

RESULTADOS

Grupo Falabella

3Q25

FALABELLA



+ falabella.com

 SODIMAC

 TOTTUS

 mallplaza

 Banco Falabella

1. COMENTARIO GERENTE GENERAL

- Nuestra estrategia de ecosistema físico-digital continua demostrando su eficacia y resiliencia. La complementariedad entre Sodimac, Falabella Retail, Tottus, Banco Falabella y Mallplaza refuerza nuestra capacidad de **responder con agilidad, profundizar relación con clientes y capturar sinergias** que impulsan resultados del grupo. Este trimestre los ingresos aumentaron 10% a/a, margen EBITDA alcanzo 13,2% (+165 pb vs. 3Q24) y la **utilidad neta se eleva a US\$167 millones** (+84% vs. 3Q24), reflejando la solidez de estrategia, disciplina operativa y compromiso de nuestros equipos en toda la región.
- Nuestro Banco Digital mantiene un crecimiento acelerado: las **colocaciones alcanzaron US\$7,4 mil millones** (+21% a/a; 15% a tipo de cambio constante), con un NPL consolidado de 2,7% (-15 pb vs. 2Q25), reflejo de una gestión efectiva del riesgo y una propuesta digital atractiva. Durante 3Q25, abrimos +790 mil cuentas y tarjetas de crédito (+12% a/a), mientras que el uso de nuestros medios de pago creció 18% a/a, impulsado por mayor principalidad y beneficios para clientes, consolidando al banco como pieza clave dentro de nuestro ecosistema.
- Los tres retailers continúan con un crecimiento sólido en ingresos** (+8% a/a), apoyados en propuestas especialistas que fortalecen la experiencia del cliente y la integración omnicanal. Falabella Retail creció 13% a/a, apalancado en las mejores marcas y 'Lo Último, Primero en Falabella', mientras que Tottus (+7% a/a) y Sodimac (+5% a/a) consolidan su propuesta especialista, potenciadas por sus marcas propias. El canal digital mantiene su dinamismo: **el GMV online creció 17%** a bases comparables, impulsado por el crecimiento de 37% de la venta de los *sellers*, respaldado en las mejores marcas y capacidades logísticas. Destaca el desempeño del Cyber Monday en Chile durante octubre 2025 (+18% GMV a/a), impulsado por los *sellers* que crecieron sus ventas 51% a/a. Este resultado refuerza el liderazgo de nuestra propuesta digital y la relevancia del ecosistema para clientes y *sellers*.
- Mallplaza registró +93 millones de visitas en el trimestre, consolidándose como **principal plataforma de centros urbanos de América Latina**. La compañía avanza en un plan de transformación de activos por más de US\$570 millones, enfocado en ampliar oferta de servicios, incorporar nuevas categorías y fortalecer su propuesta sostenible.
- Como resultado de los avances, **Fitch elevó nuestra calificación de riesgo a Investment Grade (BBB-)**, reconociendo la mejora transversal en rentabilidad y la solidez financiera del Grupo.
- Nos acercamos al **cierre del año con optimismo, respaldados por capacidades logísticas y digitales fortalecidas y una propuesta comercial sólida**, preparada para sorprender en esta temporada navideña. La fortaleza de nuestro ecosistema omnicanal nos permitirá combinar un surtido atractivo, precios competitivos y una experiencia de compra única, consolidando la solidez operativa y comercial demostrada durante el año.

Principales Indicadores 3Q25 (US\$)

37 MM

Clientes Ecosistema

\$3.248 MM

Ingresos (+10% a/a)

\$430 MM

EBITDA (13,2% margen)

\$167 MM

Utilidad Neta (5,1% margen)

529/46

Tiendas / Malls
(-3 a/a / -1 a/a)

\$7,4 BN

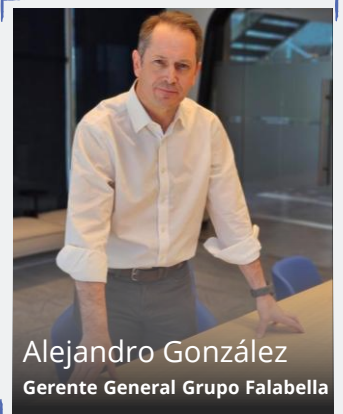
Cartera de Colocaciones
(+21% a/a)

21 MM

Participantes Programa
Lealtad

\$687 MM

GMV Online Ecosistema
(+9% a/a, +17% a/a
excl. efecto Cyber Chile 2024)



Alejandro González
Gerente General Grupo Falabella

2. EXPLICACIONES RESULTADOS 3Q25 (US\$ MM)⁽¹⁾

	3Q24	% ingresos	3Q25	% ingresos	Var (%)	Var % (excl. efecto Cyber Chile 2024)
VENTAS GMV TOTALES						
Ventas GMV Totales	2.891		3.039		5%	7%
Ventas GMV Online (1P + 3P)	632		687		9%	17%
Ventas GMV Totales Tiendas Físicas	2.259		2.351		4%	4%
ESTADO DE RESULTADOS						
Ingresos Negocios No Bancarios	2.497	84,4%	2.733	84,2%	9%	
Ingresos Negocios Bancarios	462	15,6%	515	15,8%	11%	
Total Ingresos	2.959	100,0%	3.248	100,0%	10%	
Ganancia Bruta	1.115	37,7%	1.243	38,3%	11%	
GAV	(890)	-30,1%	(931)	-28,7%	5%	
EBITDA	343	11,6%	430	13,2%	25%	
Utilidad Neta	91	3,1%	167	5,1%	84%	
BALANCE						
Caja (negocios no bancarios)	1.413		1.393		-1%	
Cartera de Créditos Bruta	6.103		7.392		21%	
Deuda Financiera Neta (excl. bancos)	3.108		2.263		-27%	

Ingresos
US\$3.248 MM
+10% a/a

- Ingresos consolidados crecieron 10% a/a, impulsados principalmente por el sólido desempeño de nuestros motores, gracias a la correcta ejecución de sus propuestas de valor. Destaca el crecimiento de Falabella Retail (+13% a/a), reflejo de mejoras en propuesta comercial multiespecialista, y el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +9% a/a, +17% excl. efecto Cyber 2024 en Chile⁽¹⁾). El ingreso del negocio bancario, por su parte, creció 11% a/a, gracias al aumento a nivel consolidado tanto de los ingresos por intereses, como de los ingresos por comisiones, con una cartera que creció 21% a/a.

EBITDA
US\$430 MM
+25% a/a

- EBITDA consolidado creció 25% a/a, alcanzando US\$430 MM, con un margen de 13,2% en el trimestre. Este resultado fue impulsado por una ganancia bruta 11% superior a la del año anterior, destacando el aporte de Falabella Retail (+US\$49 MM), producto de menor nivel de promocionalidad, mejoras en la rentabilidad del canal online y, el fortalecimiento de la propuesta comercial del negocio bancario (+US\$32 MM), gracias a mayores ingresos operacionales netos y una mejora en la calidad de la cartera. A su vez, los GAV crecieron 5% a nivel consolidado (~2% a tipo de cambio constante), lo que nos permite seguir mejorando la eficiencia operativa y rentabilizando nuestras operaciones.

Utilidad
US\$167 MM
+84% a/a

- Como resultado de las mejoras operacionales de nuestros negocios descritas anteriormente y, sumado a un resultado no operacional cuya pérdida decreció 55% a/a, principalmente por un menor gasto financiero neto, resultado de un nivel de deuda más bajo, la utilidad neta alcanzó los US\$167 MM (+US\$ 76 MM vs 3Q24).

⁽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. El evento Cyber Monday en Chile se desarrolló este año durante octubre, mientras que en 2024 incluyó un día en 3Q24 (30 de septiembre), impactando la comparabilidad de las ventas GMV Online en ambos periodos.

3. AVANCES EN NEGOCIOS



Ingresos

US\$ 1.425 MM

Mejoramiento Hogar⁽²⁾
(+10% a/a)

US\$ 923 MM

Falabella Retail
(+13% a/a)

US\$ 656 MM

Tottus
(+7% a/a)



US\$ 687 MM

GMV Online Ecosistema
(+9% a/a, +17% a/a excl.
efecto Cyber Chile
2024⁽³⁾)

52%

Entregas Click & Collect
(+519pb a/a)

MEJORAMIENTO DEL HOGAR

- El GMV online continuó creciendo durante el trimestre (+16% a/a excl. efecto Cyber Chile⁽³⁾), donde el 60% de la venta online se realizó a través de la página *standalone* y app de Sodimac. Por su parte, la participación de *sellers* en las ventas e-commerce de Chile y Perú alcanzó ~10% en el trimestre.
- En Perú, continuando con la estrategia de renovación del portafolio físico, durante el trimestre concluimos la transformación de 4 tiendas Maestro a Sodimac, totalizando 12 tiendas al cierre de septiembre 2025.
- La participación de marcas propias continúa ganando relevancia, aumentando en +2 pp su share en las ventas, durante el año.

FALABELLA RETAIL

- El canal online sigue mostrando liderazgo (+18% a/a excl. efecto Cyber Chile⁽³⁾), impulsado por las mejores marcas e iniciativas como *Creators F*, plataforma que conecta creadores de contenido con nuestras marcas, potenciando la visibilidad y conversión. Durante el evento Cyber en Chile en octubre, el GMV de *sellers* del Grupo creció un 51% vs 2024.
- Lo Último, Primero en Falabella: realizamos el desfile de moda *Falabella Fashion Live* en Chile y participamos de *Colombiamoda*, eventos que consolidan nuestra estrategia de integrar tendencias globales en nuestra oferta y unir el mundo físico con el digital.
- Por su parte, el porcentaje de entregas en menos de 48 horas creció 15 pp para los *sellers* y 8 pp en total (1P + 3P) vs 3Q24.
- Lo anterior, sumado a mejoras en los procesos de compras, ha contribuido a reducir la antigüedad del inventario, mejorando los niveles de rentabilidad (+294 pb de mejora en margen EBITDA vs 3Q24).

TOTTUS

- El fortalecimiento de la propuesta en *food* en Chile, apoyada por el cambio de *layout* de 18 tiendas en 2025, aumentando los m² dedicados a estas categorías y, una percepción de precios más bajos, permitieron aumentar a/a en 4% el número de transacciones y la frecuencia de compra en 3Q25. Por su lado, el GMV Online creció 41% a/a (excl. efecto Cyber Chile⁽³⁾) apalancado en la App y en el sitio *standalone*.
- En Perú, nuestro formato *discounter*, Precio Uno, sigue tomando fuerza, con *food* creciendo 8% a/a en moneda local, y aumentando en un 2% la frecuencia de compra, a pesar de una base comparativa más exigente tras el retiro de fondos de pensiones en 2024. Además, luego de la revisión del surtido de marcas propias, comenzamos el despliegue de la nueva propuesta con una imagen renovada y más cercana.

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

⁽³⁾ El evento Cyber Monday en Chile se desarrolló este año durante octubre, mientras que en 2024 incluyó un día en 3Q24 (30 de septiembre), impactando la comparabilidad de las ventas GMV en ambos periodos.



3. AVANCES EN NEGOCIOS

MALLPLAZA

- Mallplaza recibió más de 93 millones de visitantes en sus centros urbanos, lo que impulsó un incremento del SSS de 5,3%, con un margen EBITDA de 81,3% en el trimestre.
- En Perú, continuamos con la transformación del portafolio de activos a centros urbanos orientados en la experiencia, lo que contribuyó a posicionar a Mallplaza entre las 25 marcas más recordadas nacionalmente y en el top ten de retail, en dicho país.
- Fortalecemos nuestra propuesta con un plan de inversiones de US\$570 MM orientado a expandir y transformar nuestros activos, afianzando un portafolio premium centrado en activos Tier A.
- En línea con nuestra estrategia de expansión y diversificación, desarrollaremos el nuevo concepto Mallplaza *premium outlets*, concebido para capturar nuevos segmentos de consumo y optimizar la rentabilidad por metro cuadrado. Actualmente contamos con proyectos en desarrollo en Perú y Chile.

BANCO DIGITAL

- Con 8,2 millones de clientes activos, nuestra propuesta de valor simple, digital y con beneficios, sigue ganando tracción. En el trimestre, abrimos +790 mil cuentas y tarjetas de crédito (+12% a/a), mientras que las compras con nuestros medios de pago crecieron 18% a/a.
- Al mismo tiempo, seguimos observando una mejora en los niveles de riesgo de nuestra cartera consolidada (NPL de 2,7%), lo que nos ha permitido expandir las colocaciones en forma sostenible y transversal (+21% a/a; 15% a/a a tipo de cambio contante), creciendo a/a en moneda local 16%, 10%, 7% y 38% en Chile, Perú, Colombia y México, respectivamente.
- En nuestra app en Chile, continuamos avanzando en la personalización de la oferta de productos financieros y de las recomendaciones de compra (carrusel) en falabella.com y alianzas, lo que nos ha permitido incrementar en 2,4 veces la conversión en productos financieros y alcanzar US\$9,5 MM de ventas derivadas del carrusel de la app del banco a Falabella.com y alianzas durante el trimestre.
- En octubre se lanzó en la app de Banco Falabella Chile el envío de remesas, con +46 mil interacciones los primeros 20 días del lanzamiento.

PROGRAMA DE LEALTAD

- Nuestra propuesta de Puntos + Pesos(\$), que se encuentra desplegada en todas las tiendas de nuestros retailers en Chile, logró representar cerca del 40% de los canjes totales del trimestre. Además, luego de la implementación en Perú, más de 47 mil clientes canjearon usando sus Puntos + Soles(\$) en el trimestre.



US\$ 1,6 BN

Ventas Socios
Comerciales – Mallplaza
(+6% a/a)



US\$7,4 BN

Colocaciones ⁽⁴⁾
(+21% a/a)

US\$6,6 BN

Compras con débito
y crédito⁽⁴⁾
(+18% a/a)



21 MM

Participantes Activos
Loyalty
(+5% a/a)

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

4. METRICAS DE ENDEUDAMIENTO



US\$ 2.263 MM

Deuda
Financiera Neta
(-27% a/a)



1,8x

Deuda Financiera
neta / EBITDA
(No bancario)

CAJA Y LIQUIDEZ

Respecto a los niveles de liquidez de la compañía, al cierre de septiembre de 2025, el efectivo y equivalentes al efectivo ascendía a US\$3.093 MM a nivel consolidado:

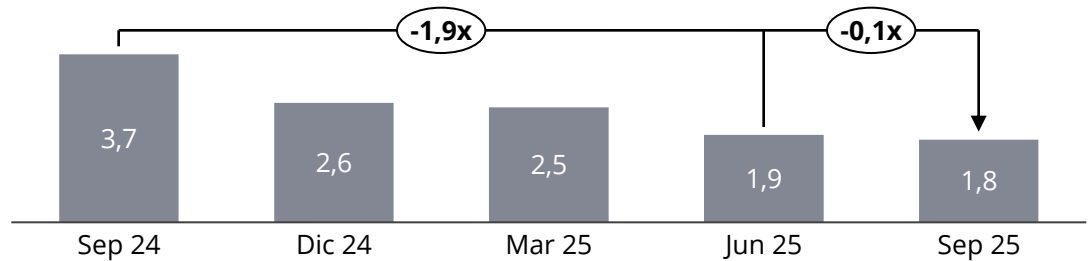
- Negocios no bancarios: US\$1.393 MM (-1,4% a/a).
- Negocios bancarios: US\$1.700 MM (+0,2% a/a).

ENDEUDAMIENTO

- Deuda Financiera (después de derivados)⁽⁵⁾ de los negocios no bancarios alcanzó US\$3.656 MM a septiembre 2025, un 19% menor al periodo comparable.
- Deuda Financiera Neta alcanzó US\$2.263 MM a septiembre 2025, una disminución del 27% a/a.

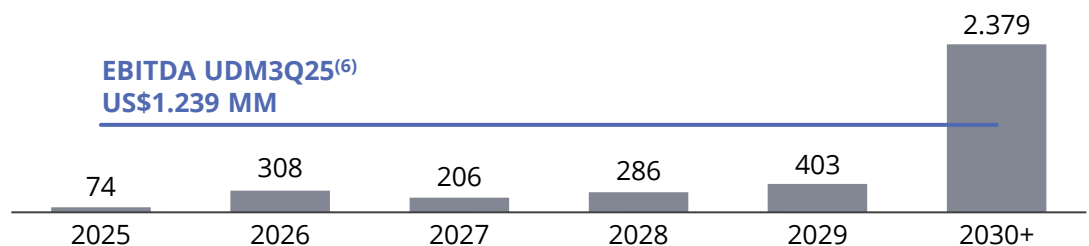
Deuda financiera neta / EBITDA

Negocios no bancarios^{(5),(6)}



Perfil vencimientos deuda (US\$MM)

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



US\$3.656 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 + Ajuste para excluir IFRS16; 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 136 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

- **Empresas del Grupo Falabella fueron reconocidas en Programa HuellaChile.** Sodimac, Falabella, Tottus y Banco Falabella recibieron la máxima distinción, el Sello de Excelencia, mientras que IKEA fue destacado en su primera participación con el Sello de Cuantificación, en el programa HuellaChile del Ministerio del Medio Ambiente.
- **Falabella Retail Chile realizó una nueva campaña de reciclaje de zapatillas** en 22 tiendas, logrando la participación de más de 2.000 clientes y el reciclaje de 1.182 kilos de calzado.
- En Perú, **se instalaron paneles solares en dos tiendas de Sodimac** - Ventanilla y Naranjal -, los que generarán aproximadamente el 30% de la energía que necesita cada tienda, reduciendo de esta forma su huella de carbono.

SOCIAL

- **Banco Falabella Chile**, en alianza con el Centro de Políticas Públicas UC, lanzó la **actualización del Índice de Educación e Inclusión Financiera en Chile**, un aporte para la generación de políticas públicas y desarrollo de iniciativas para mejorar la alfabetización e inclusión financiera.
- **Falabella Retail Colombia fue reconocida con el Premio AVANT, entregado por Inexmoda en el lanzamiento de Colombiamoda 2025**, por su compromiso con el talento local y la proyección internacional de la moda colombiana, impulsando una moda consciente, sostenible y con identidad.
- **Sodimac es la primera gran empresa de Chile en obtener el Sello Ley Karin Nivel 2**, la acreditación más exigente otorgada por la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) para validar la implementación de políticas y protocolos de prevención frente al acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo.

GOBERNANZA

- **Las empresas de Grupo Falabella en Perú obtuvieron el primer puesto del ranking de Computrabajo Best WorkPlaces 2025** en el sector Retail en dicho país.
- **Mallplaza es reconocida como la organización más sostenible del sector Real Estate en Chile**, en el Ranking de Sostenibilidad Empresarial 2025 de Brinca y la Escuela de Negocios UAI.
- La Revista Forbes en Colombia reconoce a **Falabella Retail como una de las 50 empresas líderes en Sostenibilidad** durante 2025.
- **Sodimac Perú obtiene el distintivo Empresa con Gestión Sostenible**, que reconoce a las empresas con mejor gestión en dimensiones sociales, ambientales y de gobernanza.

6. HECHOS DEL PERIODO

- **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.
- **Nuevo CEO Mallplaza:** A partir del 1 de enero de 2026, Pablo Pulido asumirá como nuevo CEO de Mallplaza, en reemplazo de Fernando de Peña, quien presentó su renuncia luego de 35 años en la compañía. Pablo actualmente se desempeña como Gerente de la operación de Mallplaza en Chile y Colombia.
- **Dividendo Provisorio:** En sesión de Directorio de 23 de septiembre, se aprobó el reparto de un dividendo provisorio con cargo a las utilidades del ejercicio 2025 de \$46 por acción, el que se pagó el 14 de octubre de 2025.

7. HECHOS POSTERIORES

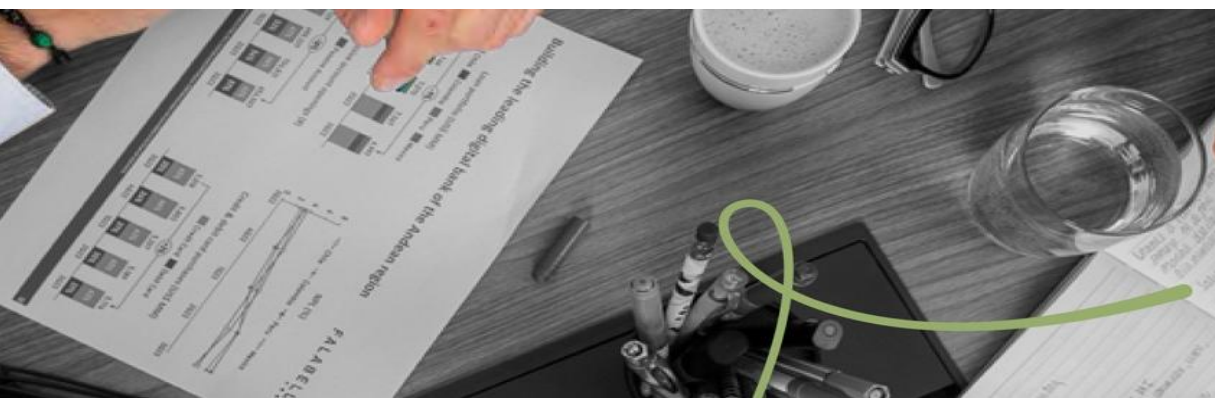
- **Actualización calificaciones crediticias:** El 29 de octubre, Fitch Ratings subió a Grado de Inversión la calificación internacional de riesgo crediticio de Falabella S.A hasta 'BBB-' con perspectivas estables. A la vez, la calificación local pasó a AA- desde A+.

Por su parte, S&P Global Ratings subió las perspectivas de su calificación de riesgo a 'positiva', manteniendo su calificación crediticia en 'BB+'.



US\$170 MM

Rescate anticipado de bonos 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 octubre de 2025: 962,39 \$/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 CRECIMIENTO⁽⁹⁾ (MM\$)

Trimestral 3Q25

	Sodimac			Falabella Retail			Tottus		
	3Q24	3Q25	(%, pbs)	3Q24	3Q25	(%, pbs)	3Q24	3Q25	(%, pbs)
Ingresos	862.842	902.791	4,6%	783.234	887.862	13,4%	587.384	630.998	7,4%
Ganancia Bruta	264.197	273.187	3,4%	274.856	321.573	17,0%	147.145	158.546	7,7%
Margen Bruto	30,6%	30,3%	(36)	35,1%	36,2%	113	25,1%	25,1%	8
GAV	(258.928)	(273.778)	5,7%	(298.020)	(316.523)	6,2%	(133.935)	(140.486)	4,9%
GAV / Ingresos	-30,0%	-30,3%	(32)	-38,0%	-35,7%	240	-22,8%	-22,3%	54
Resultado Operacional	5.269	(591)	NA	(23.164)	5.050	NA	13.210	18.060	36,7%
Margen Operacional	0,6%	-0,1%	NA	-3,0%	0,6%	NA	2,2%	2,9%	61
EBITDA	49.827	44.363	-11,0%	12.523	40.302	221,8%	39.241	45.087	14,9%
Margen EBITDA	5,8%	4,9%	(86)	1,6%	4,5%	294	6,7%	7,1%	46

	Banco Falabella			Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	3Q24	3Q25	(%, pbs)	3Q24	3Q25	(%, pbs)	3Q24	3Q25	(%, pbs)	3Q24	3Q25	(%, pbs)
Ingresos	444.683	495.185	11,4%	119.548	164.098	37,3%	49.946	44.551	-10,8%	2.847.637	3.125.485	9,8%
Ganancia Bruta	259.777	290.542	11,8%	110.452	153.423	38,9%	16.659	(1.170)	NA	1.073.086	1.196.101	11,5%
Margen Bruto	58,4%	58,7%	25	92,4%	93,5%	110	33,4%	-2,6%	NA	37,7%	38,3%	59
GAV	(178.275)	(189.424)	6,3%	(18.318)	(23.211)	26,7%	31.200	47.538	52,4%	(856.276)	(895.884)	4,6%
GAV / Ingresos	-40,1%	-38,3%	184	-15,3%	-14,1%	118	62,5%	106,7%	4.424	-30,1%	-28,7%	141
Resultado Operacional	81.502	101.118	24,1%	92.134	130.212	41,3%	47.859	46.368	-3,1%	216.810	300.217	38,5%
Margen Operacional	18,3%	20,4%	209	77,1%	79,4%	228	95,8%	104,1%	826	7,6%	9,6%	199
EBITDA	90.555	110.771	22,3%	93.810	133.363	42,2%	44.073	39.998	-9,2%	330.029	413.884	25,4%
Margen EBITDA	20,4%	22,4%	201	78,5%	81,3%	280	88,2%	89,8%	154	11,6%	13,2%	165

Acumulado 9M25

	Sodimac			Falabella Retail			Tottus		
	9M24	9M25	(%, pbs)	9M24	9M25	(%, pbs)	9M24	9M25	(%, pbs)
Ingresos	2.682.059	2.848.759	6,2%	2.337.040	2.681.074	14,7%	1.701.785	1.834.672	7,8%
Ganancia Bruta	799.124	859.759	7,6%	819.497	990.949	20,9%	428.833	469.463	9,5%
Margen Bruto	29,8%	30,2%	38	35,1%	37,0%	190	25,2%	25,6%	39
GAV	(775.538)	(815.426)	5,1%	(890.652)	(939.015)	5,4%	(386.981)	(415.414)	7,3%
GAV / Ingresos	-28,9%	-28,6%	29	-38,1%	-35,0%	309	-22,7%	-22,6%	10
Resultado Operacional	23.586	44.333	88,0%	(71.155)	51.934	NA	41.852	54.049	29,1%
Margen Operacional	0,9%	1,6%	68	-3,0%	1,9%	NA	2,5%	2,9%	49
EBITDA	157.851	177.344	12,3%	38.353	157.799	311,4%	120.872	133.669	10,6%
Margen EBITDA	5,9%	6,2%	34	1,6%	5,9%	424	7,1%	7,3%	18

	Banco Falabella			Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	9M24	9M25	(%, pbs)	9M24	9M25	(%, pbs)	9M24	9M25	(%, pbs)	9M24	9M25	(%, pbs)
Ingresos	1.378.994	1.453.064	5,4%	354.077	480.206	35,6%	165.807	132.237	-20,2%	8.619.762	9.430.012	9,4%
Ganancia Bruta	701.559	876.348	24,9%	320.623	446.999	39,4%	46.927	1.070	-97,7%	3.116.563	3.644.588	16,9%
Margen Bruto	50,9%	60,3%	944	90,6%	93,1%	253	28,3%	0,8%	(2.749)	36,2%	38,6%	249
GAV	(505.025)	(532.720)	5,5%	(52.522)	(71.270)	35,7%	101.099	151.480	49,8%	(2.509.619)	(2.622.365)	4,5%
GAV / Ingresos	-36,6%	-36,7%	(4)	-14,8%	-14,8%	(1)	61,0%	114,6%	5.358	-29,1%	-27,8%	131
Resultado Operacional	196.534	343.628	74,8%	268.101	375.729	40,1%	148.026	152.550	3,1%	606.944	1.022.223	68,4%
Margen Operacional	14,3%	23,6%	940	75,7%	78,2%	253	89,3%	115,4%	2.608	7,0%	10,8%	380
EBITDA	225.204	371.065	64,8%	272.323	385.230	41,5%	137.233	132.637	-3,3%	951.836	1.357.744	42,6%
Margen EBITDA	16,3%	25,5%	921	76,9%	80,2%	331	82,8%	100,3%	1.754	11,0%	14,4%	336

⁽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 3Q25

	Chile			Perú			Colombia		
	3Q24	3Q25	(%, pbs)	3Q24	3Q25	(%, pbs)	3Q24	3Q25	(%, pbs)
Ingresos	1.492.760	1.618.462	8,4%	868.784	957.158	10,2%	205.562	230.764	12,3%
Ganancia Bruta	567.564	601.807	6,0%	269.377	306.663	13,8%	67.146	94.645	41,0%
Margen Bruto	38,0%	37,2%	(84)	31,0%	32,0%	103	32,7%	41,0%	835
GAV	(522.250)	(537.366)	2,9%	(229.763)	(255.254)	11,1%	(75.731)	(83.473)	10,2%
GAV / Ingresos	-35,0%	-33,2%	178	-26,4%	-26,7%	(22)	-36,8%	-36,2%	67
Resultado Operacional	45.314	64.441	42,2%	39.614	51.409	29,8%	(8.585)	11.172	NA
Margen Operacional	3,0%	4,0%	95	4,6%	5,4%	81	-4,2%	4,8%	NA
EBITDA	114.397	133.162	16,4%	71.327	85.644	20,1%	779	19.921	2457,3%
Margen EBITDA	7,7%	8,2%	56	8,2%	8,9%	74	0,4%	8,6%	825

	Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	3Q24	3Q25	(%, pbs)	3Q24	3Q25	(%, pbs)	3Q24	3Q25	(%, pbs)
Ingresos	119.548	164.098	37,3%	160.983	155.003	-3,7%	2.847.637	3.125.485	9,8%
Ganancia Bruta	110.452	153.423	38,9%	58.547	39.563	-32,4%	1.073.086	1.196.101	11,5%
Margen Bruto	92,4%	93,5%	110	36,4%	25,5%	(1.084)	37,7%	38,3%	59
GAV	(18.318)	(23.211)	26,7%	(10.214)	3.420	NA	(856.276)	(895.884)	4,6%
GAV / Ingresos	-15,3%	-14,1%	118	-6,3%	2,2%	NA	-30,1%	-28,7%	141
Resultado Operacional	92.134	130.212	41,3%	48.333	42.983	-11,1%	216.810	300.217	38,5%
Margen Operacional	77,1%	79,4%	228	30,0%	27,7%	(229)	7,6%	9,6%	199
EBITDA	93.810	133.363	42,2%	49.716	41.794	-15,9%	330.029	413.884	25,4%
Margen EBITDA	78,5%	81,3%	280	30,9%	27,0%	(392)	11,6%	13,2%	165

Acumulado 9M25

	Chile			Perú			Colombia		
	9M24	9M25	(%, pbs)	9M24	9M25	(%, pbs)	9M24	9M25	(%, pbs)
Ingresos	4.603.807	5.074.326	10,2%	2.501.730	2.750.589	9,9%	650.100	655.059	0,8%
Ganancia Bruta	1.670.695	1.902.236	13,9%	750.999	899.454	19,8%	200.046	268.967	34,5%
Margen Bruto	36,3%	37,5%	120	30,0%	32,7%	268	30,8%	41,1%	1.029
GAV	(1.534.551)	(1.602.721)	4,4%	(661.502)	(733.736)	10,9%	(230.976)	(235.108)	1,8%
GAV / Ingresos	-33,3%	-31,6%	175	-26,4%	-26,7%	(23)	-35,5%	-35,9%	(36)
Resultado Operacional	136.144	299.515	120,0%	89.497	165.718	85,2%	(30.930)	33.859	NA
Margen Operacional	3,0%	5,9%	295	3,6%	6,0%	245	-4,8%	5,2%	NA
EBITDA	346.189	505.107	45,9%	185.788	264.681	42,5%	(2.297)	59.920	NA
Margen EBITDA	7,5%	10,0%	243	7,4%	9,6%	220	-0,4%	9,1%	NA

	Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	9M24	9M25	(%, pbs)	9M24	9M25	(%, pbs)	9M24	9M25	(%, pbs)
Ingresos	354.077	480.206	35,6%	510.048	469.832	-7,9%	8.619.762	9.430.012	9,4%
Ganancia Bruta	320.623	446.999	39,4%	174.200	126.932	-27,1%	3.116.563	3.644.588	16,9%
Margen Bruto	90,6%	93,1%	253	34,2%	27,0%	(714)	36,2%	38,6%	249
GAV	(52.522)	(71.270)	35,7%	(30.068)	20.470	NA	(2.509.619)	(2.622.365)	4,5%
GAV / Ingresos	-14,8%	-14,8%	(1)	-5,9%	4,4%	NA	-29,1%	-27,8%	131
Resultado Operacional	268.101	375.729	40,1%	144.132	147.402	2,3%	606.944	1.022.223	68,4%
Margen Operacional	75,7%	78,2%	253	28,3%	31,4%	311	7,0%	10,8%	380
EBITDA	272.323	385.230	41,5%	149.833	142.806	-4,7%	951.836	1.357.744	42,6%
Margen EBITDA	76,9%	80,2%	331	29,4%	30,4%	102	11,0%	14,4%	336

⁽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 3Q25

ESTADO DE RESULTADOS	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	3Q24	3Q25	Var. %	3Q24	3Q25	Var. %	3Q24	3Q25	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)		
Ingresos por intereses y reajustes	210.904	233.267	10,6%	299.300	303.140	1,3%	277.406	265.563	-4,3%
Gastos por intereses y reajustes	(35.739)	(32.811)	-8,2%	(45.104)	(35.700)	-20,8%	(133.100)	(109.989)	-17,4%
Ing. netos por intereses y reajustes	175.165	200.455	14,4%	254.196	267.440	5,2%	144.306	155.574	7,8%
Ingresos por comisiones	48.362	59.230	22,5%	80.425	85.723	6,6%	117.297	132.587	13,0%
Gastos por comisiones	(22.757)	(31.649)	39,1%	(7.337)	(10.136)	38,1%	(21.974)	(21.497)	-2,2%
Ing. netos por comisiones	25.605	27.581	7,7%	73.088	75.587	3,4%	95.323	111.091	16,5%
Ut. neta de operaciones financieras	14.166	8.748	-38,2%	8.110	8.584	5,8%	3.860	557	-85,6%
Otros ing. operacionales netos	437	621	42,0%	1.615	3.054	89,1%	5.265	2.603	-50,6%
Ingreso Operacional	215.374	237.406	10,2%	337.009	354.665	5,2%	248.753	269.824	8,5%
Costo por Riesgo de Crédito	(32.939)	(56.117)	70,4%	(146.301)	(133.967)	-8,4%	(114.292)	(63.192)	-44,7%
Gasto Operacional	(103.246)	(102.010)	-1,2%	(173.224)	(187.966)	8,5%	(141.407)	(151.555)	7,2%
Resultado Operacional	79.187	79.278	0,1%	17.484	32.733	87,2%	(6.947)	55.077	NA
Ganancia / (Pérdida) Neta	60.202	59.526	-1,1%	13.182	25.009	89,7%	(4.179)	33.824	NA
Eficiencia	47,9%	43,0%		51,4%	53,0%		56,8%	56,2%	

Acumulado 9M25

ESTADO DE RESULTADOS	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	9M24	9M25	Var. %	9M24	9M25	Var. %	9M24	9M25	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)		
Ingresos por intereses y reajustes	642.153	698.560	8,8%	890.283	899.323	1,0%	913.328	774.836	-15,2%
Gastos por intereses y reajustes	(130.069)	(99.402)	-23,6%	(150.911)	(113.605)	-24,7%	(463.458)	(333.422)	-28,1%
Ing. netos por intereses y reajustes	512.084	599.157	17,0%	739.372	785.718	6,3%	449.870	441.413	-1,9%
Ingresos por comisiones	141.286	173.856	23,1%	241.678	248.248	2,7%	337.328	389.975	15,6%
Gastos por comisiones	(70.704)	(90.610)	28,2%	(22.563)	(24.685)	9,4%	(68.624)	(62.017)	-9,6%
Ing. netos por comisiones	70.582	83.246	17,9%	219.114	223.563	2,0%	268.703	327.958	22,1%
Ut. neta de operaciones financieras	33.908	23.141	-31,8%	19.164	28.680	49,7%	10.247	3.225	-68,5%
Otros ing. operacionales netos	5.543	4.778	-13,8%	9.849	7.522	-23,6%	43.936	11.361	-74,1%
Ingreso Operacional	622.117	710.323	14,2%	987.499	1.045.482	5,9%	772.757	783.958	1,4%
Costo por Riesgo de Crédito	(133.918)	(155.716)	16,3%	(484.562)	(347.055)	-28,4%	(395.308)	(184.540)	-53,3%
Gasto Operacional	(291.185)	(290.691)	-0,2%	(464.589)	(534.526)	15,1%	(415.752)	(434.997)	4,6%
Resultado Operacional	197.013	263.915	34,0%	38.348	163.902	327,4%	(38.304)	164.420	NA
Ganancia / (Pérdida) Neta	152.615	202.364	32,6%	32.288	123.701	283,1%	(26.221)	99.687	NA
Eficiencia	46,8%	40,9%		47,0%	51,1%		53,8%	55,5%	

3. NEGOCIO FINANCIERO – PRINCIPALES INDICADORES

Banco Falabella: Balance

PRINCIPALES CUENTAS DEL BALANCE	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	sep-24	sep-25	Var. %	sep-24	sep-25	Var. %	sep-24	sep-25	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)		
Efectivo y depósitos en bancos	391.487	381.147	-2,6%	531.566	866.502	63,0%	419.954	340.915	-18,8%
Activos Financieros	1.603.603	1.561.981	-2,6%	521.132	509.781	-2,2%	642.992	518.912	-19,3%
Colocaciones brutas	3.852.850	4.483.089	16,4%	3.296.255	3.631.116	10,2%	4.820.296	5.163.741	7,1%
Provisiones	(214.351)	(259.443)	21,0%	(323.018)	(352.926)	9,3%	(372.784)	(281.161)	-24,6%
Colocaciones netas	3.638.499	4.223.646	16,1%	2.973.237	3.278.190	10,3%	4.447.512	4.882.580	9,8%
Total Activos	6.787.816	7.181.022	5,8%	4.482.070	5.079.120	13,3%	6.021.814	6.193.053	2,8%
Depósitos a la vista	1.554.930	1.798.307	15,7%	843.935	1.371.974	62,6%	961.416	960.305	-0,1%
Depósitos a plazo	2.054.582	2.283.818	11,2%	2.067.445	1.957.463	-5,3%	3.743.090	3.817.702	2,0%
Total depósitos	3.609.512	4.082.125	13,1%	2.911.380	3.329.437	14,4%	4.704.506	4.778.007	1,6%
Otras obligaciones financieras	44.846	39.985	-10,8%	288.326	308.527	7,0%	52.086	30.007	-42,4%
Total Pasivos	5.642.454	6.082.887	7,8%	3.548.346	3.980.478	12,2%	5.193.840	5.268.984	1,4%
Patrimonio (stock)	1.145.363	1.098.135	-4,1%	933.724	1.098.641	17,7%	827.975	924.069	11,6%
Total Pasivos + Patrimonio	6.787.816	7.181.022	5,8%	4.482.070	5.079.120	13,3%	6.021.814	6.193.053	2,8%
ROAE	15,2%	21,4%		4,7%	15,4%		-11,8%	12,2%	
ROAA	2,5%	3,5%		0,9%	3,2%		-1,4%	1,7%	

Banco Falabella y Servicios Financieros México: Datos operacionales y ratios

DATOS OPERACIONALES	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia			Serv. Financieros México		
	sep-24	sep-25	Var. %	sep-24	sep-25	Var. %	sep-24	sep-25	Var. %	sep-24	sep-25	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)			(M MEX)		
Colocaciones brutas	3.852.850	4.483.089	16,4%	3.296.255	3.631.116	10,2%	4.820.296	5.163.741	7,1%	4.565.879	6.320.691	38,4%
Provisiones	(214.351)	(259.443)	21,0%	(323.018)	(352.926)	9,3%	(372.784)	(281.161)	-24,6%	(530.274)	(835.417)	57,5%
Cartera Vencida (+90 días)	113.221	118.232	4,4%	132.512	100.065	-24,5%	270.300	131.814	-51,2%	164.618	241.633	46,8%
Cuentas pasivas (#)	2.294.966	2.761.468	20,3%	1.315.775	858.489	-34,8%	2.368.276	2.586.774	9,2%	-	-	
Tarjetas con saldo (#)	2.562.330	2.798.127	9,2%	868.408	996.865	14,8%	949.522	909.513	-4,2%	427.783	521.212	21,8%
Deuda Promedio (moneda local)	1.503.651	1.602.175	6,6%	3.796	3.643	-4,0%	5.076.550	5.677.479	11,8%	10.673	12.127	13,6%
Duration (meses)	9,5	10,1	6,9%	10,3	10,5	1,8%	8,9	9,6	8,4%	4,3	5,4	23,7%
Sucursales (#)	87	87	0,0%	51	52	2,0%	67	66	-1,5%	-	-	
RATIOS												
Cartera Vencida / Colocaciones	2,9%	2,6%		4,0%	2,8%		5,6%	2,6%		3,6%	3,8%	
Provisiones / Cartera Vencida	1,9	2,2		2,4	3,5		1,4	2,1		3,2	3,5	
Basilea	21,5%	18,2%		21,3%	24,1%		14,3%	16,5%		22,9%	22,4%	

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

	% CMR		% Total medios de pago propios	
	3Q24	3Q25	3Q24	3Q25
Chile - Falabella	38,3%	35,1%	46,4%	42,9%
Chile - Sodimac	22,0%	23,0%	32,0%	32,9%
Chile - Tottus	13,8%	14,7%	26,0%	28,0%
Perú - Falabella, Sodimac, Tottus	31,2%	31,1%	33,2%	34,1%
Colombia - Falabella y Sodimac	19,4%	18,0%	24,4%	23,0%
México - Sodimac	11,9%	12,3%	11,9%	12,3%

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 3Q25 (MM\$)

	3Q24	% Ing.	3Q25	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	2.402.954		2.630.300		9,5%
Ingresos de Negocios Bancarios	444.683		495.185		11,4%
Total Ingresos	2.847.637	100,0%	3.125.485	100,0%	9,8%
Costo de Ventas no Bancarios	(1.589.645)		(1.724.741)		8,5%
Costo de Ventas Bancarios	(184.906)		(204.643)		10,7%
Ganancia Bruta	1.073.086	37,7%	1.196.101	38,3%	11,5%
GAV	(856.276)	-30,1%	(895.884)	-28,7%	4,6%
Resultado Operacional	216.810	7,6%	300.217	9,6%	38,5%
Depreciación + Amortización	(113.219)		(113.666)		0,4%
EBITDA	330.029	11,6%	413.884	13,2%	25,4%
EBITDA de Negocios no Bancarios	239.474		303.113		26,6%
EBITDA de Negocios Bancarios	90.555		110.771		22,3%
Otras Ganancias	6.734		14.402		113,9%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(85.131)		(56.312)		-33,9%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	7.057		8.641		22,4%
Diferencias de Cambio	8.944		5.485		-38,7%
Resultado No Operacional	(62.396)	-2,2%	(27.784)	-0,9%	-55,5%
Resultado Antes de Impuestos	154.414	5,4%	272.433	8,7%	76,4%
Impuesto a la Renta	(41.198)		(71.463)		73,5%
Interés Minoritario	(25.710)		(40.076)		55,9%
Ganancia / (Pérdida) Neta	87.506	3,1%	160.894	5,1%	83,9%

- **Ingresos** consolidados crecieron 9,8% a/a, impulsados principalmente por el sólido desempeño de nuestros motores, gracias a la correcta ejecución de sus propuestas de valor. Destaca el crecimiento de Falabella Retail (+13,4% a/a), reflejo de mejoras en propuesta comercial multiespecialista, y el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +9% a/a; +17% excl. efecto Cyber en Chile). El negocio bancario, por su parte, creció 11,4% a/a, gracias al aumento a nivel consolidado tanto de los ingresos por intereses, como de los ingresos por comisiones, con una cartera que creció 21,1% a/a.
- **EBITDA** consolidado creció 25,4% a/a, alcanzando MM\$413.884, con un margen de 13,2% en el trimestre. Este resultado fue impulsado por una ganancia bruta 11,5% superior a la del año anterior, destacando el aporte de Falabella Retail (+MM\$46.717), producto de una gestión más eficiente del inventario, mejoras en la rentabilidad del canal online y el fortalecimiento de propuesta comercial del negocio bancario (+MM\$30.765), gracias a mayores ingresos operacionales netos y una mejora en la calidad de la cartera. A su vez, los GAV crecieron 4,6% a nivel consolidado, lo que nos permite seguir mejorando la eficiencia operativa y rentabilizando nuestras operaciones.
- Como resultado de las mejoras operacionales de nuestros negocios descritas anteriormente y, sumado a un resultado no operacional cuya pérdida decreció 55,5% a/a, principalmente a un menor gasto financiero neto debido al menor nivel de deuda, la **utilidad neta** alcanzó los MM\$160.894 (+MM\$73.388 vs 3Q24).

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 3Q25 (MM\$)

Sodimac⁽⁹⁾

	Sodimac		
	3Q24	3Q25	(%, pbs)
Ingresos	862.842	902.791	4,6%
Ganancia Bruta	264.197	273.187	3,4%
Margen Bruto	30,6%	30,3%	(36)
GAV	(258.928)	(273.778)	5,7%
GAV / Ingresos	-30,0%	-30,3%	(32)
Resultado Operacional	5.269	(591)	NA
Margen Operacional	0,6%	-0,1%	NA
EBITDA	49.827	44.363	-11,0%
Margen EBITDA	5,8%	4,9%	(86)

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 4,6% a/a, con crecimiento en Chile de +4,1% a/a (SSS de +1,1%) y en Perú de +9,1% a/a (-1,7% a/a en moneda local y SSS de -0,8%), en un entorno aún desafiante del sector de la construcción.
 - Chile: las ventas son impulsadas principalmente por las categorías Hogar, Jardín y Temporada y Terminaciones. 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: la variación en ventas se explica principalmente por una base que considera una mayor liquidez en 3Q24 debido a los retiros de fondos de pensiones, pese a lo anterior, se observan crecimientos en las categorías Jardín y Temporada 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 terminaron 4 remodelaciones).
- Nuestro e-commerce continúa avanzando en su estrategia de consolidarse como una *superstore* especialista con un crecimiento de 16% a/a y una penetración de ventas del 16%, excl. efecto Cyber Chile en el trimestre. Durante este evento, un 65% de la venta se realizó a través de la página *standalone* y app de Sodimac, donde el share de GMV de los *sellers* alcanzó un 15%.

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanza 30,3% (-36 pb vs 3Q24), con caídas en los niveles de márgenes en Chile (-19 pb vs 3Q24) y Perú (-32 pb vs 3Q24) principalmente por un aumento en las ventas a través del canal online, así como del segmento cliente Empresa, que tienen un menor margen y que contrarrestaron el crecimiento de ventas en categorías como Hogar y Temporada que tienen un mejor nivel de margen.
- En términos de GAV vemos crecimiento de 5,7% a/a, incremento de 3,6% en Chile, con mayor dilución de gastos en un contexto de mayores exigencias normativas derivados de reforma de pensiones y aumento de sueldo mínimo, y +12,9% en Perú, impactado principalmente por la depreciación del sol peruano versus el peso chileno (en línea con la inflación en moneda local).

⁽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 3Q25 (MM\$)

Falabella Retail

	Falabella Retail		
	3Q24	3Q25	(%, pbs)
Ingresos	783.234	887.862	13,4%
Ganancia Bruta	274.856	321.573	17,0%
Margen Bruto	35,1%	36,2%	113
GAV	(298.020)	(316.523)	6,2%
GAV / Ingresos	-38,0%	-35,7%	240
Resultado Operacional	(23.164)	5.050	NA
Margen Operacional	-3,0%	0,6%	NA
EBITDA	12.523	40.302	221,8%
Margen EBITDA	1,6%	4,5%	294

Ingresos

- Los ingresos consolidados crecieron 13,4% a/a, donde Chile crece 13,9% a/a, Perú crece 10,6% a/a (+1,1% a/a en moneda local) y Colombia crece 17,5% a/a (+12,8% a/a en moneda local), con crecimientos en las 5 categorías *core* (vestuario, calzado, belleza, tecnología y deco-hogar), gracias a la correcta implementación de nuestra estrategia multiespecialista y una atractiva oferta comercial, de la mano de lo 'Lo Último, Primero en Falabella'.
- Chile: las tiendas experimentaron un SSS de +12,7%, atribuido principalmente a una propuesta comercial renovada y de vanguardia, con importantes crecimientos en las ventas GMV del canal online. En términos de categorías, destaca el desempeño de Vestuario y Tecnología, así como el crecimiento de las ventas de *sellers* en categorías de Calzado y Tecnología.
- Perú: las ventas SSS decrecieron 0,7% a/a en el periodo, con una desafiante base producto de los retiros de fondos de pensiones en 2024, acompañado de un canal online que continua mostrando crecimientos, principalmente por las categorías de Tecnología y Vestuario.
- Colombia: el indicador SSS creció 14,7% a/a, principalmente impulsado por las categorías de Vestuario, Calzado y Belleza, mientras que el canal online destaca Tecnología y Vestuario.
- Durante el trimestre, el e-commerce creció 18% vs 3Q24 excl. efecto Cyber en Chile. Por su parte, durante dicho evento Cyber de Chile en octubre, el GMV de la plataforma creció 19% vs 2024, mientras que las ventas de los *sellers* del Grupo crecieron 51%, alcanzando un share sobre el 30% de las ventas, creciendo 7 pp sobre el evento comparable.

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanza 36,2% (+113 pb vs 3Q24), con mejoras en los niveles de márgenes en los tres países (Chile: +125 pb; Perú: +75 pb; Colombia: +148 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.
- Los GAV crecieron 6,2% a/a, 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 35,7% (-240 pb vs 3Q24) y alcanzando un margen EBITDA consolidado de 4,5% (+294 pb vs 3Q24), donde los 3 países alcanzan mejoras en dicho indicador (Chile: +413 pb a/a; Perú: +93 pb; Colombia: +342 pb), apalancados en las mejoras operacionales del canal online.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 3Q25 (MM\$)

Tottus⁽⁹⁾

	Tottus		
	3Q24	3Q25	(%, pbs)
Ingresos	587.384	630.998	7,4%
Ganancia Bruta	147.145	158.546	7,7%
Margen Bruto	25,1%	25,1%	8
GAV	(133.935)	(140.486)	4,9%
GAV / Ingresos	-22,8%	-22,3%	54
Resultado Operacional	13.210	18.060	36,7%
Margen Operacional	2,2%	2,9%	61
EBITDA	39.241	45.087	14,9%
Margen EBITDA	6,7%	7,1%	46

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 7,4% a/a, donde Chile crece 4,5% a/a (SSS de +3,0%), mientras que Perú crece 9,8% a/a (+2,1% a/a en moneda local; SSS de +0,2%).
 - Chile: las ventas del segmento *food*, que representó +90% del mix de ventas en el trimestre, crecieron 5% a/a, destacando categorías de Carnes y Abarrotes, en línea con la estrategia de fortalecer nuestra propuesta en alimentación y de optimización del *layout* de 30 tiendas a la fecha (+11% de m² dedicados al segmento *food*). Lo anterior permitió aumentar en 4% la frecuencia de compra y el número de transacciones vs el 3Q24.
 - Perú: en moneda local, las ventas de categorías *non-food*, que representan ~30% de las ventas, decrecieron 4% a/a, por el efecto liquidez de los retiros de fondos de pensiones en 3Q24. En término de formato, Precio Uno destaca con un crecimiento en ventas del segmento *food* del 8% a/a, gracias a categorías como PGC comestible y Frutas y Verduras.
- El e-commerce continua con positivo desempeño, creciendo 16% a/a excl. efecto Cyber en Chile, alcanzando una penetración online de 6% (+72 pb vs 3Q24).

Resultado Operacional

- Durante el trimestre alcanzamos un margen EBITDA de 7,1% (+46 pb vs 3Q24), con márgenes brutos relativamente estables en ambos países, principalmente gracias a mejores propuestas y campañas con nuestros socios comerciales, contrarrestado parcialmente por un mayor nivel de promocionalidad, así como por mayor share de la categoría de Carnes vs 3Q24.
- En términos de GAV, vemos crecimiento de 4,9% a/a a nivel consolidado, donde Chile crece 2,8% a/a en un contexto de mayores exigencias normativas derivados de reforma de pensiones y aumento de sueldo mínimo, mientras que Perú crece 6,9% (decreciendo en moneda local) explicado principalmente por eficiencias en la operación.

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

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 3Q25 (MM\$)

Banco Falabella

	Banco Falabella		
	3Q24	3Q25	(%, pbs)
Ingresos	444.683	495.185	11,4%
Ganancia Bruta	259.777	290.542	11,8%
Margen Bruto	58,4%	58,7%	25
GAV	(178.275)	(189.424)	6,3%
GAV / Ingresos	-40,1%	-38,3%	184
Resultado Operacional	81.502	101.118	24,1%
Margen Operacional	18,3%	20,4%	209
EBITDA	90.555	110.771	22,3%
Margen EBITDA	20,4%	22,4%	201

Ingresos

- Nuestra estrategia de construir el banco digital líder de la región Andina continúa avanzando, con ingresos consolidados que crecieron 11,4% a/a en el periodo.
 - Chile: la cartera creció 16,4% a/a en el trimestre, lo que sumado a menores niveles de costo de fondeo por 1) aumento de los saldos vistas (+15,7% a/a), en línea con nuestra estrategia de principalidad y, 2) menores tasas, nos permitió aumentar los ingresos netos por intereses y reajustes en 14,4% a/a. Además, los ingresos netos por comisiones crecieron 7,7%, por mayor principalidad de nuestros productos y aumento en los niveles de transaccionalidad.
 - Perú: la cartera creció +10,2% a/a en moneda local, mientras que los ingresos netos por intereses y reajustes crecieron 5,2% a/a, en moneda local, principalmente por un aumento del 62,6% en los depósitos a la vista, dada la tracción que está generando en nuestros clientes nuestra oferta de Cuenta Sueldo, así como por menores tasas.
 - Colombia: la cartera creció 7,1% a/a en moneda local, mientras que los ingresos netos por intereses y reajustes aumentaron 7,8% y los ingresos netos por comisiones crecieron 16,5% a/a, ambos en moneda local, en línea con el ajuste de su estrategia de diversificación de ingresos.

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanzó 58,7% (+25 pb vs 3Q24), explicado por menores niveles de costo de fondeo y niveles de riesgo (NPL de 2,6% en Chile, 2,8% en Perú y 2,6% en Colombia), continuando con lo mostrado durante el año. En Banco Falabella Chile vemos un aumento a/a del costo por riesgo trimestral medido como porcentaje de la cartera, aún por debajo de los niveles históricos, mientras que este indicador sigue mostrando mejoras en los bancos en Perú y Colombia.
- En términos de GAV vemos crecimiento de 6,3% a/a, donde Chile cae 1,2% a/a, Perú crece 19,1% a/a (+8,5% a/a en moneda local) y Colombia crece 13,1% a/a (+7,2% a/a en moneda local). En el caso de Perú y Colombia, el gasto aumenta principalmente por mayores gastos en fidelización y publicidad en línea con nuestra estrategia de posicionamiento de marca en la región Andina.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 3Q25 (MM\$)

Mallplaza

	Plaza S.A.		
	3Q24	3Q25	(%, pbs)
Ingresos	119.548	164.098	37,3%
Ganancia Bruta	110.452	153.423	38,9%
Margen Bruto	92,4%	93,5%	110
GAV	(18.318)	(23.211)	26,7%
GAV / Ingresos	-15,3%	-14,1%	118
Resultado Operacional	92.134	130.212	41,3%
Margen Operacional	77,1%	79,4%	228
EBITDA	93.810	133.363	42,2%
Margen EBITDA	78,5%	81,3%	280

Ingresos

- Los ingresos consolidados de Plaza suben 37,3% 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), así como por renovaciones, nuevos contratos, aperturas de tiendas y mayores ingresos por arriendo por indexación de contratos. 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 95,6% y en las más de 93 millones de personas que nos visitaron durante el trimestre.

Resultado Operacional

- El Margen EBITDA alcanza 81,3% (+280 pb vs 3Q24), explicado por mejores niveles de margen bruto (+110 pb vs 3Q24) y por GAV que crecieron 26,7% a/a principalmente por la consolidación de la operación de Perú, aún así por debajo del crecimiento de los ingresos y con una mayor dilución de gastos (ratio GAV / Ingresos -118 pb vs 3Q24).

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 9M25 (MM\$)

	9M24	% Ing.	9M25	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	7.240.768		7.976.948		10,2%
Ingresos de Negocios Bancarios	1.378.994		1.453.064		5,4%
Total Ingresos	8.619.762	100,0%	9.430.012	100,0%	9,4%
Costo de Ventas no Bancarios	(4.825.764)		(5.208.708)		7,9%
Costo de Ventas Bancarios	(677.435)		(576.716)		-14,9%
Ganancia Bruta	3.116.563	36,2%	3.644.588	38,6%	16,9%
GAV	(2.509.619)	-29,1%	(2.622.365)	-27,8%	4,5%
Resultado Operacional	606.944	7,0%	1.022.223	10,8%	68,4%
Depreciación + Amortización	(344.892)		(335.521)		-2,7%
EBITDA	951.836	11,0%	1.357.744	14,4%	42,6%
EBITDA de Negocios no Bancarios	726.632		986.679		35,8%
EBITDA de Negocios Bancarios	225.204		371.065		64,8%
Otras Ganancias	130.388		454.569		248,6%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(248.012)		(229.698)		-7,4%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	17.582		27.485		56,3%
Diferencias de Cambio	(4.433)		30.196		NA
Resultado No Operacional	(104.475)	-1,2%	282.552	3,0%	NA
Resultado Antes de Impuestos	502.469	5,8%	1.304.775	13,8%	159,7%
Impuesto a la Renta	(156.792)		(333.853)		112,9%
Interés Minoritario	(84.792)		(253.749)		199,3%
Ganancia / (Pérdida) Neta	260.885	3,0%	717.173	7,6%	174,9%
	9M24	% Ing.	9M25	% Ing.	Var %
Ganancia / (Pérdida) sin Revaluación de Activos*	228.065	2,6%	549.788	5,8%	141,1%

*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 de nuestros retailers, gracias a una propuesta comercial atractiva y bien ejecutada. Falabella Retail creció 14,7% a/a, reflejo de mejoras en propuesta comercial multiespecialista, por una mayor afluencia de turistas a nuestras tiendas en Chile que ha ido reduciendo su impacto en los últimos trimestres, y el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +18% a/a excl. Efecto Cyber en Chile). De igual forma, Tottus creció 7,8% a/a, mientras que Sodimac aumentó 6,2% a/a, con crecimientos tanto en el canal físico como online. Por último, el negocio bancario creció 5,4% a/a, con colocaciones que crecieron en todos los países, en moneda local.
- EBITDA** consolidado creció 42,6% a/a, alcanzando MM\$1.357.744, con un margen de 14,4% en los primeros nueve meses del año. Este resultado fue impulsado por una ganancia bruta 16,9% superior al 9M24, destacando el aporte del negocio bancario (+MM\$174.789), gracias a una creciente cartera, mayores ingresos netos operacionales y menores niveles de riesgo, y de Falabella Retail (+MM\$171.452), 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 4,5% a nivel consolidado, en línea con la inflación promedio de nuestros mercados, reflejando la eficiencia de nuestras estructuras.
- El resultado no operacional fue una ganancia de MM\$282.552, el cual se compara con una pérdida de MM\$104.475, principalmente debido a la mayor revalorización de las propiedades de inversión durante este año. Con todo lo anterior, la **utilidad neta** alcanzó los MM\$717.173 (MM\$549.788 excluyendo el efecto neto de la revalorización de las propiedades de inversión).

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 9M25 (MM\$)

Sodimac⁽⁹⁾

	Sodimac		
	9M24	9M25	(%, pbs)
Ingresos	2.682.059	2.848.759	6,2%
Ganancia Bruta	799.124	859.759	7,6%
Margen Bruto	29,8%	30,2%	38
GAV	(775.538)	(815.426)	5,1%
GAV / Ingresos	-28,9%	-28,6%	29
Resultado Operacional	23.586	44.333	88,0%
Margen Operacional	0,9%	1,6%	68
EBITDA	157.851	177.344	12,3%
Margen EBITDA	5,9%	6,2%	34

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 6,2% a/a, destacando los crecimientos de Chile (+6,6% a/a) y Perú (+10,0% a/a y +3,8% a/a en moneda local), en un entorno aún desafiante del sector de la construcción. Las marcas propias continúan ganando relevancia, aumentando en +2 pp su share de las ventas del año.
 - Chile: los ingresos crecieron impulsadas principalmente por el cliente Retail, destacando las categorías Hogar y Madera & Materiales Construcción. Adicionalmente, el cliente Empresa durante el año continua con niveles de crecimiento doble dígito, 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 Hogar y Ferretería. Además, avanzamos en la reconversión de tiendas Maestro hacia el formato Sodimac, las cuales han mostrado resultados positivos en crecimiento de ingresos (durante el año se terminaron 9 nuevas remodelaciones).
- Nuestro e-commerce continúa avanzando en su estrategia para consolidarse como un *superstore* especialista, registrando un crecimiento de GMV 22% a/a durante el año, excl. efecto Cyber Chile, fortaleciendo la propuesta omnicanal. Tanto el sitio *standalone* como la App de Sodimac siguen ganando relevancia dentro de la experiencia digital del cliente.

Resultado Operacional

- En términos de rentabilidad, nuestro margen EBITDA alcanza 6,2% (+34 pb vs 9M24), impulsado por mejores niveles de margen bruto (+38 pb vs 9M24), optimización en los niveles de inventario y aumento en la penetración de marcas propias (+2 pp vs 9M24).
- En términos de GAV vemos crecimiento de 5,1% a/a, donde Chile crece 5,7% a/a y Perú crece 8,0% a/a, este último impacto por la depreciación del sol peruano versus el peso chileno.

⁽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 9M25 (MM\$)

Falabella Retail

	Falabella Retail		
	9M24	9M25	(%, pbs)
Ingresos	2.337.040	2.681.074	14,7%
Ganancia Bruta	819.497	990.949	20,9%
Margen Bruto	35,1%	37,0%	190
GAV	(890.652)	(939.015)	5,4%
GAV / Ingresos	-38,1%	-35,0%	309
Resultado Operacional	(71.155)	51.934	NA
Margen Operacional	-3,0%	1,9%	NA
EBITDA	38.353	157.799	311,4%
Margen EBITDA	1,6%	5,9%	424

Ingresos

- Los ingresos consolidados crecieron 14,7% a/a, donde Chile crece 17,1% a/a, Perú crece 12,1% a/a (+6,1% a/a en moneda local) y Colombia crece 11,1% a/a (+13,1% a/a en moneda local), reflejando positivos avances de nuestra estrategia multiespecialista.
 - Chile: las ventas de las tiendas continúan acelerándose vs 9M24, 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 las categorías de Belleza y Tecnología.
 - 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 en el año de 16% a/a excl. efecto Cyber Chile, impulsado por el buen desempeño de nuestros *sellers* los cuales aumentan su participación a/a (+4 pp vs 9M24).

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanza 37,0% (+190 pb vs 9M24), con mejoras en los niveles de márgenes en los tres países (Chile: +176 pb vs 9M24; Perú: +211 pb vs 9M24; Colombia: +168 pb vs 9M24) 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 5,4% a/a, continuando con las mejoras operacionales (ratio GAV / Ingresos de 35,0%, -309 pb vs 9M24) y alcanzando un margen EBITDA consolidado de 5,9% (+424 pb vs 9M24), donde los 3 países alcanzan margen EBITDA positivo (Chile: +4,3%, +510 pb a/a; Perú: 10,0%, +277 pb a/a; Colombia: 3,9%, +420 pb a/a), apalancados en las mejoras operacionales del canal online.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 9M25 (MM\$)

Tottus⁽⁹⁾

	Tottus		
	9M24	9M25	(%, pbs)
Ingresos	1.701.785	1.834.672	7,8%
Ganancia Bruta	428.833	469.463	9,5%
Margen Bruto	25,2%	25,6%	39
GAV	(386.981)	(415.414)	7,3%
GAV / Ingresos	-22,7%	-22,6%	10
Resultado Operacional	41.852	54.049	29,1%
Margen Operacional	2,5%	2,9%	49
EBITDA	120.872	133.669	10,6%
Margen EBITDA	7,1%	7,3%	18

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 7,8% a/a, donde Chile crece 5,8% a/a, mientras que Perú crece 9,3% a/a (+4,2% 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, ha permitido aumentar el número de transacciones y la frecuencia de compra.
 - Perú: vemos crecimiento de ventas en categorías *food* y *non-food*, destacando las categorías de Lácteos, Frutas & Verduras y Línea Blanca con crecimientos doble dígito.
- El e-commerce continua con positivo desempeño, creciendo 19% a/a, excl. efecto Cyber en Chile.

Resultado Operacional

- Durante los primeros nueve meses del año alcanzamos un margen EBITDA de 7,3% (+18 pb vs 9M24), con mejoras en margen bruto (+39 pb vs 9M24), explicado por aumentos en ambos países (Perú +61 pb vs 9M24 y Chile +13 pb vs 9M24).
- En términos de GAV, vemos crecimiento de 7,3% a/a, donde Chile crece 5,1% a/a y Perú crece 9,5% a/a. En el caso de Chile, los gastos se vieron impactados por el aumento del sueldo mínimo y otras alzas normativas en las remuneraciones, un mayor gasto por restructuración en el primer trimestre, alza de tarifas eléctricas, los gastos de cierre de dos tiendas y los gastos por la operación de la nueva tienda Quillayes (aperturada en dic-24). En Perú, el alza se ve explicada en parte por el ajuste del sueldo mínimo, mayores campañas publicitarias 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 9M25 (MM\$)

Banco Falabella

	Banco Falabella		
	9M24	9M25	(%, pbs)
Ingresos	1.378.994	1.453.064	5,4%
Ganancia Bruta	701.559	876.348	24,9%
Margen Bruto	50,9%	60,3%	944
GAV	(505.025)	(532.720)	5,5%
GAV / Ingresos	-36,6%	-36,7%	(4)
Resultado Operacional	196.534	343.628	74,8%
Margen Operacional	14,3%	23,6%	940
EBITDA	225.204	371.065	64,8%
Margen EBITDA	16,3%	25,5%	921

Ingresos

- Nuestra estrategia de construir el banco digital líder de la región Andina continúa avanzando, con ingresos consolidados que crecieron 5,4% a/a.
 - Chile: la cartera creció 16,4% a/a en el periodo, lo que sumado a menores niveles de costo de fondeo por 1) aumento de los saldos vistas (+15,7% a/a), en línea con nuestra estrategia de principalidad y, 2) menores tasas, nos permitió aumentar los ingresos netos por intereses y reajustes en 17,0% a/a. Además, los ingresos netos por comisiones crecieron 17,9%, por mayor principalidad de nuestros productos y aumento en los niveles de transaccionalidad.
 - Perú: la creció 10,2% a/a en moneda local. Por su parte, los ingresos netos por intereses y reajustes crecieron 6,3% a/a en moneda local, principalmente por un aumento del 62,6% en los depósitos a la vista dada la tracción que está generando en nuestros clientes nuestra oferta de Cuenta Sueldo, y por menores tasas.
 - Colombia: la cartera creció +7,1% a/a en moneda local, con ingresos netos por comisiones que crecieron 22,1% a/a en moneda local, en línea con el ajuste de su estrategia de diversificación de ingresos.

Resultado Operacional

- El margen bruto fue de 60,3% (+944 pb vs 9M24), explicado por menores niveles de costo de fondeo y mejores niveles de riesgo (NPL de 2,6% en Chile, 2,8% en Perú y 2,6% en Colombia), que nos permitió continuar este año la tendencia positiva iniciada en la segunda mitad de 2024. El costo por riesgo cae 16,8% a nivel consolidado, en Chile vemos un aumento en línea con la normalización del mismo, mientras que en Perú y Colombia continúa decreciendo a/a.
- En términos de GAV vemos crecimiento de 5,5% a/a, donde el banco en Chile se mantiene estable a/a, Perú crece 21,7% a/a (+15,1% a/a en moneda local) y Colombia crece 3,0% a/a (+4,6% a/a en moneda local). En el caso de Perú, el gasto crece principalmente por mayores gastos en fidelización y publicidad.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 9M25 (MM\$)

Mallplaza

	Plaza S.A.		
	9M24	9M25	(%, pbs)
Ingresos	354.077	480.206	35,6%
Ganancia Bruta	320.623	446.999	39,4%
Margen Bruto	90,6%	93,1%	253
GAV	(52.522)	(71.270)	35,7%
GAV / Ingresos	-14,8%	-14,8%	(1)
Resultado Operacional	268.101	375.729	40,1%
Margen Operacional	75,7%	78,2%	253
EBITDA	272.323	385.230	41,5%
Margen EBITDA	76,9%	80,2%	331

Ingresos

- Los ingresos consolidados de Plaza suben 35,6% 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 y mayores ingresos por parking. Durante el año, las visitas a nuestros 2,3 millones de m2 de GLA, superaron los 278 millones de personas.

Resultado Operacional

- El Margen EBITDA alcanza 80,2% (+331 pb vs 9M24), explicado por mejores niveles de margen bruto (+253 pb vs 9M24).
- En términos de GAV, crecieron 35,7% a/a, explicados principalmente por la consolidación de gastos de división Perú desde diciembre 2024, sumando a mayor gasto en beneficio a los empleases y patentes.

5. INGRESOS RETAIL (MM\$)

Trimestral 3Q25

	3Q24	3Q25	Var %	Var Moneda Local %	SSS Moneda Local %
SODIMAC					
Chile	555.654	578.378	4,1%	4,1%	1,1%
Perú	196.152	213.957	9,1%	-1,7%	-0,8%
Colombia	334.159	419.226	25,5%	19,1%	14,0%
México	45.370	49.054	8,1%	3,3%	-1,4%
Brasil	66.609	65.315	-1,9%	-6,4%	-6,7%
Argentina	26.244	26.304	0,2%	7,6%	38,7%
Uruguay	18.183	18.837	3,6%	-0,3%	0,1%
FALABELLA RETAIL					
Chile	416.793	474.726	13,9%	13,9%	12,7%
Perú	251.831	278.431	10,6%	1,1%	-0,7%
Colombia	114.610	134.705	17,5%	12,8%	14,7%
TOTTUS					
Chile	260.611	272.237	4,5%	4,5%	3,0%
Perú	326.773	358.761	9,8%	2,1%	0,2%

Acumulado 9M25

	9M24	9M25	Var %	Var Moneda Local %
SODIMAC				
Chile	1.767.372	1.883.553	6,6%	6,6%
Perú	570.447	627.609	10,0%	3,8%
Colombia	1.010.492	1.153.636	14,2%	16,0%
México	143.980	141.868	-1,5%	6,4%
Brasil	205.487	189.060	-8,0%	-2,5%
Argentina	82.411	90.304	9,6%	40,0%
Uruguay	56.342	58.233	3,4%	7,3%
FALABELLA RETAIL				
Chile	1.306.729	1.529.795	17,1%	17,1%
Perú	686.081	768.926	12,1%	6,1%
Colombia	344.230	382.353	11,1%	13,1%
TOTTUS				
Chile	740.725	783.782	5,8%	5,8%
Perú	961.060	1.050.890	9,3%	4,2%

6. INDICADORES CANAL ONLINE (MM\$)^{(11),(12),(13)}

	3Q24	% Total	3Q25	% Total	Var %	Var % (excl. efecto Cyber Chile 2024)
GMV ONLINE						
Mejoramiento del Hogar	164.904	27%	178.335	27%	8%	16%
Falabella Retail	407.304	67%	441.854	67%	8%	18%
Tottus	35.765	6%	41.004	6%	15%	16%
TOTAL GMV ONLINE	607.972	100%	661.192	100%	9%	17%
GMV ONLINE POR PAÍS						
Chile	351.796	58%	375.532	57%	7%	22%
Perú	174.686	29%	198.344	30%	14%	14%
Colombia	47.928	8%	58.398	9%	22%	22%
Otros	33.563	6%	28.918	4%	-14%	-14%
TOTAL GMV ONLINE	607.972	100%	661.192	100%	9%	17%
PENETRACIÓN ONLINE						
	3Q24	3Q25	UDM 3Q24	UDM 3Q25		
Mejoramiento del Hogar	15%	16%	15%	17%		
Falabella Retail	40%	40%	40%	39%		
Tottus	5%	6%	5%	5%		
TOTAL	22%	23%	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.

⁽¹³⁾ El evento Cyber Monday en Chile se desarrolló este año durante octubre, mientras que en 2024 incluyó un día en 3Q24 (30 de septiembre), impactando la comparabilidad de las ventas GMV Online en ambos periodos.

7. NÚMERO DE LOCALES Y SUPERFICIES DE VENTA FORMATOS RETAIL⁽¹⁴⁾

	Septiembre 2024		Septiembre 2025	
	Superficie (m ²)	Locales (#)	Superficie (m ²)	Locales (#)
Sodimac	1.993.679	263	1.988.932	259
Chile	786.622	87	790.131	86
Perú	384.928	55	372.432	53
Colombia	399.062	42	400.730	42
México	123.573	14	132.674	15
Brasil	193.669	54	188.267	52
Argentina	72.207	7	72.207	7
Uruguay	33.619	4	32.491	4
Falabella Retail	675.714	104	671.929	104
Chile	301.671	44	300.892	44
Perú	195.420	34	196.909	35
Colombia	178.624	26	174.129	25
Tottus	515.379	161	513.413	161
Chile	228.733	72	223.930	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	3.241.437	532	3.244.435	529

8. NÚMERO DE CENTROS COMERCIALES Y SUPERFICIES ARRENDABLES DE OPERADORES INMOBILIARIOS^{(15),(16)}

	Septiembre 2024		Septiembre 2025	
	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)	Superficie Arrendable (m ²)	Centros Comerciales (#)
Mallplaza	2.324.312	37	2.341.170	37
Chile	1.429.770	17	1.447.184	17
Perú	622.671	15	619.083	15
Colombia	271.870	5	274.903	5
Open	224.146	10	166.409	9
Chile	224.146	10	166.409	9
Total Inmobiliario	2.548.458	47	2.507.579	46

⁽¹⁴⁾ A partir del primer trimestre de 2024 la superficie en metros cuadrados de Tottus Chile ha sido reprocesada.

⁽¹⁵⁾ 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.

⁽¹⁶⁾ A partir del 4Q24, la superficie arrendable en metros cuadrados correspondiente a las operaciones de Open Plaza Perú, fue incorporada dentro de Mallplaza Perú. Las cifras de septiembre 2024 muestran los m2 de Open Peru bajo Mallplaza en base proforma.

9. DÍAS DE COBRO, DE PAGO Y MANTENCIÓN DE INVENTARIO^{(17),(18),(19)}

CHILE

	Mejoramiento del Hogar		Falabella Retail		Tottus	
	3Q24	3Q25	3Q24	3Q25	3Q24	3Q25
Días promedio de cobro	14,8	14,9	14,0	12,1	4,3	3,2
Días promedio de pago	52,4	51,3	73,3	87,1	43,8	40,8
Días de inventario	92,0	95,9	121,5	124,9	47,7	47,3

PERÚ

	Mejoramiento del Hogar		Falabella Retail		Tottus		Falabella Retail	
	3Q24	3Q25	3Q24	3Q25	3Q24	3Q25	3Q24	3Q25
Días promedio de cobro	6,3	4,9	4,1	3,0	2,7	2,2	8,3	7,1
Días promedio de pago	50,2	56,4	47,3	47,5	53,1	51,6	78,0	74,7
Días de inventario	99,4	112,1	104,3	118,6	55,8	59,0	138,9	148,0

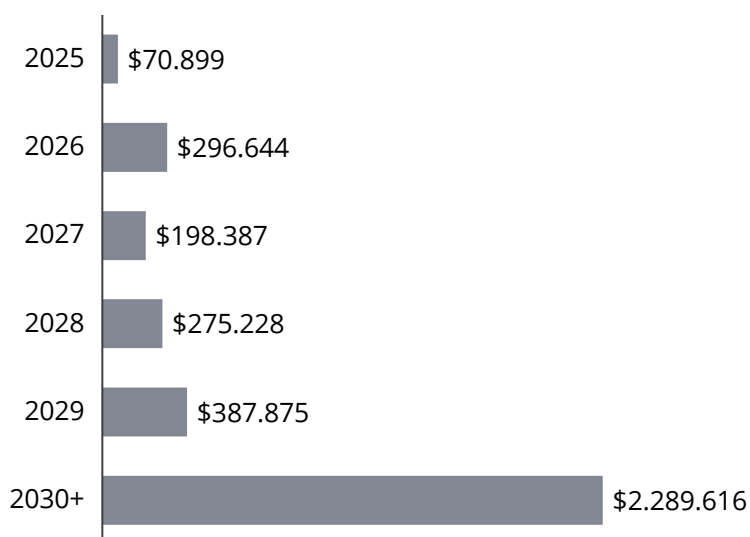
COLOMBIA

10. LEVERAGE Y PERFIL DE VENCIMIENTOS DE DEUDA (MM\$)⁽²⁰⁾

Deuda (CLP\$ millones)	# Nota	3Q25
Total Bancos	19. a)	508.796
Total Bonos	19. a)	3.235.553
Total Otros pasivos financieros	19. a)	39.627
Otros activos financieros	4.	(265.326)
(-) Efectivo y equivalentes	3.	(1.340.530)
Deuda Financiera Neta		2.178.120
EBITDA (CLP\$ millones)		3Q25 UDM
EBITDA no bancario		1.410.716
Ajustes para excluir IFRS16		(218.621)
EBITDA no bancario sin IFRS16		1.192.094
Deuda Financiera Neta/EBITDA		1,8x

Perfil de vencimientos

Negocios no bancarios, después de derivados de cobertura



Deuda Financiera: MM\$3.518.650

⁽¹⁷⁾ Días de cobro no incluye las cuentas por cobrar de los formatos de retail (Falabella Retail, Mejoramiento del Hogar y Tottus) con Promotora CMR.

⁽¹⁸⁾ Promedio de cobro: 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. Los días de capital de trabajo se calculan utilizando la moneda de consolidación Falabella S.A. (pesos chilenos) y con el promedio del trimestre para las cuentas de balance.

⁽¹⁹⁾ El segmento Mejoramiento del hogar en Perú incluye las dos empresas inmobiliarias de Maestro.

⁽²⁰⁾ Deuda financiera = Préstamos bancarios + Obligaciones con el público + Otros pasivos financieros + Activos de cobertura + Instrumentos derivados.

11. ESTADOS FINANCIEROS – ESTADO DE RESULTADO

	30 de septiembre 2025 M\$	30 de septiembre 2024 M\$
ESTADO DE RESULTADOS		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Ingresos de actividades ordinarias	7.976.947.918	7.240.767.681
Costo de ventas	(5.208.708.004)	(4.825.763.622)
Ganancia bruta	2.768.239.914	2.415.004.059
Costos de distribución	(134.372.666)	(121.728.214)
Gastos de administración	(1.876.988.159)	(1.806.304.843)
Otros gastos por función	(78.283.815)	(76.560.980)
Otras ganancias	454.570.425	130.389.576
Ingresos financieros	59.813.362	60.808.515
Costos financieros	(246.995.032)	(265.136.464)
Participación en las ganancias de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	26.648.632	16.936.959
Diferencias de cambio	30.195.877	(4.432.880)
Resultado por unidades de reajuste	(42.516.403)	(43.684.137)
Ganancia antes de impuestos	960.312.135	305.291.591
Gastos por impuestos a las ganancias	(246.752.197)	(113.714.950)
Ganancia de negocios no bancarios	713.559.938	191.576.641
Negocios Bancarios (Presentación)		
Ingresos por intereses	1.090.336.069	1.055.952.318
Gastos por intereses	(189.705.754)	(259.650.876)
Ingreso neto por intereses	900.630.315	796.301.442
Ingresos por reajustes	25.066.904	24.280.810
Gastos por reajustes	(16.890.488)	(17.665.879)
Ingreso neto por reajustes	8.176.416	6.614.931
Ingresos por comisiones	329.730.835	281.107.347
Gastos por comisiones	(111.531.895)	(92.499.409)
Ingreso neto por comisiones	218.198.940	188.607.938
Utilidad neta de operaciones financieras	29.291.921	29.784.481
Utilidad de cambio neta	2.124.971	11.230.372
Otros ingresos operacionales	7.930.177	17.653.399
Gasto por pérdidas crediticias	(290.005.138)	(348.633.656)
Total ingreso operacional neto	876.347.602	701.558.907
Remuneraciones y gastos del personal	(126.701.570)	(119.878.256)
Gastos de administración	(341.103.012)	(313.873.070)
Depreciaciones y amortizaciones	(27.436.996)	(28.670.043)
Otros gastos operacionales	(37.478.296)	(42.603.908)
Total gastos operacionales	(532.719.874)	(505.025.277)
Resultado operacional	343.627.728	196.533.630
Resultado por inversiones en sociedades	836.148	644.744
Resultado antes de impuesto a la renta	344.463.876	197.178.374
Gastos por impuestos a las ganancias	(87.101.085)	(43.077.548)
Ganancia de negocios bancarios	257.362.791	154.100.826
Ganancia	970.922.729	345.677.467
Ganancia atribuible a		
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	717.173.288	260.885.354
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	253.749.441	84.792.113
Ganancia	970.922.729	345.677.467
Ganancia por acción		
Ganancia por acción básica		
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	0,286	0,104
Ganancia por acción básica	0,286	0,104
Ganancia por acción diluida		
Ganancia por acción diluida en operaciones continuadas	0,286	0,104
Ganancia por acción diluida	0,286	0,104

11. ESTADOS FINANCIEROS – BALANCE

	30 de septiembre 2025 M\$	31 de diciembre 2024 M\$
BALANCE		
Activos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Activos corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	1.340.530.344	1.638.385.191
Otros activos financieros corrientes	15.227.425	149.409.699
Otros activos no financieros corrientes	168.021.783	150.866.320
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	423.888.159	496.440.453
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	19.789.161	18.134.711
Inventarios	1.970.791.644	1.684.564.942
Activos por impuestos corrientes	99.738.622	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	4.037.987.138	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	64.898.343	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	64.898.343	235.811.138
Total activos corrientes	4.102.885.481	4.464.298.404
Activos no corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	304.932.407	411.897.329
Otros activos no financieros no corrientes	74.506.511	72.096.177
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar no corrientes	71.416.672	71.282.998
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas no corrientes	30.743.005	30.909.031
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	415.372.779	381.476.705
Activos intangibles distintos de la plusvalía	223.896.118	240.019.893
Plusvalía	705.080.098	687.154.476
Propiedades, planta y equipo	3.899.477.449	3.909.695.152
Propiedad de inversión	5.428.118.066	4.893.232.252
Activos por impuestos diferidos	622.546.553	633.217.565
Total activos no corrientes	11.776.089.658	11.330.981.578
Total activos de negocios no bancarios	15.878.975.139	15.795.279.982
Activos Negocios Bancarios (Presentación)		
Efectivo y depósitos en bancos	706.578.248	623.511.756
Operaciones con liquidación en curso	153.161.286	116.883.940
Activos financieros para negociar a valor razonable con cambios en resultados	462.683.082	469.091.803
Derechos por pactos de retroventa y préstamos de valores	34.589.111	11.344.807
Instrumentos financieros de deuda	37.218.081	122.289.433
Contratos de derivados financieros	556.833.921	715.383.422
Adeudado por bancos	1.365.775	9.395.914
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Comerciales	73.701.560	73.531.841
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Vivienda	677.151.734	640.051.754
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Consumo	5.626.658.599	5.111.178.283
Activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral	1.280.353.930	998.809.575
Inversiones en sociedades	5.778.741	5.162.193
Intangibles	65.205.453	63.007.626
Activo fijo	47.182.920	48.414.576
Impuestos corrientes	19.052.636	39.365.581
Impuestos diferidos	128.031.759	144.613.865
Otros activos	216.118.415	274.523.714
Total activos negocios bancarios	10.091.665.251	9.466.560.083
Total activos	25.970.640.390	25.261.840.065

11. ESTADOS FINANCIEROS – BALANCE (CONT.)

	30 de septiembre 2025 M\$	31 de diciembre 2024 M\$
BALANCE		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Pasivos corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	330.020.672	615.774.402
Pasivos por arrendamiento corrientes	129.100.277	123.373.888
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	1.428.005.882	1.603.267.517
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	11.063.221	19.219.003
Otras provisiones corrientes	24.226.948	24.262.692
Pasivos por impuestos corrientes	34.634.828	41.711.867
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	228.511.657	233.403.736
Otros pasivos no financieros corrientes	158.524.184	230.930.270
Total pasivos corrientes	2.344.087.669	2.891.943.375
Pasivos no corrientes		
Otros pasivos financieros no corrientes	3.453.955.119	3.992.765.385
Pasivos por arrendamiento no corrientes	1.280.527.285	1.275.826.503
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar no corrientes	1.597.699	1.418.748
Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes	16.625.000	15.295.000
Otras provisiones no corrientes	15.656.238	15.384.646
Pasivos por impuestos diferidos	1.088.218.652	962.860.540
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	64.130.193	62.029.525
Otros pasivos no financieros no corrientes	90.763.964	88.988.319
Total pasivos no corrientes	6.011.474.150	6.414.568.666
Total pasivos de negocios no bancarios	8.355.561.819	9.306.512.041
Pasivos Negocios Bancarios (Presentación)		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	2.419.050.943	2.189.551.483
Operaciones con liquidación en curso	271.399.167	102.150.285
Depósitos y otras captaciones a plazo	3.781.361.528	3.489.493.252
Contratos de derivados financieros	597.130.453	748.627.973
Obligaciones con bancos	130.737.215	9.801.281
Instrumentos de deuda emitidos	332.087.266	324.850.982
Instrumentos financieros de capital regulatorio emitidos	17.912.007	19.970.764
Otras obligaciones financieras	39.985.142	43.976.226
Pasivos por arrendamiento	22.299.106	21.531.519
Impuestos corrientes	22.409.618	50.662.964
Provisiones	41.648.151	31.807.252
Otros pasivos	457.684.385	481.350.268
Total pasivos negocios bancarios	8.133.704.981	7.513.774.249
Total pasivos	16.489.266.800	16.820.286.290
Patrimonio Neto		
Capital emitido	919.419.389	919.419.389
Ganancias acumuladas	6.361.006.978	5.801.292.073
Primas de emisión	93.482.329	93.482.329
Otras reservas	243.427.351	14.173.400
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	7.617.336.047	6.828.367.191
Participaciones no controladoras	1.864.037.543	1.613.186.584
Patrimonio total	9.481.373.590	8.441.553.775
Total de patrimonio y pasivos	25.970.640.390	25.261.840.065

11. ESTADOS FINANCIEROS – ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

	30 de septiembre 2025	30 de septiembre 2024
	M\$	M\$
ESTADO DE FLUJO EFECTIVO		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	9.609.246.788	8.749.355.437
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(7.761.702.010)	(7.119.022.603)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(1.097.258.064)	(1.044.582.764)
Impuestos a las ganancias pagados	(139.969.780)	(93.098.014)
Otras salidas de efectivo	(315.805.451)	(278.798.260)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación de negocios no bancarios	294.511.483	213.853.796
Negocios Bancarios (Presentación)		
Utilidad consolidada del período	257.362.791	154.100.826
Cargos (abonos) a resultados que no significan movimientos de efectivo:		
Depreciaciones y amortizaciones	27.436.996	28.670.043
Provisiones por riesgo de crédito	364.062.579	440.667.005
Utilidad neta por inversiones en sociedades con influencia significativa	(836.148)	(644.744)
Otros cargos (abonos) que no significan movimiento de efectivo	87.101.085	43.077.548
Variación neta de intereses, reajustes y comisiones devengadas sobre activos y pasivos	(13.847.529)	(69.716.207)
Cambios en activos y pasivos que afectan al flujo operacional:		
(Aumento) disminución de derechos por pactos de retroventa y préstamos de valores	(23.244.304)	10.843.808
Disminución (aumento) neto en adeudado por bancos	8.030.138	(8.896.832)
Aumento en créditos y cuentas por cobrar a clientes	(904.459.627)	(12.302.622)
Disminución (Aumento) neto de instrumentos para negociación	30.347.480	(14.143.238)
Aumento de depósitos y otras obligaciones a la vista	229.499.459	270.784.626
Aumento (disminución) de depósitos y otras captaciones a plazo	293.362.839	(599.964.023)
Aumento (disminución) de obligaciones con bancos	43.523.017	(226.898.795)
Otras entradas de efectivo	22.850.235	146.950.977
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de la operación negocios bancarios	421.189.011	162.528.372
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación	715.700.494	376.382.168
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)	(23.429.045)
Préstamos a entidades relacionadas	(149.522)	11.063.709
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	36.457.220	29.164.310
Compras de propiedades, planta y equipo	(90.930.070)	(105.657.326)
Compras de activos intangibles	(7.192.849)	(4.922.766)
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	180.757.996	5.834.985
Compras de otros activos a largo plazo	(59.494.398)	(65.915.905)
Dividendos recibidos	35.174.054	17.276.109
Intereses recibidos	37.421.137	34.485.838
Otras entradas de efectivo	353.107	7.794.693
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión de negocios no bancarios	123.173.065	(94.305.398)
Negocios Bancarios (Presentación)		
(Aumento) disminución neta de activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral	(75.894.054)	334.733.344
Compras de activos fijos	(19.338.190)	(10.493.420)
Dividendos recibidos	340.193	416.486
Otras entradas de efectivo	25.077	461.190
Subtotal flujos de efectivo netos (utilizados en) procedentes de actividades de inversión servicios bancarios	(94.866.974)	325.117.600
Flujos de Efectivo Netos procedentes de actividades de inversión	28.306.091	230.812.202
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Importes procedentes de la emisión de acciones		
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	62.854.625	292.446.520
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	590.492.113	530.111.985
Total importes procedentes de préstamos	653.346.738	822.558.505
Pagos de préstamos	(1.252.100.967)	(801.374.821)
Dividendos pagados	(227.252.247)	(36.684.677)
Intereses pagados	(150.978.922)	(180.400.798)
Otras salidas de efectivo	(14.723.975)	(8.151.646)
Subtotal flujos de efectivo netos (utilizados en) procedentes de actividades de financiación de negocios no bancarios	(991.709.373)	107.981.022
Negocios Bancarios (Presentación)		
Rescate de letras de crédito	(6.297.791)	(7.119.444)
Emisión de bonos	-	7.591.289
Obtención (Pago) de préstamos y otros pasivos	38.560.762	(125.857.586)
Otras salidas de efectivo	(5.878.194)	(5.861.764)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes (utilizados) de actividades de financiación negocios bancarios	26.384.777	(131.247.505)
Flujos de Efectivo Netos utilizados en actividades de financiación	(965.324.596)	(23.266.483)
(Disminución) incremento neto en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	(221.318.011)	583.927.887
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	4.615.510	(22.166.900)
(Disminución) incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo	(216.702.501)	561.760.987
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	2.976.319.398	2.991.788.240

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN BALANCE

	31 de diciembre 2024 MM\$	30 de septiembre 2025 MM\$	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	4.464.298	4.102.886	-8,1%
Activos No Corrientes No Bancarios	11.330.982	11.776.090	3,9%
Activos Total No Bancarios	15.795.280	15.878.976	0,5%
Activos Total Negocios Bancarios	9.466.560	10.091.665	6,6%
Activos Total	25.261.840	25.970.641	2,8%
Pasivos Corrientes No Bancarios	2.891.943	2.344.088	-18,9%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	6.414.569	6.011.474	-6,3%
Pasivos Total No Bancarios	9.306.512	8.355.562	-10,2%
Pasivos Total Negocios Bancarios	7.513.774	8.133.705	8,3%
Pasivos Total	16.820.286	16.489.267	-2,0%
Patrimonio Total	8.441.554	9.481.374	12,3%
Total Pasivo y Patrimonio Total	25.261.840	25.970.641	2,8%

Activos

El **activo corriente no bancario** disminuyó en MM\$361.413 en comparación a diciembre 2024, impulsado principalmente por una disminución en el efectivo y equivalentes al efectivo en MM\$297.855 por pago de dividendos y pago de deuda financiera, más una disminución de los activos mantenidos para la venta de MM\$170.913 por los activos de Open Kennedy que fueron vendidos el 14 de abril de 2025, además de una disminución en los otros activos financieros corrientes en MM\$134.182 por disminución de derivados por pago de deuda financiera, compensado parcialmente por un aumento en los inventarios de MM\$286.227.

Por su parte, el **activo no corriente no bancario** aumentó en MM\$445.108 explicado, en mayor parte, por el incremento en la propiedad de inversión de MM\$534.886 debido al incremento del valor razonable, compensado parcialmente por una disminución en los otros activos financieros no corrientes de MM\$106.965 por disminución de derivados por pago de deuda financiera.

En **activo de los negocios bancarios** aumentó en MM\$625.106 en comparación a diciembre 2024, principalmente, debido al aumento de créditos y cuentas por cobrar a clientes por MM\$552.750 por incremento en colocaciones de consumo y tarjeta de crédito, y por el aumento en los activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral en MM\$281.544. Lo anterior, compensado con la disminución en contratos de derivados financieros en MM\$158.550 por menores transacciones y valorización.

Como resultado de lo anterior, el **activo total** consolidado aumentó en MM\$708.801.

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN BALANCE (CONT.)

	31 de diciembre 2024 MM\$	30 de septiembre 2025 MM\$	Var %
Activos Corrientes No Bancarios	4.464.298	4.102.886	-8,1%
Activos No Corrientes No Bancarios	11.330.982	11.776.090	3,9%
Activos Total No Bancarios	15.795.280	15.878.976	0,5%
Activos Total Negocios Bancarios	9.466.560	10.091.665	6,6%
Activos Total	25.261.840	25.970.641	2,8%
Pasivos Corrientes No Bancarios	2.891.943	2.344.088	-18,9%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	6.414.569	6.011.474	-6,3%
Pasivos Total No Bancarios	9.306.512	8.355.562	-10,2%
Pasivos Total Negocios Bancarios	7.513.774	8.133.705	8,3%
Pasivos Total	16.820.286	16.489.267	-2,0%
Patrimonio Total	8.441.554	9.481.374	12,3%
Total Pasivo y Patrimonio Total	25.261.840	25.970.641	2,8%

Pasivos y patrimonio

El **pasivo corriente no bancario** disminuyó en MM\$547.855 en comparación con diciembre 2024 explicado, en mayor parte, por una disminución en los otros pasivos financieros corrientes en MM\$285.754 por pago de bonos, y por una disminución de las cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar en MM\$175.262 por pago a proveedores y pago de dividendos. A su vez, el pasivo no corriente no bancario disminuyó en MM\$403.095, principalmente por la disminución de los otros pasivos financieros no corrientes en MM\$538.810 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\$619.931, principalmente, por un aumento en depósitos y otras captaciones a plazo, depósitos y otras obligaciones a la vista, operaciones con liquidación en curso y obligaciones con bancos, compensado parcialmente por la disminución en los contratos de derivados financieros.

Como resultado de lo anterior, el **pasivo total** disminuyó en MM\$331.019.

El **patrimonio total** aumentó en MM\$1.039.820 respecto de diciembre de 2024, principalmente por el resultado del periodo.

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN FLUJO DE EFECTIVO

	30 de septiembre 2024	30 de septiembre 2025	Var %
	MM\$	MM\$	
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	213.854	294.511	37,7%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	162.528	421.189	159,1%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Total	376.382	715.700	90,2%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(94.305)	123.173	NA
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	325.118	(94.867)	NA
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total	230.813	28.306	-87,7%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	107.981	(991.709)	NA
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	(131.248)	26.385	NA
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total	(23.267)	(965.324)	4048,9%
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	583.928	(221.318)	NA
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(22.167)	4.616	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	2.991.788	2.976.319	-0,5%

El **flujo operacional no bancario** presenta un aumento de MM\$80.658, originado principalmente por mayor recaudación de clientes por MM\$859.892; esto es compensado por mayores pagos a proveedores por MM\$642.680, por pagos de compras de inventario. El **flujo operacional del negocio bancario** aumentó MM\$258.660, por mayor utilidad del periodo en los tres bancos por MM\$103.262, aumento en depósitos y captaciones a plazo por MM\$893.326, aumento de obligaciones con Bancos por MM\$270.422; esto es compensado por aumento de créditos y cuentas por cobrar a clientes por MM\$892.158.

El **flujo de inversión no bancario** presenta una variación positiva de MM\$217.478, principalmente por mayores ventas de otros activos a largo plazo (propiedades de inversión) por MM\$174.293, principalmente por venta Open Kennedy, por menores compras de propiedades, planta y equipo por MM\$14.727 y por menores aportes en asociadas por MM\$13.817. El **flujo de inversión del negocio bancario** presenta una variación negativa de MM\$419.985, originada principalmente por los activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral que generan una variación por MM\$410.627, producto de mayores inversiones en el año actual respecto a las ventas efectuadas el año anterior.

El **flujo de financiamiento no bancario** presenta una variación negativa de MM\$1.099.690, originado principalmente por menores fondos provenientes de emisión de acciones por MM\$312.034 (aportes Plaza 2024), mayores pagos de préstamos por MM\$450.726, menores préstamos obtenidos por MM\$169.212 y por mayor pago de dividendos por MM\$190.568. El **flujo de financiamiento del negocio bancario** presenta una variación positiva de MM\$157.632, principalmente por incremento de préstamos y otros pasivos por MM\$164.418 versus pagos de préstamos en 2024.

11. ESTADOS FINANCIEROS – DETALLE FLUJO DE EFECTIVO

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

30 de septiembre 2025					
	Mejoramiento del Hogar	Falabella Retail	Tottus	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	64.665.681	(160.026.733)	30.613.022	427.473.929	305.725.511
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(26.930.057)	(24.252.196)	6.474.860	(94.866.974)	(52.205.635)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(54.964.142)	106.220.671	(53.596.545)	(253.049.904)	(222.645.036)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(17.228.518)	(78.058.258)	(16.508.663)	79.557.051	30.874.840
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(1.514.188)	7.161.149	4.047.595	1.595.295	3.313.367
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	38.337.853	138.365.523	91.091.867	1.635.789.054	213.361.970

30 de septiembre 2024					
	Mejoramiento del Hogar	Falabella Retail	Tottus	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	129.443.771	(199.942.658)	56.618.317	97.514.941	192.627.563
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(5.252.280)	(11.943.940)	(6.019.588)	325.117.600	(45.588.775)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(109.840.486)	206.456.185	(56.588.811)	(136.701.730)	255.906.422
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	14.351.005	(5.430.413)	(5.990.082)	285.930.811	402.945.210
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(5.839.432)	(2.433.385)	2.747.169	(6.107.541)	(3.463.360)
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	56.673.134	127.125.018	72.029.026	1.632.031.378	601.497.498

Flujo de caja – Operaciones por País (MM\$)⁽²²⁾

30 de septiembre 2025			
	Chile	Perú	Colombia
Flujo de efectivo de actividades de operación	370.832.556	103.752.827	(114.391.226)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(129.538.187)	2.210.017	(11.800.831)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(158.093.992)	(142.197.420)	54.776.190
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	83.200.377	(36.234.576)	(71.415.867)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(2.904.571)	5.570.311	10.876.207
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	1.396.534.681	386.938.380	107.910.182

30 de septiembre 2024			
	Chile	Perú	Colombia
Flujo de efectivo de actividades de operación	92.052.903	198.990.258	(221.683.042)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	269.480.178	390.794	33.272.739
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(82.627.085)	(124.913.036)	121.112.282
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	278.905.996	74.468.016	(67.298.021)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(1.166.432)	3.413.353	(10.454.930)
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	1.466.874.708	294.303.270	103.278.046

⁽²¹⁾ 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.

⁽²²⁾ 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.cmfchile.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

Carolina Novoa
Loreto Moreno
Florenia Pizarro

E-mail

inversionistas@falabella.cl

Website

investors.grupofalabella.com

FALABELLA



+ falabella.com

SODIMAC

TOTTUS

mallplaza

Banco Falabella