.895	6,2%	176,7%

*Considera efecto neto en la utilidad de los propietarios de la controladora, excluyendo interés minoritario.

- Los **Ingresos** consolidados crecieron 9,2% a/a, impulsados principalmente por el sólido desempeño en moneda local de nuestros retailers, gracias a una propuesta comercial atractiva y bien ejecutada. Falabella Retail creció 15,4% a/a, reflejo de mejoras en propuesta comercial multiespecialista, por una mayor afluencia de turistas a nuestras tiendas en Chile durante el semestre, y el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +18% a/a). De igual forma, Tottus creció 8,0% a/a, mientras que Sodimac aumentó 7,0% a/a, con crecimientos tanto en el canal físico como online. Por último, el negocio bancario, creció 2,5% a/a, con colocaciones que crecieron en todos los países, en moneda local.
- **EBITDA** consolidado creció 51,8% a/a, alcanzando MM\$943.860, con un margen de 15,0% en el semestre. Este resultado fue impulsado por una ganancia bruta 19,7% superior al 6M24, destacando el aporte del negocio bancario (+MM\$144.024), gracias a mayores ingresos netos operacionales y menores niveles de riesgo, y de Falabella Retail (+MM\$124.735), producto de una menor actividad promocional, una mejor gestión de inventario y mejoras en la rentabilidad del canal online. A su vez, los gastos de administración crecieron 4,3% a nivel consolidado, en línea con la inflación promedio de nuestros mercados, reflejando la eficiencia de nuestras estructuras.
- El resultado no operacional fue MM\$352.418 mayor al del periodo comparable, principalmente debido a la mayor revalorización de las propiedades de inversión durante este semestre. Con todo lo anterior, la utilidad neta alcanzó los MM\$556.280 (MM\$388.895 excluyendo el efecto neto de la revalorización de las propiedades de inversión).

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 6M25 (MM\$)

Sodimac⁽⁹⁾

	Sodimac		
	6M24	6M25	(%, pbs)
Ingresos	1.819.217	1.945.968	7,0%
Ganancia Bruta	534.927	586.572	9,7%
Margen Bruto	29,4%	30,1%	74
GAV	(516.610)	(541.648)	4,8%
GAV / Ingresos	-28,4%	-27,8%	56
Resultado Operacional	18.317	44.924	145,3%
Margen Operacional	1,0%	2,3%	130
EBITDA	108.024	132.981	23,1%
Margen EBITDA	5,9%	6,8%	90

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 7,0% a/a, destacando los crecimientos de Chile (+7,7% a/a) y Perú (+10,5% a/a y +6,9% a/a en moneda local), en un entorno de recuperación del sector de la construcción.
 - Chile: los ingresos crecieron +7,7% a/a impulsadas principalmente por el cliente Retail, destacando las categorías Hogar y Jardín & Aire Libre. Adicionalmente, el cliente Empresa presenta crecimiento en ventas en el semestre, principalmente producto de ajustes en nuestra estrategia y propuesta de valor.
 - Perú: los ingresos crecieron principalmente por el segmento Retail y PRO, destacando el crecimiento de las categorías Terminaciones y Hogar. Además, avanzamos en la reconversión de tiendas Maestro hacia el formato Sodimac, las cuales han mostrado resultados positivos en crecimiento de ingresos (durante el semestre se terminaron 5 nuevas remodelaciones, totalizando 8 al cierre de 6M25).
- Nuestro e-commerce continúa avanzando en su estrategia de transformarse en un sitio especialista, destacando el crecimiento de 25% a/a, complementando nuestra propuesta omnicanal.

Resultado Operacional

- En términos de rentabilidad, continuamos la tendencia de recuperación de nuestro margen EBITDA, alcanzando 6,8% (+90 pb vs 6M24), impulsado por mejores niveles de margen bruto (+74 pb vs 6M24), optimización en los niveles de inventario y aumento en la penetración de marcas propias.
- En términos de GAV vemos crecimiento de 4,8% a/a, donde Chile crece 6,8% a/a y Perú crece 5,7% a/a. En el caso de Chile, el incremento en los gastos se explica, en parte, por una mayor penetración del e-commerce, lo que responde a una estrategia de expansión y fortalecimiento del canal digital.

⁹ Sodimac considera las operaciones de Mejoramiento del Hogar en Chile, Perú, Brasil, Argentina y Uruguay, excluye la operación de IKEA en dichos países y las operaciones de Colombia y México que no consolidan.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 6M25 (MM\$)

Falabella Retail

	Falabella Retail		
	6M24	6M25	(%, pbs)
Ingresos	1.553.806	1.793.212	15,4%
Ganancia Bruta	544.641	669.376	22,9%
Margen Bruto	35,1%	37,3%	228
GAV	(592.632)	(622.492)	5,0%
GAV / Ingresos	-38,1%	-34,7%	343
Resultado Operacional	(47.991)	46.884	NA
Margen Operacional	-3,1%	2,6%	NA
EBITDA	25.830	117.497	354,9%
Margen EBITDA	1,7%	6,6%	489

Ingresos

- Los ingresos consolidados crecieron 15,4% a/a, donde Chile crece 18,6%, Perú crece 13,0% (+9,3% en moneda local) y Colombia crece 7,9% (+13,2% en moneda local), reflejando positivos avances de nuestra estrategia multiespecialista.
 - Chile: las ventas de las tiendas continúan acelerándose vs 6M24, atribuido a una propuesta comercial renovada, campañas exitosas y, por mayor afluencia de turistas a nuestras tiendas, con un importante desempeño del canal online en el periodo. En términos de categorías, destacan Vestuario, Tecnología y Belleza.
 - Perú: destaca el rendimiento de las tiendas, apalancados en las categorías de Tecnología, Vestuario y Belleza, con un canal online que crece principalmente gracias a la categoría de Belleza.
 - Colombia: los ingresos crecen impulsados por las categorías Vestuario y Belleza, esta última gracias a una oferta comercial diferenciadora, donde tanto las tiendas como el canal online muestran mejoras significativas a/a.
- El e-commerce tuvo un crecimiento semestral de 15% a/a, impulsado por el buen desempeño de nuestros *sellers* los cuales aumentan su participación a/a (+4 pp vs 6M24).

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanza 37,3% (+228 pb), con mejoras en los niveles de márgenes en los tres países (Chile: +200 pb; Perú: +289 pb; Colombia: +180 pb) por menores niveles de promocionalidad apalancado de una exitosa planificación de compras, que nos ha permitido reducir la antigüedad promedio de nuestros inventarios en los 3 países.
- En términos de GAV, a nivel consolidado crecieron 5,0%, continuando con las mejoras operacionales (ratio GAV / Ingresos de 34,7%, -343 pb vs 6M24) y alcanzando un margen EBITDA consolidado de 6,6% (+489 pb vs 6M24), donde los 3 países alcanzan margen EBITDA positivo (Chile: +5,4%, +551 pb a/a; Perú: 10,1%, +383 pb; Colombia: 4,3%, +462 pb), apalancados en las mejoras operacionales del canal online.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 6M25 (MM\$)

Tottus⁽⁹⁾

	Tottus		
	6M24	6M25	(%, pbs)
Ingresos	1.114.401	1.203.674	8,0%
Ganancia Bruta	281.688	310.917	10,4%
Margen Bruto	25,3%	25,8%	55
GAV	(253.046)	(274.928)	8,6%
GAV / Ingresos	-22,7%	-22,8%	(13)
Resultado Operacional	28.642	35.989	25,7%
Margen Operacional	2,6%	3,0%	42
EBITDA	81.631	88.582	8,5%
Margen EBITDA	7,3%	7,4%	3

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 8,0% a/a, donde Chile crece 6,5% a/a, mientras que Perú crece 9,1% a/a (+5,5% a/a en moneda local).
 - Chile: el crecimiento en ingresos fue impulsado, principalmente, por el segmento *food*, donde destacan las categorías de Carnes, Fiambres, Lácteos y Congelados y Abarrotes, en línea con la estrategia de fortalecimiento de nuestro surtido y de optimización del *layout* de nuestras tiendas, con una mayor presencia de categorías *food*. Lo anterior, permitió aumentos en el número de clientes, en la frecuencia de compra y en los ticket promedio.
 - Perú: vemos crecimiento de ventas similares en categorías *food* y *non-food*, destacando las categorías de Platos Preparados y Frutas & Verduras con crecimientos doble dígito. En términos de formato, Precio Uno crece 11% en moneda local vs 6M24, impulsado por una propuesta de valor con enfoque en precios bajos, optimización de surtido y *layout*.
- El e-commerce continua con positivo desempeño, creciendo 21% a/a.

Resultado Operacional

- Durante el semestre alcanzamos un margen EBITDA de 7,4%, similar al del 6M24, con mejoras en margen bruto (+55 pb vs 6M24), explicado por aumentos en ambos países (Perú +77 pb vs 6M24 y Chile +30 pb vs 6M24).
- En términos de GAV, vemos crecimiento de 8,6% a/a, donde Chile crece 6,3% a/a y Perú crece 10,9%. En el caso de Chile, los gastos se vieron impactados por el cierre de dos tiendas (Gerónimo Alderete en Santiago y Los Andes en Valparaíso), con un mayor gasto por reestructuración en el periodo en 1Q25, así como por la operación de la tienda Quillayes (aperturada en dic-24) y alza en las tarifas de energía, mientras que en Perú se explica en parte por mayores premios asociados a los resultados 2024, el ajuste del sueldo mínimo (enero 25), y la apertura de nueva tienda en Punta Hermosa.

⁹ Tottus considera los negocios de supermercados en Chile y Perú, bajo las marcas Tottus y Precio Uno.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 6M25 (MM\$)

Banco Falabella

	Banco Falabella		
	6M24	6M25	(%, pbs)
Ingresos	934.311	957.879	2,5%
Ganancia Bruta	441.782	585.806	32,6%
Margen Bruto	47,3%	61,2%	1.387
GAV	(326.750)	(343.296)	5,1%
GAV / Ingresos	-35,0%	-35,8%	(87)
Resultado Operacional	115.032	242.510	110,8%
Margen Operacional	12,3%	25,3%	1.301
EBITDA	134.649	260.294	93,3%
Margen EBITDA	14,4%	27,2%	1.276

Ingresos

- Nuestra estrategia de construir el banco digital líder de la región Andina continúa avanzando, con ingresos consolidados que crecieron 2,5% a/a en el periodo.
 - Chile: la cartera creció 13,7% a/a, lo que sumado a menores niveles de costo de fondeo por aumento de los saldos vistas (+10,3% a/a) y menores tasas y, en línea con nuestra estrategia de principalidad, nos permitió aumentar los ingresos netos por intereses y reajustes en 18,3% vs 6M24. Además, los ingresos netos por comisiones crecieron 23,8%, explicado por mayor principalidad de nuestros productos y aumento en los niveles de transaccionalidad.
 - Perú: la cartera retomó el crecimiento en el periodo (+2,9% a/a en moneda local). Por su parte, los ingresos netos por intereses y reajustes crecieron 6,8% a/a, en moneda local, principalmente por un aumento del 64,7% en los depósitos a la vista dada la tracción que está generando en nuestros clientes nuestra oferta de Cuenta Sueldo, y por menores gastos financieros.
 - Colombia: la cartera creció por primera vez desde 1Q23 (+0,6% a/a en moneda local) con ingresos netos por comisiones que crecieron 25,1% a/a en moneda local, en línea con el ajuste de su estrategia.

Resultado Operacional

- El margen bruto fue de 61,2% (+1.387 pb vs 6M24), explicado por menores niveles de costo de fondeo y mejores niveles de riesgo y de mora en los 3 países (NPL de 2,6% en Chile, 3,0% en Perú y 3,1% en Colombia), que nos permitió continuar la tendencia positiva iniciada en la segunda mitad de 2024. En el caso del banco en Chile, el costo por riesgo se mantiene en línea con el 6M24, pese al crecimiento de la cartera, mientras que en Perú y Colombia continuamos avanzando en la normalización.
- En términos de GAV vemos crecimiento de 5,1% a/a, donde Chile se mantiene plano a/a, Perú crece 23,3% a/a (+18,9% en moneda local) y Colombia cae 1,9% a/a (+3,3% a/a en moneda local). En el caso de Perú, el gasto crece principalmente por mayores gastos en fidelización y publicidad.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 6M25 (MM\$)

Mallplaza

	Plaza S.A.		
	6M24	6M25	(%, pbs)
Ingresos	234.529	316.108	34,8%
Ganancia Bruta	210.171	291.164	38,5%
Margen Bruto	89,6%	92,1%	249
GAV	(34.204)	(45.647)	33,5%
GAV / Ingresos	-14,6%	-14,4%	14
Resultado Operacional	175.967	245.517	39,5%
Margen Operacional	75,0%	77,7%	264
EBITDA	178.513	251.867	41,1%
Margen EBITDA	76,1%	79,7%	356

Ingresos

- Los ingresos consolidados de Plaza suben 34,8% a/a, explicado principalmente por consolidación de operación de los activos de Mallplaza y Open Plaza en Perú (la cual no tiene efecto a nivel de Falabella S.A.), ajustes en los mix de arriendos que ha potenciado nuestra propuesta de valor, además de mejoras en los ingresos por indexación de contratos, mayores ingresos por parking y por la entrada en operación de Mallplaza Cali a finales de 1Q24. Durante el semestre, las visitas a nuestros 2,3 millones de m2 de GLA, superaron los 185 millones de personas.

Resultado Operacional

- El Margen EBITDA alcanza 79,7% (+356 pb vs 6M24), explicado por mejores niveles de margen bruto (+249 pb vs 6M24) y por GAV que crecieron 33,5% a/a, por debajo del crecimiento de los ingresos y con una mayor dilución de gastos (ratio GAV / Ingresos -14 pb vs 6M24), principalmente por la consolidación de la operación de Perú.

5. INGRESOS RETAIL (MM\$)

Trimestral 2Q25

	2Q24	2Q25	Var %	Var Moneda Local %	SSS Moneda Local %
SODIMAC					
Chile	587.349	629.131	7,1%	7,1%	4,3%
Perú	178.737	201.794	12,9%	9,4%	12,6%
Colombia	322.935	360.711	11,7%	17,4%	16,3%
México	50.314	48.995	-2,6%	8,8%	-0,2%
Brasil	67.163	61.268	-8,8%	-2,0%	-0,8%
Argentina	29.283	27.866	-4,8%	55,6%	63,9%
Uruguay	18.283	19.176	4,9%	11,5%	9,0%
FALABELLA RETAIL					
Chile	478.435	551.268	15,2%	15,2%	14,4%
Perú	235.431	273.530	16,2%	12,2%	10,9%
Colombia	120.808	132.745	9,9%	14,4%	18,7%
TOTTUS					
Chile	241.418	254.658	5,5%	5,5%	4,4%
Perú	316.556	344.418	8,8%	4,8%	4,0%

Acumulado 6M25

	6M24	6M25	Var %	Var Moneda Local %
SODIMAC				
Chile	1.211.718	1.305.176	7,7%	7,7%
Perú	374.295	413.652	10,5%	6,9%
Colombia	676.333	734.410	8,6%	14,4%
México	98.610	92.814	-5,9%	8,1%
Brasil	138.878	123.745	-10,9%	-0,4%
Argentina	56.167	64.000	13,9%	71,7%
Uruguay	38.159	39.396	3,2%	11,1%
FALABELLA RETAIL				
Chile	889.937	1.055.069	18,6%	18,6%
Perú	434.250	490.495	13,0%	9,3%
Colombia	229.620	247.648	7,9%	13,2%
TOTTUS				
Chile	480.114	511.544	6,5%	6,5%
Perú	634.287	692.129	9,1%	5,5%

6. INDICADORES CANAL ONLINE (MM\$)^{11,12}

GMV ONLINE	2Q24	% Total	2Q25	% Total	Var %	UDM
Mejoramiento del Hogar	167.838	26%	207.322	27%	24%	780.820
Falabella Retail	449.257	69%	524.824	68%	17%	1.871.431
Tottus	31.722	5%	37.097	5%	17%	147.247
TOTAL GMV ONLINE	648.818	100%	769.243	100%	19%	2.799.499

GMV ONLINE POR PAÍS	2Q24	% Total	2Q25	% Total	Var %	UDM
Chile	407.127	63%	487.562	63%	20%	1.711.332
Perú	156.480	24%	186.861	24%	19%	702.149
Colombia	52.953	8%	65.051	8%	23%	256.329
Otros	32.258	5%	29.769	4%	-8%	129.689
TOTAL GMV ONLINE	648.818	100%	769.243	100%	19%	2.799.499

PENETRACIÓN ONLINE	2Q24	2Q25	UDM 2Q24	UDM 2Q25
Mejoramiento del Hogar	15%	18%	14%	16%
Falabella Retail	42%	43%	40%	39%
Tottus	5%	6%	5%	5%
TOTAL	23%	25%	22%	23%

¹¹ Cifras de Argentina han sido re-expresadas para anular el efecto de hiperinflación. A partir 1Q24 y, dado el cierre de Linio México, los valores excluyen dicha operación tanto en la base como en el periodo actual.

¹² A partir del primer trimestre de 2024 el calculo del GMV ha sido reprocesado en Mejoramiento del Hogar, Falabella Retail y Tottus.

7. NÚMERO DE LOCALES Y SUPERFICIES DE VENTA FORMATOS RETAIL¹³

	Junio 2024		Junio 2025	
	Superficie (m ²)	Locales (#)	Superficie (m ²)	Locales (#)
Sodimac	1.993.679	263	1.998.548	260
Chile	786.622	87	790.131	86
Perú	384.928	55	379.849	54
Colombia	399.062	42	400.730	42
México	123.573	14	132.674	15
Brasil	193.669	54	190.466	52
Argentina	72.207	7	72.207	7
Uruguay	33.619	4	32.491	4
Falabella Retail	676.202	104	671.796	104
Chile	302.456	44	300.759	44
Perú	195.420	34	196.909	35
Colombia	178.326	26	174.129	25
Tottus	515.379	161	515.685	161
Chile	228.733	72	226.203	71
Perú	286.646	89	289.483	90
IKEA	56.665	4	70.161	5
Chile	27.055	2	27.055	2
Colombia	29.610	2	43.106	3
Total Tiendas	3.241.925	532	3.256.190	530

8. NÚMERO DE CENTROS COMERCIALES Y SUPERFICIES ARRENDABLES DE OPERADORES INMOBILIARIOS^{14,15}

	Junio 2024		Junio 2025	
	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)
Mallplaza	2.324.569	37	2.341.392	37
Chile	1.430.939	17	1.450.629	17
Perú	621.629	15	618.297	15
Colombia	272.001	5	272.466	5
Open	224.146	10	166.409	9
Chile	224.146	10	166.409	9
Total Inmobiliario	2.548.715	47	2.507.801	46

¹³ A partir del primer trimestre de 2024 la superficie en metros cuadrados de Tottus Chile a sido reprocesada.

¹⁴ Open considera los Power Centers y Shopping Center (ubicaciones donde hay dos tiendas anclas y locales menores) distintos a los operados por Mallplaza. No considera a Autoplaza como un shopping center separado.

¹⁵ A partir del 4Q24, la superficie arrendable en metros cuadrados correspondiente a las operaciones de Open Plaza Perú, fue incorporada dentro de Mallplaza Perú.

9. DÍAS DE COBRO, DE PAGO Y MANTECIÓN DE INVENTARIO^{16,17,18}

	CHILE							
	Mejoramiento del Hogar		Falabella Retail		Tottus		Plaza S.A.	
	2Q24	2Q25	2Q24	2Q25	2Q24	2Q25	2Q24	2Q25
Días promedio de cobro	14,3	14,0	11,4	10,9	5,5	4,6	37,0	32,0
Días promedio de pago	48,8	49,7	55,7	72,9	43,0	46,5	NA	NA
Días de inventario	77,4	82,1	98,2	100,8	49,0	51,1	NA	NA

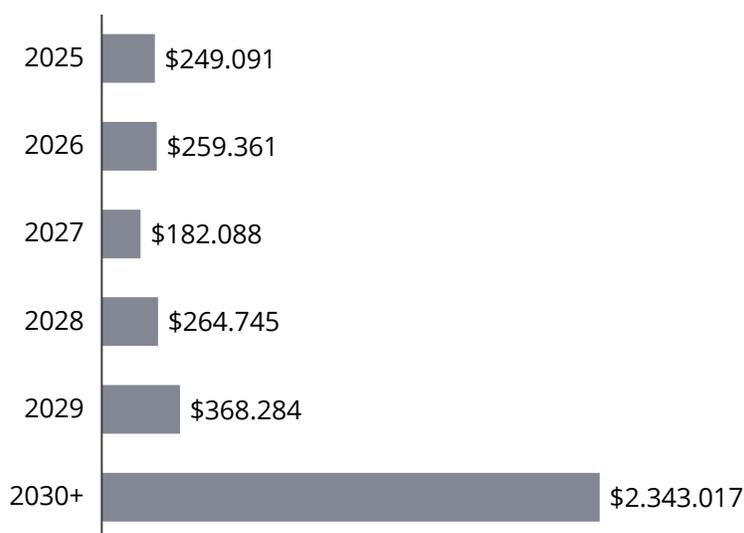
	PERÚ				COLOMBIA			
	Mejoramiento del Hogar		Falabella Retail		Tottus		Falabella Retail	
	2Q24	2Q25	2Q24	2Q25	2Q24	2Q25	2Q24	2Q25
Días promedio de cobro	7,3	5,1	5,5	3,1	4,3	1,6	8,1	7,3
Días promedio de pago	54,4	57,6	52,9	53,1	54,2	54,9	75,3	74,0
Días de inventario	110,0	113,7	121,6	123,5	55,5	59,8	136,5	137,8

10. LEVERAGE Y PERFIL DE VENCIMIENTOS DE DEUDA (MM\$)¹⁹

Deuda (CLP\$ millones)	# Nota	2Q25
Total Bancos	19. a)	511.633
Total Bonos	19. a)	3.355.595
Total Otros pasivos financieros	19. a)	39.849
Otros activos financieros	4.	(240.491)
(-) Efectivo y equivalentes	3.	(1.467.862)
Deuda Financiera Neta		2.198.725
EBITDA (CLP\$ millones)		2Q25 UDM
EBITDA no bancario		1.347.078
Ajustes para excluir IFRS16		(214.346)
EBITDA no bancario sin IFRS16		1.132.732
Deuda Financiera Neta/EBITDA		1,9x

Perfil de vencimientos

Negocios no bancarios, después de derivados de cobertura



Deuda Financiera: MM\$3.666.587

¹⁶ Días de cobro no incluye las cuentas por cobrar de los formatos de retail (Falabella Retail, Mejoramiento del Hogar y Tottus) con Promotora CMR.

¹⁷ Promedio de cobro (no incluye Plaza S.A.): Deudores Comerciales y Otras Cuentas por Cobrar, Corrientes (neto) * 90 / Ingresos Ordinarios Promedio de cobro para Plaza S.A. corresponde a los días de cobro. Promedio de pago: Acreedores Comerciales y Otras Cuentas por Pagar, Corrientes * 90 / Costos de ventas. Días de Inventarios: Inventarios (neto) * 90 / Costos de ventas. A partir de este reporte, los días de capital de trabajo se calculan con el promedio del trimestre para las cuentas de balance.

¹⁸ El segmento Mejoramiento del hogar en Perú incluye las dos empresas inmobiliarias de Maestro.

¹⁹ Deuda financiera = Préstamos bancarios + Obligaciones con el público + Otros pasivos financieros + Activos de cobertura + Instrumentos derivados.

11. ESTADOS FINANCIEROS – ESTADO DE RESULTADO

	30 de junio 2025 M\$	30 de junio 2024 M\$
ESTADO DE RESULTADOS		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Ingresos de actividades ordinarias	5.346.647.860	4.837.813.810
Costo de ventas	(3.486.378.627)	(3.236.118.807)
Ganancia bruta	1.860.269.233	1.601.695.003
Costos de distribución	(91.595.728)	(79.938.963)
Gastos de administración	(1.234.517.884)	(1.193.297.242)
Otros gastos por función	(54.660.182)	(53.356.113)
Otras ganancias	440.168.042	123.654.197
Ingresos financieros	39.200.973	46.296.544
Costos financieros	(178.293.260)	(179.090.774)
Participación en las ganancias de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	18.311.750	10.117.030
Diferencias de cambio	24.710.672	(13.377.011)
Resultado por unidades de reajuste	(34.293.510)	(30.086.974)
Ganancia antes de impuestos	789.300.106	232.615.697
Gastos por impuestos a las ganancias	(202.284.085)	(91.933.600)
Ganancia de negocios no bancarios	587.016.021	140.682.097
Negocios Bancarios (Presentación)		
Ingresos por intereses	716.256.990	715.594.027
Gastos por intereses	(124.380.291)	(187.766.951)
Ingreso neto por intereses	591.876.699	527.827.076
Ingresos por reajustes	19.912.678	16.542.708
Gastos por reajustes	(13.359.030)	(12.357.130)
Ingreso neto por reajustes	6.553.648	4.185.578
Ingresos por comisiones	215.459.541	186.155.632
Gastos por comisiones	(71.973.936)	(62.934.803)
Ingreso neto por comisiones	143.485.605	123.220.829
Utilidad neta de operaciones financieras	12.272.807	21.556.647
Ganancia de cambio neta	7.943.472	2.327.792
Otros ingresos operacionales	6.249.260	16.018.234
Gasto por pérdidas crediticias	(182.575.839)	(253.354.362)
Total ingreso operacional neto	585.805.652	441.781.794
Remuneraciones y gastos del personal	(81.751.111)	(77.853.384)
Gastos de Administración	(217.147.021)	(204.631.712)
Depreciaciones y amortizaciones	(17.783.659)	(19.617.589)
Otros gastos operacionales	(26.613.874)	(24.647.784)
Total gastos operacionales	(343.295.665)	(326.750.469)
Resultado operacional	242.509.987	115.031.325
Resultado por inversiones en sociedades	532.669	407.477
Resultado antes de impuesto a la renta	243.042.656	115.438.802
Gastos por impuestos a las ganancias	(60.105.612)	(23.660.473)
Ganancia de negocios bancarios	182.937.044	91.778.329
Ganancia	769.953.065	232.460.426
Ganancia atribuible a		
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	556.279.329	173.378.705
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	213.673.736	59.081.721
Ganancia	769.953.065	232.460.426
Ganancia por acción		
Ganancia por acción básica		
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	0,222	0,069
Ganancia por acción básica	0,222	0,069
Ganancia por acción diluida		
Ganancia por acción diluida en operaciones continuadas	0,222	0,069
Ganancia por acción diluida	0,222	0,069

11. ESTADOS FINANCIEROS – BALANCE

BALANCE	30 de junio 2025 M\$	31 de diciembre 2024 M\$
Activos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Activos corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	1.467.862.046	1.638.385.191
Otros activos financieros corrientes	15.715.483	149.409.699
Otros activos no financieros corrientes	144.000.291	150.866.320
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	435.560.624	496.440.453
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	44.600.665	18.134.711
Inventarios	1.783.690.980	1.684.564.942
Activos por impuestos corrientes	90.554.265	90.685.950
Total de activos corrientes distintos de los activos o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	3.981.984.354	4.228.487.266
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	64.848.501	235.811.138
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	64.848.501	235.811.138
Total activos corrientes	4.046.832.855	4.464.298.404
Activos no corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	277.743.282	411.897.329
Otros activos no financieros no corrientes	77.862.314	72.096.177
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar no corrientes	69.909.649	71.282.998
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, No Corriente	31.010.491	30.909.031
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	380.082.396	381.476.705
Activos intangibles distintos de la plusvalía	227.912.660	240.019.893
Plusvalía	688.209.122	687.154.476
Propiedades, planta y equipo	3.873.798.210	3.909.695.152
Propiedad de inversión	5.337.656.008	4.893.232.252
Activos por impuestos diferidos	607.092.042	633.217.565
Total activos no corrientes	11.571.276.174	11.330.981.578
Total activos de negocios no bancarios	15.618.109.029	15.795.279.982
Activos Negocios Bancarios (Presentación)		
Efectivo y depósitos en bancos	715.215.497	623.511.756
Operaciones con liquidación en curso	56.543.867	116.883.940
Activos financieros para negociar a valor razonable con cambios en resultados	452.955.582	469.091.803
Derechos por pactos de retroventa y préstamos de valores	26.815.479	11.344.807
Instrumentos financieros de deuda	37.558.437	122.289.433
Contratos de derivados financieros	618.388.544	715.383.422
Adeudado por bancos	15.819.525	9.395.914
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Comerciales	72.446.993	73.531.841
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Vivienda	665.491.326	640.051.754
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Consumo	5.346.523.887	5.111.178.283
Activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral	1.217.269.714	998.809.575
Inversiones en sociedades	5.198.283	5.162.193
Intangibles	63.459.449	63.007.626
Activo fijo	45.030.008	48.414.576
Impuestos corrientes	35.129.690	39.365.581
Impuestos diferidos	130.040.468	144.613.865
Otros activos	201.929.166	274.523.714
Total activos negocios bancarios	9.705.815.915	9.466.560.083
Total activos	25.323.924.944	25.261.840.065

11. ESTADOS FINANCIEROS – BALANCE (CONT.)

BALANCE	30 de junio 2025 M\$	31 de diciembre 2024 M\$
Patrimonio Neto y Pasivos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Pasivos corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	341.494.403	615.774.402
Pasivos por arrendamiento corrientes	126.889.671	123.373.888
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	1.275.906.606	1.603.267.517
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	15.683.569	19.219.003
Otras provisiones corrientes	22.783.181	24.262.692
Pasivos por Impuestos corrientes	28.695.806	41.711.867
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	199.437.098	233.403.736
Otros pasivos no financieros corrientes	167.271.175	230.930.270
Total pasivos corrientes	2.178.161.509	2.891.943.375
Pasivos no corrientes		
Otros pasivos financieros no corrientes	3.565.583.509	3.992.765.385
Pasivos por arrendamiento no corrientes	1.311.821.911	1.275.826.503
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar no corrientes	1.763.479	1.418.748
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas, no corriente	15.295.000	15.295.000
Otras provisiones no corrientes	15.291.091	15.384.646
Pasivos por impuestos diferidos	1.064.926.074	962.860.540
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	60.986.495	62.029.525
Otros pasivos no financieros no corrientes	89.428.968	88.988.319
Total pasivos no corrientes	6.125.096.527	6.414.568.666
Total pasivos de negocios no bancarios	8.303.258.036	9.306.512.041
Pasivos Negocios Bancarios (Presentación)		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	2.237.944.043	2.189.551.483
Operaciones con liquidación en curso	170.668.022	102.150.285
Depósitos y otras captaciones a plazo	3.719.395.989	3.489.493.252
Contratos de derivados financieros	668.210.182	748.627.973
Obligaciones con bancos	118.891.168	9.801.281
Instrumentos de deuda emitidos	318.441.142	324.850.982
Instrumentos financieros de capital regulatorio emitidos	17.650.484	19.970.764
Otras obligaciones financieras	41.426.660	43.976.226
Pasivos por Arrendamiento	20.149.339	21.531.519
Impuestos corrientes	21.743.373	50.662.964
Provisiones	34.503.540	31.807.252
Otros pasivos	482.432.088	481.350.268
Total pasivos negocios bancarios	7.851.456.030	7.513.774.249
Total pasivos	16.154.714.066	16.820.286.290
Patrimonio Neto		
Capital emitido	919.419.389	919.419.389
Ganancias acumuladas	6.315.519.872	5.801.292.073
Primas de emisión	93.482.329	93.482.329
Otras reservas	31.146.058	14.173.400
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	7.359.567.648	6.828.367.191
Participaciones no controladoras	1.809.643.230	1.613.186.584
Patrimonio total	9.169.210.878	8.441.553.775
Total de patrimonio y pasivos	25.323.924.944	25.261.840.065

11. ESTADOS FINANCIEROS – ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

ESTADO DE FLUJO EFECTIVO	30 de junio 2025 M\$	30 de junio 2024 M\$
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	6.433.452.175	5.720.909.100
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(5.200.673.117)	(4.691.151.781)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(741.156.782)	(704.681.169)
Impuestos a las ganancias pagados	(94.024.529)	(68.847.232)
Otras salidas de efectivo	(222.271.885)	(185.862.840)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación de negocios no bancarios	175.325.862	70.366.078
Negocios Bancarios (Presentación)		
Utilidad consolidada del período	182.937.044	91.778.329
Cargos (abonos) a resultados que no significan movimientos de efectivo:		
Depreciaciones y amortizaciones	17.783.659	19.617.589
Provisiones por riesgo de crédito	239.717.079	315.435.326
Utilidad neta por inversiones en sociedades con influencia significativa	(532.669)	(407.477)
Otros cargos (abonos) que no significan movimiento de efectivo	60.105.612	23.660.473
Variación neta de intereses, reajustes y comisiones devengadas sobre activos y pasivos	26.197.068	(63.657.184)
Cambios en activos y pasivos que afectan al flujo operacional:		
(Aumento) disminución de derechos por pactos de retroventa y préstamos de valores	(15.470.672)	5.161.740
(Aumento) neto en adeudado por bancos	(6.423.611)	(19.125.096)
Aumento en créditos y cuentas por cobrar a clientes	(504.466.585)	(36.531.135)
Disminución neta de instrumentos para negociación	(9.340.626)	(28.073.839)
Aumento de depósitos y otras obligaciones a la vista	48.392.560	25.813.929
Aumento de depósitos y otras captaciones a plazo	208.754.847	(291.848.899)
Aumento (disminución) de obligaciones con bancos	32.749.664	(183.067.770)
Otras entradas (salidas) de efectivo	64.568.771	(16.183.633)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de la operación negocios bancarios	344.972.141	72.572.353
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación	520.298.003	142.938.431
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Flujos de efectivo procedentes de la pérdida de control de subsidiarias u otros negocios	388.390	-
Aportes realizados en asociadas	(9.612.000)	(20.345.795)
Préstamos a entidades relacionadas	(1.698.457)	10.598.193
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	28.987.900	27.702.231
Compras de propiedades, planta y equipo	(55.435.671)	(81.786.453)
Compras de activos intangibles	(4.403.381)	(2.480.118)
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	180.757.996	440.832
Compras de otros activos a largo plazo	(31.988.945)	(46.759.673)
Dividendos recibidos	9.577.006	17.269.916
Intereses recibidos	23.519.262	18.004.223
Otras entradas de efectivo	233.166	7.505.435
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión de negocios no bancarios	140.325.266	(69.851.209)
Negocios Bancarios (Presentación)		
(Aumento) disminución neta de activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral	(46.675.772)	296.394.334
Compras de activos fijos	(13.179.160)	(7.520.597)
Dividendos recibidos	340.193	185.273
Subtotal flujos de efectivo netos (utilizados en) procedentes de actividades de inversión servicios bancarios	(59.514.739)	289.059.010
Flujos de Efectivo Netos procedentes de actividades de inversión	80.810.527	219.207.801
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Importes procedentes de la emisión de acciones	-	3.607.770
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	57.235.390	107.567.874
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	513.351.300	397.268.346
Total importes procedentes de préstamos	570.586.690	504.836.220
Pagos de préstamos	(1.003.125.968)	(492.468.650)
Dividendos pagados	(198.174.358)	(36.129.833)
Intereses pagados	(110.552.513)	(123.561.989)
Otras salidas de efectivo	(12.414.970)	(10.953.637)
Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de financiación de negocios no bancarios	(753.681.119)	(154.670.119)
Negocios Bancarios (Presentación)		
Rescate de letras de crédito	(4.105.123)	(4.980.945)
Obtención (Pago) de préstamos y otros pasivos	29.522.283	(54.059.313)
Otras salidas de efectivo	(3.805.817)	(4.069.090)
Subtotal flujos de efectivo netos obtenidos (utilizados) en actividades de financiación negocios bancarios	21.611.343	(63.109.348)
Flujos de Efectivo Netos utilizados en actividades de financiación	(732.069.776)	(217.779.467)
(Disminución) incremento neto en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	(130.961.246)	144.366.765
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo		
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(34.973.718)	9.724.429
(Disminución) incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo	(165.934.964)	154.091.194
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	3.193.021.899	2.430.027.253
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	3.027.086.935	2.584.118.447

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN BALANCE

	31 de diciembre 2024 MM\$	30 de junio 2025 MM\$	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	4.464.298	4.046.834	-9,4%
Activos No Corrientes No Bancarios	11.330.982	11.571.276	2,1%
Activos Total No Bancarios	15.795.280	15.618.110	-1,1%
Activos Total Negocios Bancarios	9.466.560	9.705.816	2,5%
Activos Total	25.261.840	25.323.926	0,2%
Pasivos Corrientes No Bancarios	2.891.943	2.178.162	-24,7%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	6.414.569	6.125.097	-4,5%
Pasivos Total No Bancarios	9.306.512	8.303.259	-10,8%
Pasivos Total Negocios Bancarios	7.513.774	7.851.456	4,5%
Pasivos Total	16.820.286	16.154.715	-4,0%
Patrimonio Total	8.441.554	9.169.211	8,6%
Total Pasivo y Patrimonio Total	25.261.840	25.323.926	0,2%

Activos

El **activo corriente no bancario** disminuyó en MM\$417.465 en comparación a diciembre 2024, impulsado principalmente una disminución en los activos mantenidos para la venta de MM\$170.963 por los activos de Open Kennedy que fueron vendidos el 14 de abril de 2025, más una disminución en el efectivo y equivalentes al efectivo en MM\$170.523 por pago de dividendos y pago de deuda financiera, además de una disminución en los otros activos financieros corrientes en MM\$133.694 por disminución de derivados.

Por su parte, el **activo no corriente no bancario** aumentó en MM\$240.294 explicado, en mayor parte, por el incremento en la propiedad de inversión de MM\$444.424 debido al incremento del valor razonable, compensado parcialmente por una disminución en los otros activos financieros no corrientes de MM\$134.154 por disminución de derivados por pago de deuda financiera.

En **activo de los negocios bancarios** aumentó en MM\$239.257 en comparación a diciembre 2024, principalmente, debido al aumento de créditos y cuentas por cobrar a clientes por MM\$259.700 por incremento en la cartera y por el aumento en los activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral en MM\$218.460. Lo anterior, compensado con la disminución en contratos de derivados financieros en MM\$96.995, disminución de instrumentos financieros de deuda por MM\$84.731, además de menores operaciones con liquidación en curso de MM\$60.340.

Como resultado de lo anterior, el **activo total** aumentó en MM\$62.086.

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN BALANCE (CONT.)

	31 de diciembre 2024 MM\$	30 de junio 2025 MM\$	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	4.464.298	4.046.834	-9,4%
Activos No Corrientes No Bancarios	11.330.982	11.571.276	2,1%
Activos Total No Bancarios	15.795.280	15.618.110	-1,1%
Activos Total Negocios Bancarios	9.466.560	9.705.816	2,5%
Activos Total	25.261.840	25.323.926	0,2%
Pasivos Corrientes No Bancarios	2.891.943	2.178.162	-24,7%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	6.414.569	6.125.097	-4,5%
Pasivos Total No Bancarios	9.306.512	8.303.259	-10,8%
Pasivos Total Negocios Bancarios	7.513.774	7.851.456	4,5%
Pasivos Total	16.820.286	16.154.715	-4,0%
Patrimonio Total	8.441.554	9.169.211	8,6%
Total Pasivo y Patrimonio Total	25.261.840	25.323.926	0,2%

Pasivos y patrimonio

El **pasivo corriente no bancario** disminuyó en MM\$713.781 en comparación con diciembre 2024 explicado, en mayor parte, por una disminución en las cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar en MM\$327.361 por pago a proveedores y pago de dividendo, y otros pasivos financieros corrientes en MM\$274.280 por pago de bonos. A su vez, el **pasivo no corriente no bancario** disminuyó en MM\$289.472, principalmente por la disminución de los otros pasivos financieros no corrientes en MM\$427.182 por prepago de bonos y préstamos, compensado parcialmente por un incremento en los pasivos por impuestos diferidos debido al incremento del valor razonable de Propiedades de Inversión.

Por su parte, el **pasivo de los negocios bancarios** aumentó en MM\$337.682, principalmente, por un aumento en depósitos y otras captaciones a plazo y obligaciones con bancos.

Como resultado de lo anterior, el **pasivo total** disminuyó en MM\$665.571.

El **patrimonio total** aumentó en MM\$727.657 respecto de diciembre de 2024, principalmente por el resultado del periodo.

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN FLUJO DE EFECTIVO

	30 de junio 2024	30 de junio 2025	Var %
	MM\$	MM\$	
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	70.366	175.326	149,2%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	72.572	344.972	375,4%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Total	142.938	520.298	264,0%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(69.851)	140.325	NA
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	289.059	(59.515)	NA
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total	219.208	80.810	-63,1%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	(154.670)	(753.681)	387,3%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	(63.109)	21.611	NA
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total	(217.779)	(732.070)	236,2%
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	144.367	(130.962)	NA
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	9.724	(34.974)	NA
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	2.430.027	3.193.022	31,4%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	2.584.118	3.027.087	17,1%

El **flujo operacional no bancario** presenta un aumento de MM\$104.960, originado principalmente por mayor recaudación de clientes por MM\$712.543 por el incremento de las ventas; esto es compensado por mayores pagos a proveedores por MM\$509.521, por pagos de compras de inventario. El **flujo operacional del negocio bancario** aumentó MM\$272.400, por mayor utilidad del periodo en los tres bancos por MM\$91.159, aumento en depósitos y captaciones a plazo por MM\$500.604, aumento de obligaciones con bancos por MM\$215.817; esto es compensado por aumento en cuentas por cobrar a clientes por MM\$467.935.

El **flujo de inversión no bancario** presenta una variación positiva de MM\$210.176, principalmente por mayores ventas de otros activos a largo plazo (propiedades de inversión) por MM\$180.317 (por venta Open Kennedy) y por menores compras de propiedades, planta y equipo por MM\$26.351. El **flujo de inversión del negocio bancario** presenta una variación negativa de MM\$348.574, originada principalmente por los activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral que generan una variación por MM\$343.070, producto de mayores inversiones el año actual respecto a las ventas efectuadas el año anterior.

El **flujo de financiamiento no bancario** presenta una variación negativa de MM\$599.011, originado principalmente por mayores pagos de préstamos por MM\$510.657, mayor pago de dividendos por MM\$162.045; esto es compensado por mayores préstamos obtenidos por MM\$65.750. El **flujo de financiamiento del negocio bancario** presenta una variación positiva de MM\$84.721, principalmente por incremento de préstamos y otros pasivos por MM\$83.582.

11. ESTADOS FINANCIEROS – DETALLE FLUJO DE EFECTIVO

Flujo de caja – Operaciones por Motor (MM\$)²⁰

30 de junio 2025					
	Mejoramiento del Hogar	Falabella Retail	Tottus	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	30.339.642	(116.144.943)	19.192.898	337.835.469	186.339.742
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(14.302.104)	(12.329.777)	1.034.028	(59.514.739)	(27.005.021)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(28.824.096)	75.092.066	(35.173.390)	(257.823.338)	(127.740.755)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(12.786.558)	(53.382.654)	(14.946.464)	20.497.392	31.593.966
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(26.322)	695.944	283.859	(15.909.211)	(1.246.293)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	57.080.559	209.262.632	103.552.935	1.554.636.708	179.173.763
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	44.267.679	156.575.922	88.890.330	1.559.224.889	209.521.436

30 de junio 2024					
	Mejoramiento del Hogar	Falabella Retail	Tottus	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	58.008.967	(158.530.474)	22.168.482	35.690.695	112.694.342
Flujo de efectivo de actividades de inversión	3.163.604	(57.471.211)	(3.469.508)	289.059.010	(33.105.728)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(56.928.588)	207.094.028	(31.322.949)	(81.823.574)	(38.913.433)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	4.243.983	(8.907.657)	(12.623.975)	242.926.131	40.675.181
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(3.242.976)	(985.212)	3.695.397	6.114.433	958.946
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	48.161.561	134.988.816	75.271.939	1.352.208.108	202.015.648
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	49.162.568	125.095.947	66.343.361	1.601.248.672	243.649.775

Flujo de caja – Operaciones por País (MM\$)²¹

30 de junio 2025			
	Chile	Perú	Colombia
Flujo de efectivo de actividades de operación	318.544.446	33.911.379	(80.707.521)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(73.396.231)	(2.094.709)	(9.130.483)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(176.090.003)	(99.147.219)	33.990.069
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	69.058.212	(67.330.549)	(55.847.935)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(4.923.513)	(9.159.042)	1.361.296
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	1.316.238.875	417.602.645	168.449.842
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	1.380.373.574	341.113.054	113.963.203

30 de junio 2024			
	Chile	Perú	Colombia
Flujo de efectivo de actividades de operación	(20.826.689)	58.210.573	(91.826.800)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	249.566.788	15.403.554	(32.314.476)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	12.033.009	(70.875.161)	103.366.361
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	240.773.108	2.738.966	(20.774.915)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(1.568.160)	8.283.396	450.741
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	1.189.135.144	216.421.901	181.030.997
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	1.428.340.092	227.444.263	160.706.823

²⁰ Sodimac considera las operaciones de Mejoramiento del Hogar en Chile, Perú, Brasil, Argentina y Uruguay, excluye la operación de IKEA en dichos países (Segmento Otros) y las operaciones de Colombia y México que no consolidan. Tottus considera los negocios de supermercados en Chile y Perú, bajo las marcas Tottus y Precio Uno. Estos segmentos consolidados por motor son la suma lineal de los negocios por país y no consideran eventuales eliminaciones intersegmento.

²¹ Los segmentos Chile, Perú y Colombia se componen exclusivamente de la suma lineal de las operaciones de Sodimac (incluye Imperial y Maestro), Falabella Retail, Tottus (incluye Precio Uno) y Banco Falabella que existen en cada uno de esos países, no considerando las eliminaciones entre negocios.

ADVERTENCIA

El presente documento contiene “declaraciones prospectivas”, relativas, entre otras cosas, a resultados operativos y financieros futuros, la ejecución de proyectos, los gastos, el impacto de adquisiciones y enajenaciones, la estrategia empresarial y eventuales planes de reestructuración. Estas afirmaciones utilizan palabras, y variaciones de palabras, como los verbos en tiempo futuro en general, “planear”, “pretender”, “esperar”, “anticipar”, “estimar”, “mantener”, “proyectar”, “continuar”, “reducir” y “crecer”. Le advertimos que usted no debe basar decisiones de inversión o desinversión en títulos valores emitidos por la sociedad en estas afirmaciones prospectivas. Estas afirmaciones se basan en suposiciones y expectativas de acontecimientos futuros en el momento en que se realizan y, por tanto, están sujetas a incertidumbre. La información contenida en este documento corresponde a las fechas y periodos de tiempo indicados en el mismo, y la empresa no se compromete a actualizar ninguno de los antecedentes que se incluyen en este documento.

Si las suposiciones subyacentes resultan inexactas, o se materializan riesgos o incertidumbres conocidos o desconocidos, los resultados reales podrían variar en forma significativa de las expectativas y proyecciones expresadas en estas declaraciones prospectivas. Las incertidumbres dicen relación, entre otros, con la capacidad de la empresa para ejecutar con éxito los proyectos y planes estratégicos planteados, la posibilidad de que los beneficios y oportunidades esperados no se materialicen en el plazo previsto o no se materialicen en absoluto, el impacto de las desinversiones, así como los riesgos relativos al escenario político y económico; nuevas normativas o cambios normativos más exigentes; incumplimiento de normativas y/o regulaciones; incapacidad para atraer y retener talentos; ciberataques; fallas o caídas de sistemas claves; obsolescencia tecnológica; riesgos financieros y de mercado (tipo de cambio, inflación, tasa de interés, crédito y liquidez); cambio climático que genere desastres naturales que afecten la continuidad operacional y/o aumenten los costos en la cadena de valor; incongruencia entre lo declarado y lo ejecutado en materia de ASG; daños en infraestructura afectando la seguridad física y continuidad operacional; conflictos con la comunidad; accidentes, enfermedades u otros eventos que impacten en el volumen mínimo de personas para funcionar; fallas en la cadena de abastecimiento e inventarios; relacionamiento con proveedores que no cumplan estándares mínimos; venta de productos que dañen la salud o integridad de las personas; inadecuada identificación y respuesta a las preferencias de nuestros clientes actuales y potenciales. Puede encontrarse una lista y descripción más detallada de estos riesgos en la Memoria Anual y en las notas de los estados financieros de Falabella S.A., que están disponibles en línea en la página de la sociedad (<https://investors.grupofalabella.com>), como también en el sitio de la Comisión para el Mercado Financiero (www.cmfcile.cl).

PRINCIPALES DEFINICIONES

Definiciones para Unidades de Negocios No Bancarios:

1. Clientes: Considera a una persona que realizó al menos una compra en nuestros retailers, vía online o en la tienda física, o una transacción en nuestros negocios bancarios en los últimos 12 meses.
2. Participantes Loyalty: Clientes que han acumulado puntos en los últimos 12 meses. Se consideran titulares CMR y clientes con otros medios de pago.
3. Ventas totales: Ventas totales corresponde al valor total de las mercaderías vendidas, incluidos los productos propios (1P) y de terceros (3P), a través de nuestra plataforma omnicanal (tiendas físicas y online). Incluye impuestos al valor agregado. Calculado con tipo de cambio neutral.
4. GMV: Ventas online brutas (Incluyendo IVA), y calculadas en base a tipo de cambio neutral, de los negocios Falabella Retail en Chile, Perú, Colombia; Mejoramiento del Hogar en Chile, Perú, Argentina, Brasil y Uruguay; Tottus Chile y Perú, Ikea en Chile y Colombia y los negocios de venta de productos de terceros. Cifras de Argentina han sido re-expresadas para anular el efecto de hiperinflación.
5. Penetración online: Ratio del GMV online sobre el GMV total del negocio (online + físico).
6. Same store sales (SSS): venta de las mismas tiendas en ambos periodos que hayan estado abiertas al menos 2/3 de cada mes del trimestre. Excluye aperturas, cierres de tiendas y remodelaciones significativas. Todos los crecimientos son en términos nominales y han sido calculados en moneda local de cada país. En Argentina son netos del impuesto a los ingresos brutos (IIBB).

Definiciones para Unidades de Negocios Bancarios:

1. Clientes activos: considera los Clientes titulares y adicionales con tarjeta de crédito y/o cuenta transaccional vigente (mora menor a 90 días) con transacciones voluntarias en los últimos 12 meses.
2. Depósitos a la vista: Depósitos en cuentas corrientes, cuentas vista, cuentas de ahorro y otras obligaciones a la vista.
3. Otras obligaciones financieras: Instrumentos de deuda emitidos, créditos de banco y otras obligaciones financieras.
4. Provisiones por riesgo de crédito: Gasto en provisión más castigo neto de recuperos.
5. Cartera vencida (90+ días): Cartera vencida es aquella en mora por más de 90 días.
6. Cuentas pasivas: Cuentas corrientes, cuentas vista y cuentas de ahorro con saldo.
7. Tarjetas con saldo: Número de tarjetas titulares con saldo, mora menor a 90 días y con transacciones voluntarias en los últimos 12 meses.
8. Deuda promedio: Colocaciones brutas sobre las tarjetas con saldo.
9. Duration: Media ponderada de los flujos de pagos esperados sobre el total de la cartera de tarjeta de crédito y créditos de consumo. Se calcula a partir de los pagos de los clientes, teniendo en cuenta tanto los flujos de vencimiento contractuales como la modelización de aquellos sin un vencimiento definido.
10. Basilea: Patrimonio efectivo sobre los activos ponderados por riesgo, según el organismo regulador de cada país.
11. Eficiencia – Bancos: Gasto operacional sobre ingresos operacional.
12. ROAE – Bancos: Utilidad de los últimos 12 meses sobre el promedio simple del patrimonio de los últimos 5 trimestres.
13. ROAA – Bancos: Utilidad de los últimos 12 meses sobre el promedio simple de los activos de los últimos 5 trimestres..

Contacto

Raimundo Monge
Loreto Moreno
Santiago Romero

E-mail

inversionistas@falabella.cl

Website

investors.grupofalabella.com

FALABELLA



+ falabella.com

SODIMAC

TOTTUS

mallplaza

Banco Falabella