

RESULTADOS

Grupo Falabella

4Q25

FALABELLA



+ falabella.com

 SODIMAC

 TOTTUS

 mallplaza

 Banco Falabella

1. COMENTARIO GERENTE GENERAL

- Cerramos el año **consolidando la fortaleza de nuestro ecosistema físico-digital**, combinando crecimiento comercial, mejoras operacionales y una ejecución ágil frente a los principales eventos de la temporada. La complementariedad entre Falabella Retail, Tottus, Sodimac, Banco Falabella y Mallplaza siguió potenciando la relación con nuestros clientes, habilitando nuevas experiencias y profundizando sinergias que impulsan resultados, en línea con nuestras prioridades estratégicas de crecimiento rentable, eficiencia operacional y fortalecimiento financiero.
- Los **ingresos del trimestre crecieron 10% a/a y el EBITDA alcanzó US\$647 millones, con un margen de 15,1%** (vs 14,1% en 4Q24). Por su parte, la utilidad neta trimestral fue de US\$695 millones (US\$290 millones excl. la revalorización de propiedades de inversión o FV). **En el año, el EBITDA totalizó US\$2.144 millones (+34% vs 2024)**, mientras que la utilidad neta alcanzó US\$1.485 millones (US\$897 millones excl. FV), reflejando la solidez de nuestra estrategia y nuestros equipos. Además, redujimos nuestra deuda financiera 21% a/a y alcanzamos un ratio DFN no bancaria/EBITDA de 1,3 veces, mejorando sustancialmente el perfil de vencimientos, y consolidando un balance más sólido y flexible.
- Nuestro Banco Digital cerró el año con **colocaciones por US\$8,4 mil millones** (+18% a/a; +16% a/a a tipo de cambio constante) y un NPL consolidado de 2,8% (-29 pb vs. 4Q24), como resultado de una gestión efectiva de riesgo y una propuesta digital robusta. Nuestra propuesta de valor sigue traccionando, con **crecimiento de 19% a/a en el uso de nuestros medios de pago y más de 860 mil cuentas y tarjetas de crédito abiertas en 4Q25 (+8% a/a)**, apoyado en nuevas funcionalidades, mayor personalización y desarrollos basados en IA.
- **Los tres retailers mantuvieron un sólido crecimiento de ingresos (+9% a/a)**, respaldado en propuestas especializadas, mejores experiencias y la integración omnicanal. Falabella Retail creció 13% a/a, impulsado por las Mejores Marcas, "Lo Último, Primero en Falabella" y una campaña navideña de gran impacto. Tottus creció 12% a/a, apoyado en *food* en Chile y el dinamismo del *non-food* en Perú con un gran desempeño e-commerce en ambos países. Sodimac creció sobre 2% a/a, impulsado por su canal online y el mayor aporte de *sellers*.
- Los canales digitales continuaron consolidándose como una palanca estructural de crecimiento. El **GMV online aumentó 16% a/a, impulsado por un crecimiento de 38% en ventas de sellers, a bases comparables**, apoyado en mejoras relevantes en tiempos de envío, disponibilidad de productos y experiencia digital.
- Con más de 106 millones de visitas en el trimestre y 385 millones en el año, Mallplaza **refuerza su posición como plataforma de centros urbanos líder en América Latina**, alcanzando un margen EBITDA de 81,2%, apoyado en una propuesta centrada en experiencias y la continua transformación de sus activos.
- Anunciamos nuestro **plan de inversiones 2026 por US\$900 millones** orientado a **impulsar el crecimiento** de nuestros negocios, acelerar nuestra **omnicanalidad**, elevar la **experiencia de compra en tiendas** y fortalecer nuestras **capacidades tecnológicas y la maduración de iniciativas IA**.
- Los resultados alcanzados durante el año reflejan una exitosa ejecución de nuestra estrategia y la fortaleza de nuestro ecosistema. Hemos fortalecido significativamente nuestra posición financiera, mejorado nuestra rentabilidad y consolidado las bases para un crecimiento sostenible. De cara a 2026, continuaremos enfocados en fortalecer nuestras ventajas competitivas, impulsar el crecimiento rentable y generar valor sostenible para nuestros accionistas, clientes y colaboradores.

Principales Indicadores (US\$)

37 MM

Clientes Ecosistema

21 MM

Participantes Loyalty

\$4.284 MM

Ingresos (+10% a/a)

\$647 MM

EBITDA (15,1% margen)

\$2.144 MM

EBITDA año 2025
(14,6% margen)

\$695 MM

Utilidad Neta (16,2% margen)

\$1.485 MM

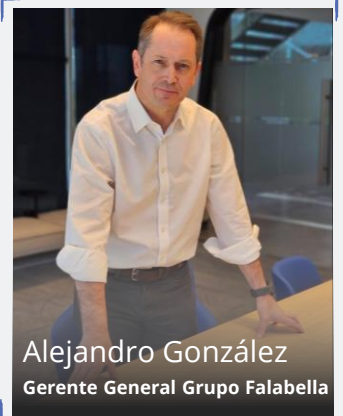
Utilidad Neta año 2025
(10,1% margen)

\$8,4 BN

Cartera de Colocaciones
(+18% a/a)

\$1.088 MM

GMV Online Ecosistema
(+23% a/a, +16% a/a
excl. efecto Cyber Chile 2024)



Alejandro González
Gerente General Grupo Falabella

2. EXPLICACIONES RESULTADOS 4Q25 (US\$ MM)⁽¹⁾

	4Q24	% ingresos	4Q25	% ingresos	Var (%)	Var % (excl. efecto Cyber Chile 2024)
VENTAS GMV TOTALES						
Ventas GMV Totales	3.883		4.250		9%	8%
Ventas GMV Online (1P + 3P)	888		1.088		23%	16%
Ventas GMV Totales Tiendas Físicas	2.995		3.162		6%	6%
ESTADO DE RESULTADOS						
Ingresos Negocios No Bancarios	3.397	86,9%	3.710	86,6%	9%	
Ingresos Negocios Bancarios	511	13,1%	574	13,4%	12%	
Total Ingresos	3.907	100,0%	4.284	100,0%	10%	
Ganancia Bruta	1.476	37,8%	1.637	38,2%	11%	
GAV	(1.059)	-27,1%	(1.125)	-26,3%	6%	
EBITDA	551	14,1%	647	15,1%	18%	
Utilidad Neta	243	6,2%	695	16,2%	186%	
Utilidad Neta Excl. Efecto FV*	229	5,9%	290	6,8%	27%	
BALANCE						
Caja (negocios no bancarios)	1.806		1.747		-3%	
Cartera de Créditos Bruta	7.066		8.353		18%	
Deuda Financiera Neta (excl. bancos)	2.713		1.824		-33%	

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

Ingresos
US\$4.284 MM
+10% a/a

- Los **ingresos** consolidados aumentaron 10% a/a, impulsados principalmente por el sólido desempeño de nuestros negocios, gracias a propuestas comerciales que nuestros clientes valoran. Destaca el crecimiento de Falabella Retail (+13% a/a) y Tottus (+12% a/a), así como el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +23% a/a, +16% excl. efecto Cyber 2024 en Chile⁽¹⁾). Por su parte, el ingreso del negocio bancario creció 12% 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 18% a/a.

EBITDA
US\$647 MM
+18% a/a

- EBITDA** consolidado creció 18% a/a, alcanzando US\$647 MM, con un margen de 15,1% 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\$77 MM a/a), Tottus (+US\$24 MM a/a), y Mallplaza (US\$43 MM a/a) tras la consolidación de los activos en Perú. A su vez, los GAV crecieron 6% a nivel consolidado (~3% a tipo de cambio constante), lo que nos permite seguir mejorando la eficiencia operativa y rentabilizando nuestras operaciones.

Utilidad
US\$695 MM
+186% a/a

- Por su parte, el resultado no operacional se vio impactado positivamente, principalmente por la mayor revalorización de las propiedades de inversión en 4Q25 (+US\$948 MM vs 4Q24). Como resultado de lo anterior, la **utilidad neta** alcanzó los US\$695 MM en el trimestre (US\$290 MM excluyendo el efecto neto de la revalorización de las propiedades de inversión).

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

2. EXPLICACIONES RESULTADOS 2025 (US\$ MM)⁽¹⁾

	2024	% ingresos	2025	% ingresos	Var (%)
VENTAS GMV TOTALES					
Ventas GMV Totales	13.010		14.180		9%
Ventas GMV Online (1P + 3P)	2.855		3.345		17%
Ventas GMV Totales Tiendas Físicas	10.155		10.835		7%
ESTADO DE RESULTADOS					
Ingresos Negocios No Bancarios	11.379	84,9%	12.504	85,2%	10%
Ingresos Negocios Bancarios	2.031	15,1%	2.175	14,8%	7%
Total Ingresos	13.410	100,0%	14.679	100,0%	9%
Ganancia Bruta	4.912	36,6%	5.654	38,5%	15%
GAV	(3.825)	-28,5%	(4.016)	-27,4%	5%
EBITDA	1.600	11,9%	2.144	14,6%	34%
Utilidad Neta	530	4,0%	1.485	10,1%	180%
Utilidad Neta Excl. Efecto FV*	480	3,6%	897	6,1%	87%
BALANCE					
Caja (negocios no bancarios)	1.806		1.747		-3%
Cartera de Créditos Bruta	7.066		8.353		18%
Deuda Financiera Neta (excl. bancos)	2.713		1.824		-33%

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

Ingresos
US\$14.679 MM
+9% a/a

- Los **ingresos** consolidados crecieron 9% a/a, impulsados principalmente por el sólido desempeño de nuestros retailers, gracias a una propuesta comercial atractiva y bien ejecutada, y el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +17% a/a). Falabella Retail creció 14% a/a, reflejo de mejoras en su propuesta comercial multiespecialista y, en menor proporción, por una mayor afluencia de turistas a nuestras tiendas en Chile que ha ido reduciendo su impacto en los últimos trimestres. De igual forma, Tottus creció 9% a/a, mientras que Sodimac aumentó 5% a/a, con crecimientos tanto en el canal físico como online. Por último, el negocio bancario creció 7% a/a, con colocaciones que aumentaron en todos los países.

EBITDA
US\$2.144 MM
+34% a/a

- EBITDA** consolidado creció 34,0% a/a, alcanzando US\$2.144 MM y un margen de 14,6%. Este resultado fue impulsado por una ganancia bruta 15% superior al 2024, destacando el aporte de Falabella Retail (+US\$266 MM a/a), producto de una menor actividad promocional, una mejor gestión de inventario y mejoras en la rentabilidad del canal online, y del negocio bancario (+US\$213 MM a/a), gracias a un mayor nivel de colocaciones, mayores ingresos netos operacionales y menores niveles de riesgo. A su vez, los gastos de administración crecieron 5% a nivel consolidado

Utilidad
US\$1.485 MM
+180% a/a

- El resultado no operacional fue una ganancia de US\$1.251 MM, la cual se compara con una pérdida de US\$102 MM, principalmente debido a la mayor revalorización de las propiedades de inversión durante este año (+US\$1.298 MM a/a). Con todo lo anterior, la **utilidad neta** del año alcanzó los US\$1.485 MM (US\$897 MM excluyendo el efecto neto de la revalorización de las propiedades de inversión).

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

3. AVANCES EN NEGOCIOS



Ingresos

US\$ 1.726 MM

Mejoramiento Hogar⁽²⁾
(+9% a/a)

US\$ 1.484 MM

Falabella Retail
(+13% a/a)

US\$ 851 MM

Tottus
(+12% a/a)

530

Tiendas (-5 a/a)



GMV Online

US\$ 1.088 MM

GMV Online Ecosistema
(+23% a/a, +16% a/a
excl. efecto Cyber Chile
2024⁽³⁾)

54%

Entregas *Click & Collect*
(+502 pb a/a)

MEJORAMIENTO DEL HOGAR

- Nuestro e-commerce continúa traccionando, con un GMV online creciendo durante el trimestre 10% a/a y una penetración online de 19%, ambos a bases comparables⁽³⁾, apoyado en un amplio surtido y sus *sellers*.
- Durante el trimestre, las categorías de Hogar y artículos de temporada destacaron como las de mejor desempeño. Por su parte, durante el año nuestras marcas propias alcanzaron sobre un 30% de participación en la venta total (+2,5 pp vs 2024), consolidando así su creciente relevancia en el mix de productos.
- En Perú, avanzamos en la renovación del portafolio físico, con la transformación de cinco tiendas de Maestro a Sodimac durante el trimestre, fortaleciendo nuestra propuesta comercial en el país a través de un mayor surtido y con las tiendas convertidas registrando crecimientos cercanos al 30% en ventas.

FALABELLA RETAIL

- Nuestro canal online reafirmó su liderazgo, con un GMV online creciendo 18% a/a a bases comparables⁽³⁾. Logramos un desempeño sobresaliente en grandes eventos de e-commerce en la región y aumentamos la participación de ventas de *sellers*, reflejo del fortalecimiento de la propuesta comercial.
- En Chile tuvimos una sólida temporada navideña, apalancada en la campaña publicitaria junto a 31 Minutos y Chayanne, la cual se posicionó como la más memorable del país durante cinco semanas consecutivas. Además, inauguramos una nueva tienda en Viña del Mar, reforzando nuestra presencia y cercanía con los clientes en la Región de Valparaíso.
- Seguimos potenciando “Lo Último, Primero en Falabella”, acercando marcas de vanguardia locales e internacionales para nuestros clientes. En belleza y cuidado personal, impulsamos propuestas especializadas como Beauty F en Chile, y GlowBar en Perú, ofreciendo una experiencia inmersiva con surtido diferenciado con más de 80 marcas. En vestuario, continuamos expandiendo Market F, espacio exclusivo para las marcas más *trendy* del momento.
- Nuestras entregas en menos de 48 horas crecieron 9 pp vs 4Q24, manteniendo el nivel de servicio. Adicionalmente, iniciativas como la ampliación de puntos de entrega, aumento del servicio Fulfillment by Falabella (FBF) y optimización de horarios de despacho, permitieron consolidar una red logística más ágil y eficiente.

TOTTUS

- Nuestra estrategia en Chile enfocada en *food*, apoyada por ajustes de *layout*, mejor percepción de precios y mejores alianzas con socios comerciales, así como el desempeño positivo en Perú, impulsado por el crecimiento de categorías *non-food* y un ticket promedio mayor, permitieron expandir, a nivel consolidado, el margen EBITDA en 119 pb a/a, alcanzando un 9%.
- El e-commerce continuó ganando tracción. Durante el trimestre creció 19% a/a, alcanzando una penetración online de 6% (+59 pb vs 4Q24), excluyendo el efecto Cyber Chile⁽³⁾, con foco en la App y el sitio *standalone*. Adicionalmente, cerramos el año con nuevas capacidades en ambos países, orientadas a mejorar la experiencia y habilitar un surtido ampliado de *non-food* con envío programado.
- Durante el trimestre y, tras la revisión y testeo de más de 2.000 productos en cada país, iniciamos hacia el cierre del año el despliegue de la nueva identidad de nuestra marca propia Tottus, con un enfoque más moderno, reforzando su calidad y propuesta de valor para los clientes.
- Durante diciembre abrimos dos tiendas en Lima, Perú, alcanzando un total de 91 tiendas en el país: Tottus Izaguirre y Precio Uno Collique, ambas con una muy buena recepción y reforzando el atractivo de nuestros formatos en zonas de alto potencial.

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

⁽³⁾ Se excluye el efecto calendario asociado al evento Cyber Monday en Chile. Este año se desarrolló 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

MALLPLAZA

- Los ingresos crecieron 24% a/a, impulsados por la consolidación de los activos en Perú y mayor dinamismo operacional, reflejado en +106 millones de visitas (+3% a/a) alcanzando un margen EBITDA de 81,2% (+410 pb a/a).
- En Chile, cerramos el 2025 gestionando activamente nuestro portafolio con la apertura de más de 60.000 m² en nuevas tiendas y la reconversión de 14.000 m² de grandes superficies en activos estratégicos como Mallplaza Norte, Mallplaza Sur, Mallplaza Oeste, Mallplaza Antofagasta y Mallplaza Iquique. Adicionalmente, concretamos la expansión de 6.600 m² en Mallplaza Premium Outlets Biobío, alcanzando una superficie total de 52.857 m², cuya incorporación de marcas globales reforzó el sólido desempeño de este formato.
- En Perú, consolidamos una gestión operacional de gran impacto, logrando renovar 223 contratos y abrir 83 nuevas tiendas durante 2025. Por su parte, durante el 4Q25 concretamos la apertura de más de 5.000 m² fortaleciendo la oferta de destino y *lifestyle* en activos clave.

BANCO DIGITAL

- Nuestra propuesta de valor simple, digital y con beneficios sigue ganando tracción para nuestros más de 8,4 millones de clientes activos. En el trimestre, superamos las 860 mil cuentas y tarjetas de crédito aperturadas (+8% a/a), mientras que las compras con nuestros medios de pago crecieron 19% a/a.
- Continuamos expandiendo nuestra cartera de colocaciones, creciendo 18% a/a (+16% a/a tipo de cambio constante), en un contexto de riesgo controlado y con calidad de cartera estable (NPL de 2,8%). En moneda local, las colocaciones crecieron a/a 19% en Chile, 8% Perú, 11% Colombia y 29% en México.
- La atención vía chat automatizada con GenAI, que comenzó en octubre a nivel regional, superó 115 mil interacciones, con un 65% resueltas sin intervención humana, avanzando hacia atención 100% conversacional.
- La integración de la información del ecosistema digital se consolida como un habilitador de valor, permitiendo mayor personalización de la oferta. Esta capacidad se refleja en una mayor relevancia del carrusel de la App del banco, que durante el año ha impulsado un aumento de 2,4 veces en la conversión de productos financieros desde su lanzamiento y ha generado más de US\$60 MM en ventas derivadas hacia falabella.com y alianzas.

PROGRAMA DE LEALTAD

- Continuamos reforzando el *engagement* durante el trimestre, incluyendo campañas de gamificación (integrando elementos de juegos: puntos, niveles y desafíos), y campañas promocionales, destacando Viaja Ya y Canjea Ya por su alta tracción, impulsando la activación y uso de nuestros clientes.
- Los grandes eventos de e-commerce del periodo, posicionaron a CMR puntos como palanca promocional con un rol protagónico, reforzando la propuesta de valor en momentos comerciales clave en la región.
- Paga Menos, funcionalidad que permite pagar parte o la totalidad de una compra usando puntos y que ya se encuentra desplegada en todos los retailers en Chile, se consolidó como uno de los principales motores de canje del trimestre. En Perú, donde actualmente opera en los canales online de Falabella y Sodimac, la iniciativa continúa ganando tracción, ampliando de manera relevante la base de clientes que utilizan puntos.



US\$ 2,1 BN

Ventas Socios
Comerciales – Mallplaza
(+8% a/a)

106,4 MM

Visitantes Mallplaza
(+3% a/a)

37

Malls



US\$8,4 BN

Colocaciones ⁽⁴⁾
(+18% a/a)

US\$8,2 BN

Compras con débito
y crédito⁽⁴⁾
(+19% 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\$ 1.824 MM

Deuda
financiera neta
(-33% a/a)



1,3x

Deuda financiera
neta / EBITDA
(No bancario)

CAJA Y LIQUIDEZ

Respecto a los niveles de liquidez de la compañía, al cierre de diciembre 2025, el efectivo y equivalentes al efectivo ascendía a US\$3.210 MM a nivel consolidado:

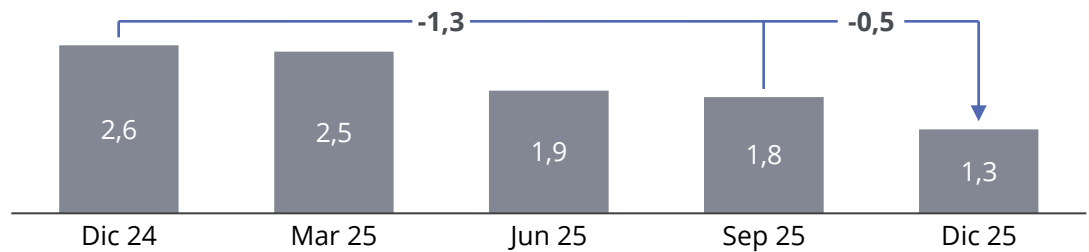
- Negocios no bancarios: US\$1.747 MM (-3,3% a/a).
- Negocios bancarios: US\$1.463 MM (-14,6% a/a).

ENDEUDAMIENTO

- Deuda financiera (después de derivados)⁽⁵⁾ de los negocios no bancarios alcanzó US\$3.571 MM a diciembre 2025, un 21% menor al periodo comparable.
- Deuda financiera neta alcanzó US\$1.824 MM a diciembre 2025, una disminución del 33% a/a.

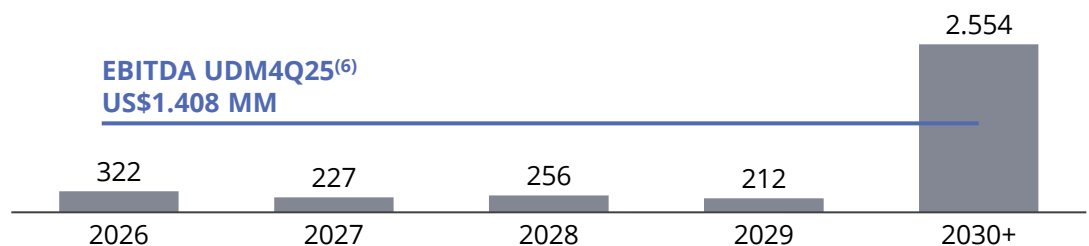
Deuda financiera neta / EBITDA

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



Perfil vencimientos deuda (US\$MM)

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



US\$3.571 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. PLAN DE INVERSIONES 2026

NUESTRO PLAN DE INVERSIONES CONSIDERA US\$900 MM PARA 2026

- Nuestro plan de inversiones para 2026 contempla un aumento de 38% en comparación con el plan de inversión 2025 (en US\$), retomando niveles de inversión similares a los históricos. Esta estrategia busca fortalecer la experiencia en tiendas y malls e impulsar el desarrollo tecnológico del Grupo, orientando las inversiones al crecimiento de nuestro ecosistema físico-digital y a seguir mejorando la experiencia de nuestros clientes.

Aperturas, expansiones y transformaciones US\$613 MM +34% a/a

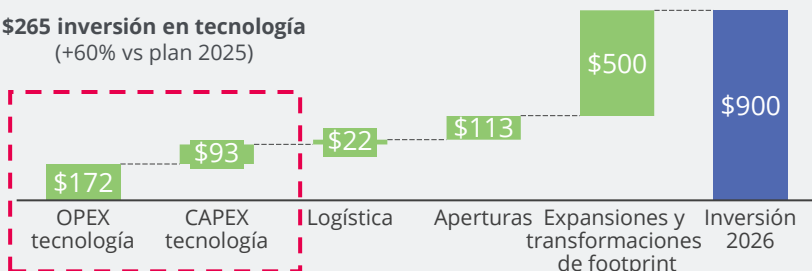
- Para continuar **desarrollando oportunidades de crecimiento, nuestro plan considera US\$113 MM** para aperturas de tiendas con foco en Falabella Retail, supermercados en Perú y Sodimac en México, y **expansiones/transformaciones por US\$500 MM destinadas a fortalecer la experiencia en tiendas y malls**, optimizar y transformar los activos de Mallplaza en Perú y Chile, así como renovar las tiendas para mejorar la experiencia dentro de nuestros retailers. Con estas inversiones buscamos:
 - Impulsar el crecimiento físico del Grupo mediante la apertura de 17 nuevas tiendas en Chile, Perú y México.
 - Transformar y ampliar tiendas y malls priorizando remodelaciones y proyectos que fortalezcan la experiencia de los clientes.
 - Acelerar la evolución de los centros urbanos de Mallplaza, reforzando su rol estratégico y potenciando la oferta de servicios en la región.

Tecnología y logística US\$287 MM +49% a/a

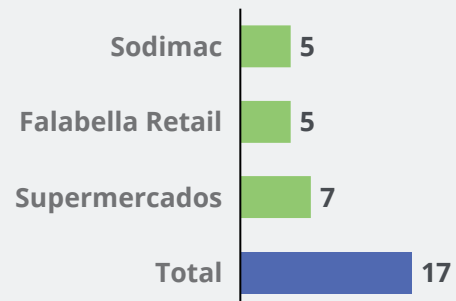
- Asignaremos **US\$265 MM a iniciativas que impulsarán el desarrollo tecnológico** de forma transversal en la región, y destinaremos **US\$22 MM a logística para mejorar la gestión del ecosistema y elevar capacidades operativas**. Con estas inversiones buscamos:
 - Fortalecer las capacidades tecnológicas del Grupo, priorizando plataformas críticas y la maduración de iniciativas GenAI.
 - Impulsar la banca digital y el e-commerce, habilitando nuevas funcionalidades y experiencias mejoradas para los clientes.
 - Optimizar la gestión de inventarios, mejorar los procesos de entrega y aumentar la eficiencia operativa.

Plan de inversiones (US\$ MM)

\$265 inversión en tecnología
(+60% vs plan 2025)



Apertura tiendas 2026 (#)



Este plan considera el 100% de las inversiones del Grupo y sus subsidiarias, incluyendo Sodimac Colombia, Sodimac México y CMR México, que no se consolidan. Asimismo, los montos descritos no contemplan inversiones asociadas a eventual crecimiento inorgánico.

6. 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

- **Tottus Chile relanzó su estrategia de donación de alimentos**, en alianza con Red de Alimentos, reforzando su compromiso con reducir su impacto ambiental y contribuir a la seguridad alimentaria.
- **Mallplaza se comprometió formalmente a desarrollar y validar sus metas de reducción de emisiones con la iniciativa Science Based Targets initiative**, organización internacional que impulsa acciones climáticas corporativas alineadas con la ciencia.
- **Falabella Retail Chile adhirió al Acuerdo de Producción Limpia (APL) Estándar de Gestión Circular de Residuos (GCR)**, impulsado por Acción Empresas y la Agencia de Sustentabilidad y Cambio Climático de Corfo, lo que permitirá mejorar la gestión y trazabilidad de sus residuos.

SOCIAL

- **Gran Final Escuela de Talentos:** la segunda versión del concurso artístico del Programa Haciendo Escuela de Falabella Retail Chile convocó a cerca de 100 alumnos de establecimientos de distintas ciudades del país, quienes presentaron shows de canto, danza, teatro y pantomima en el Teatro Municipal de Santiago.
- **Mallplaza recibe reconocimiento SelloMayor**, como "Empresa comprometida con las personas mayores" y "Espacio Amigable con las personas mayores", por Mallplaza Egaña, siendo el primer centro comercial en Chile en recibir esta distinción.
- **El programa Eddu, de Banco Falabella Chile, fue reconocido en la dimensión Social, categoría Relacionamento Comunitario** del Ranking de Sostenibilidad desarrollado por Brinca y la Universidad Adolfo Ibáñez (UAI).

GOBERNANZA

- **Grupo Falabella lidera por tercer año consecutivo el Diagnóstico sobre Empresa y Derechos Humanos en Chile 2025**, que elabora el Programa de Sostenibilidad Corporativa de la UC junto a la OIT y la OCDE (Proyecto CERALC).
- Todas las empresas del Grupo en Chile – Sodimac, Falabella Retail, Tottus, Banco Falabella y Mallplaza – fueron reconocidas en la tercera versión del **Índice de Desarrollo Empresarial Sostenible (iDES) SOFOFA**.
- **Merco Empresas 2025:** En Chile, Falabella Retail y Mallplaza fueron reconocidos como líderes en las categorías Retail e Inmobiliaria Retail respectivamente, en el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa.

7. HECHOS DEL PERIODO

- **Pago 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.
- **Actualización calificaciones crediticias:** El 29 de octubre, Fitch Ratings subió la calificación de riesgo internacional de Falabella S.A. a Grado de Inversión 'BBB-' con perspectivas estable y la calificación local a AA-. Por su parte, S&P Global Ratings subió las perspectivas a 'positivas', manteniendo su calificación crediticia en 'BB+'.
- **Política de elección de directores:** El 9 de diciembre de 2025, el Directorio de Falabella S.A. aprobó la Política de Elección de Directores en Filiales, aplicable a todas ellas.
- **Rescate anticipado de bonos:** El 11 de noviembre, Grupo Falabella anunció el rescate anticipado de sus bonos locales Serie Z y AE, el cual se ejecutó el 16 de diciembre por UF 751.898 y UF 5.114.597, respectivamente, a su equivalencia en pesos a esa fecha. En conjunto, esto representó un monto cercano a US\$255 millones.
- **Expansión y transformaciones físicas:**
 - Tottus Izaguirre, Perú (3.085 m2 de superficie de venta)
 - Precio Uno Collique, Perú (1.652 m2 de superficie de venta)
 - Falabella Viña del Mar, Chile (6.467 m2 de superficie de venta)
 - Transformaciones tiendas Maestro a Sodimac en Perú: 5 durante el trimestre, totalizando 14 tiendas en 2025, y alcanzando 17 tiendas a la fecha.

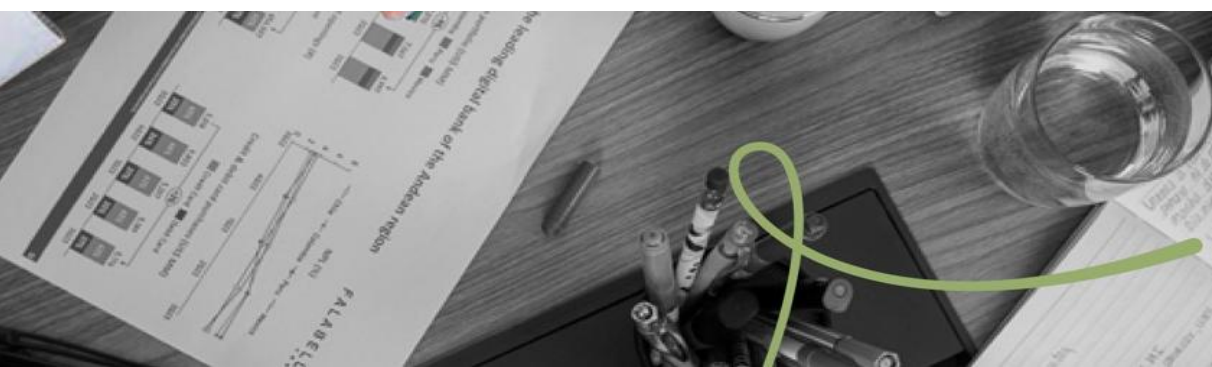


US\$255 MM

Rescate anticipado de bonos durante el trimestre

7. HECHOS POSTERIORES

- **Adquisición participación minoritaria negocios en Colombia:** El 15 de enero, Grupo Falabella formalizó la adquisición de la participación minoritaria que Organización Corona mantenía en sus negocios conjuntos en Colombia (35% en Falabella Retail, Seguros Falabella y ABC de Servicios S.A.S., y 31% en Banco Falabella), manteniendo la alianza en Sodimac sin alteraciones. La operación responde a la salida voluntaria notificada por Organización Corona en junio 2025. Con esta operación de compra Falabella incrementó su participación al 100% en todas estas filiales. El monto total de la operación fue aproximadamente US\$159 millones.



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 enero de 2026: 907,13 \$/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 4Q25

	Sodimac			Falabella Retail			Tottus		
	4Q24	4Q25	(%, pbs)	4Q24	4Q25	(%, pbs)	4Q24	4Q25	(%, pbs)
Ingresos	1.006.701	1.031.852	2,5%	1.191.570	1.346.085	13,0%	688.522	771.628	12,1%
Ganancia Bruta	316.490	333.631	5,4%	462.484	532.238	15,1%	177.322	199.155	12,3%
Margen Bruto	31,4%	32,3%	89	38,8%	39,5%	73	25,8%	25,8%	6
GAV	(281.527)	(291.940)	3,7%	(354.661)	(397.687)	12,1%	(151.139)	(156.788)	3,7%
GAV / Ingresos	-28,0%	-28,3%	(33)	-29,8%	-29,5%	22	-22,0%	-20,3%	163
Resultado Operacional	34.963	41.691	19,2%	107.823	134.551	24,8%	26.183	42.367	61,8%
Margen Operacional	3,5%	4,0%	57	9,0%	10,0%	95	3,8%	5,5%	169
EBITDA	79.195	88.574	11,8%	146.051	170.950	17,0%	53.787	69.429	29,1%
Margen EBITDA	7,9%	8,6%	72	12,3%	12,7%	44	7,8%	9,0%	119

	Banco Falabella			Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	4Q24	4Q25	(%, pbs)	4Q24	4Q25	(%, pbs)	4Q24	4Q25	(%, pbs)	4Q24	4Q25	(%, pbs)
Ingresos	463.268	520.265	12,3%	140.528	173.705	23,6%	54.015	42.168	-21,9%	3.544.604	3.885.703	9,6%
Ganancia Bruta	262.536	281.200	7,1%	129.213	167.857	29,9%	(9.216)	(29.364)	218,6%	1.338.829	1.484.717	10,9%
Margen Bruto	56,7%	54,0%	(262)	91,9%	96,6%	469	-17,1%	-69,6%	(5.257)	37,8%	38,2%	44
GAV	(198.121)	(221.778)	11,9%	(22.546)	(30.203)	34,0%	47.581	77.970	63,9%	(960.413)	(1.020.426)	6,2%
GAV / Ingresos	-42,8%	-42,6%	14	-16,0%	-17,4%	(134)	88,1%	184,9%	9.681	-27,1%	-26,3%	83
Resultado Operacional	64.415	59.422	-7,8%	106.667	137.654	29,1%	38.365	48.606	26,7%	378.416	464.291	22,7%
Margen Operacional	13,9%	11,4%	(248)	75,9%	79,2%	334	71,0%	115,3%	4.424	10,7%	11,9%	127
EBITDA	75.687	70.959	-6,2%	108.313	140.998	30,2%	36.691	46.299	26,2%	499.724	587.209	17,5%
Margen EBITDA	16,3%	13,6%	(270)	77,1%	81,2%	410	67,9%	109,8%	4.187	14,1%	15,1%	101

Acumulado 12M25

	Sodimac			Falabella Retail			Tottus		
	12M24	12M25	(%, pbs)	12M24	12M25	(%, pbs)	12M24	12M25	(%, pbs)
Ingresos	3.688.760	3.880.611	5,2%	3.528.610	4.027.159	14,1%	2.390.625	2.606.624	9,0%
Ganancia Bruta	1.115.614	1.193.390	7,0%	1.281.981	1.523.187	18,8%	611.339	675.462	10,5%
Margen Bruto	30,2%	30,8%	51	36,3%	37,8%	149	25,6%	25,9%	34
GAV	(1.057.065)	(1.107.366)	4,8%	(1.245.313)	(1.336.702)	7,3%	(542.371)	(578.035)	6,6%
GAV / Ingresos	-28,7%	-28,5%	12	-35,3%	-33,2%	210	-22,7%	-22,2%	51
Resultado Operacional	58.549	86.024	46,9%	36.668	186.485	408,6%	68.968	97.427	41,3%
Margen Operacional	1,6%	2,2%	63	1,0%	4,6%	359	2,9%	3,7%	85
EBITDA	237.046	265.918	12,2%	184.404	328.749	78,3%	175.593	204.109	16,2%
Margen EBITDA	6,4%	6,9%	43	5,2%	8,2%	294	7,3%	7,8%	49

	Banco Falabella			Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	12M24	12M25	(%, pbs)	12M24	12M25	(%, pbs)	12M24	12M25	(%, pbs)	12M24	12M25	(%, pbs)
Ingresos	1.842.262	1.973.329	7,1%	494.605	653.911	32,2%	219.504	174.081	-20,7%	12.164.366	13.315.715	9,5%
Ganancia Bruta	964.095	1.157.548	20,1%	449.836	614.856	36,7%	32.527	(35.138)	NA	4.455.392	5.129.305	15,1%
Margen Bruto	52,3%	58,7%	633	90,9%	94,0%	308	14,8%	-20,2%	NA	36,6%	38,5%	189
GAV	(703.146)	(754.498)	7,3%	(75.068)	(101.473)	35,2%	152.931	235.283	53,8%	(3.470.032)	(3.642.791)	5,0%
GAV / Ingresos	-38,2%	-38,2%	(7)	-15,2%	-15,5%	(34)	69,7%	135,2%	6.549	-28,5%	-27,4%	117
Resultado Operacional	260.949	403.050	54,5%	374.768	513.383	37,0%	185.458	200.145	7,9%	985.360	1.486.514	50,9%
Margen Operacional	14,2%	20,4%	626	75,8%	78,5%	274	84,5%	115,0%	3.048	8,1%	11,2%	306
EBITDA	300.891	442.024	46,9%	380.637	526.228	38,2%	172.989	177.925	2,9%	1.451.560	1.944.953	34,0%
Margen EBITDA	16,3%	22,4%	607	77,0%	80,5%	352	78,8%	102,2%	2.340	11,9%	14,6%	267

⁽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 4Q25

	Chile			Perú			Colombia		
	4Q24	4Q25	(%, pbs)	4Q24	4Q25	(%, pbs)	4Q24	4Q25	(%, pbs)
Ingresos	1.869.540	1.993.927	6,7%	1.038.143	1.213.775	16,9%	300.311	345.255	15,0%
Ganancia Bruta	709.958	748.751	5,5%	338.875	406.462	19,9%	115.786	146.757	26,7%
Margen Bruto	38,0%	37,6%	(42)	32,6%	33,5%	85	38,6%	42,5%	395
GAV	(590.714)	(628.369)	6,4%	(260.028)	(297.371)	14,4%	(83.619)	(100.158)	19,8%
GAV / Ingresos	-31,6%	-31,5%	8	-25,0%	-24,5%	55	-27,8%	-29,0%	(117)
Resultado Operacional	119.244	120.382	1,0%	78.847	109.091	38,4%	32.167	46.599	44,9%
Margen Operacional	6,4%	6,0%	(34)	7,6%	9,0%	139	10,7%	13,5%	279
EBITDA	191.435	191.994	0,3%	112.990	145.745	29,0%	41.819	55.341	32,3%
Margen EBITDA	10,2%	9,6%	(61)	10,9%	12,0%	112	13,9%	16,0%	210

	Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	4Q24	4Q25	(%, pbs)	4Q24	4Q25	(%, pbs)	4Q24	4Q25	(%, pbs)
Ingresos	140.528	173.705	23,6%	196.082	159.041	-18,9%	3.544.604	3.885.703	9,6%
Ganancia Bruta	129.213	167.857	29,9%	44.997	14.890	-66,9%	1.338.829	1.484.717	10,9%
Margen Bruto	91,9%	96,6%	469	22,9%	9,4%	(1.359)	37,8%	38,2%	44
GAV	(22.546)	(30.203)	34,0%	(3.506)	35.675	NA	(960.413)	(1.020.426)	6,2%
GAV / Ingresos	-16,0%	-17,4%	(134)	-1,8%	22,4%	NA	-27,1%	-26,3%	83
Resultado Operacional	106.667	137.654	29,1%	41.491	50.565	21,9%	378.416	464.291	22,7%
Margen Operacional	75,9%	79,2%	334	21,2%	31,8%	1.063	10,7%	11,9%	127
EBITDA	108.313	140.998	30,2%	45.167	53.131	17,6%	499.724	587.209	17,5%
Margen EBITDA	77,1%	81,2%	410	23,0%	33,4%	1.037	14,1%	15,1%	101

Acumulado 12M25

	Chile			Perú			Colombia		
	12M24	12M25	(%, pbs)	12M24	12M25	(%, pbs)	12M24	12M25	(%, pbs)
Ingresos	6.473.665	7.068.577	9,2%	3.539.873	3.964.363	12,0%	950.411	1.000.314	5,3%
Ganancia Bruta	2.385.862	2.657.832	11,4%	1.089.849	1.305.916	19,8%	315.832	415.724	31,6%
Margen Bruto	36,9%	37,6%	75	30,8%	32,9%	215	33,2%	41,6%	833
GAV	(2.129.913)	(2.237.276)	5,0%	(921.132)	(1.030.753)	11,9%	(314.595)	(335.266)	6,6%
GAV / Ingresos	-32,9%	-31,7%	125	-26,0%	-26,0%	2	-33,1%	-33,5%	(42)
Resultado Operacional	255.949	420.556	64,3%	168.717	275.163	63,1%	1.237	80.458	6404,3%
Margen Operacional	4,0%	5,9%	200	4,8%	6,9%	217	0,1%	8,0%	791
EBITDA	538.185	697.760	29,7%	299.152	410.780	37,3%	39.522	115.261	191,6%
Margen EBITDA	8,3%	9,9%	156	8,5%	10,4%	191	4,2%	11,5%	736

	Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	12M24	12M25	(%, pbs)	12M24	12M25	(%, pbs)	12M24	12M25	(%, pbs)
Ingresos	494.605	653.911	32,2%	705.812	628.550	-10,9%	12.164.366	13.315.715	9,5%
Ganancia Bruta	449.836	614.856	36,7%	214.013	134.977	-36,9%	4.455.392	5.129.305	15,1%
Margen Bruto	90,9%	94,0%	308	30,3%	21,5%	(885)	36,6%	38,5%	189
GAV	(75.068)	(101.473)	35,2%	(29.324)	61.977	NA	(3.470.032)	(3.642.791)	5,0%
GAV / Ingresos	-15,2%	-15,5%	(34)	-4,2%	9,9%	NA	-28,5%	-27,4%	117
Resultado Operacional	374.768	513.383	37,0%	184.689	196.954	6,6%	985.360	1.486.514	50,9%
Margen Operacional	75,8%	78,5%	274	26,2%	31,3%	517	8,1%	11,2%	306
EBITDA	380.637	526.228	38,2%	194.064	194.924	0,4%	1.451.560	1.944.953	34,0%
Margen EBITDA	77,0%	80,5%	352	27,5%	31,0%	352	11,9%	14,6%	267

⁽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 4Q25

ESTADO DE RESULTADOS	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	4Q24	4Q25	Var. %	4Q24	4Q25	Var. %	4Q24	4Q25	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)		
Ingresos por intereses y reajustes	219.438	242.429	10,5%	291.883	302.094	3,5%	265.876	269.306	1,3%
Gastos por intereses y reajustes	(35.746)	(30.892)	-13,6%	(40.114)	(35.511)	-11,5%	(121.952)	(107.458)	-11,9%
Ing. netos por intereses y reajustes	183.692	211.538	15,2%	251.769	266.583	5,9%	143.924	161.848	12,5%
Ingresos por comisiones	53.565	66.779	24,7%	80.143	90.403	12,8%	122.205	135.937	11,2%
Gastos por comisiones	(29.678)	(38.473)	29,6%	(7.716)	(10.443)	35,3%	(23.528)	(24.927)	5,9%
Ing. netos por comisiones	23.888	28.306	18,5%	72.427	79.961	10,4%	98.677	111.011	12,5%
Ut. neta de operaciones financieras	6.783	6.711	-1,1%	7.910	9.425	19,2%	3.291	179	-94,6%
Otros ing. operacionales netos	4.694	2.706	-42,3%	1.860	635	-65,9%	18.159	2.379	-86,9%
Ingreso Operacional	219.056	249.261	13,8%	333.965	356.604	6,8%	264.051	275.417	4,3%
Costo por Riesgo de Crédito	(47.483)	(87.051)	83,3%	(112.838)	(114.306)	1,3%	(108.032)	(61.905)	-42,7%
Gasto Operacional	(120.195)	(126.033)	4,9%	(178.579)	(202.190)	13,2%	(145.641)	(163.061)	12,0%
Resultado Operacional	51.378	36.178	-29,6%	42.549	40.108	-5,7%	10.378	50.452	386,1%
Ganancia / (Pérdida) Neta	41.411	28.440	-31,3%	32.509	29.600	-8,9%	4.642	34.888	651,6%
Eficiencia	54,9%	50,6%		53,5%	56,7%		55,2%	59,2%	

Acumulado 12M25

ESTADO DE RESULTADOS	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	12M24	12M25	Var. %	12M24	12M25	Var. %	12M24	12M25	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)		
Ingresos por intereses y reajustes	861.591	940.989	9,2%	1.182.166	1.201.417	1,6%	1.179.203	1.044.142	-11,5%
Gastos por intereses y reajustes	(165.815)	(130.294)	-21,4%	(191.025)	(149.116)	-21,9%	(585.410)	(440.881)	-24,7%
Ing. netos por intereses y reajustes	695.776	810.695	16,5%	991.141	1.052.301	6,2%	593.794	603.262	1,6%
Ingresos por comisiones	194.852	240.635	23,5%	321.821	338.652	5,2%	459.533	525.913	14,4%
Gastos por comisiones	(100.382)	(129.083)	28,6%	(30.279)	(35.128)	16,0%	(92.153)	(86.944)	-5,7%
Ing. netos por comisiones	94.469	111.552	18,1%	291.541	303.524	4,1%	367.380	438.969	19,5%
Ut. neta de operaciones financieras	40.691	29.852	-26,6%	27.074	38.105	40,7%	13.538	3.404	-74,9%
Otros ing. operacionales netos	10.236	7.484	-26,9%	11.709	8.156	-30,3%	62.095	13.740	-77,9%
Ingreso Operacional	841.173	959.584	14,1%	1.321.465	1.402.086	6,1%	1.036.807	1.059.375	2,2%
Costo por Riesgo de Crédito	(181.402)	(242.767)	33,8%	(597.400)	(461.361)	-22,8%	(503.341)	(246.445)	-51,0%
Gasto Operacional	(411.380)	(416.724)	1,3%	(643.167)	(736.716)	14,5%	(561.393)	(598.058)	6,5%
Resultado Operacional	248.391	300.093	20,8%	80.898	204.010	152,2%	(27.926)	214.872	NA
Ganancia / (Pérdida) Neta	194.026	230.804	19,0%	64.797	153.301	136,6%	(21.578)	134.575	NA
Eficiencia	48,9%	43,4%		48,7%	52,5%		54,1%	56,5%	

3. NEGOCIO FINANCIERO – PRINCIPALES INDICADORES

Banco Falabella: Balance

PRINCIPALES CUENTAS DEL BALANCE	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	dic-24	dic-25	Var. %	dic-24	dic-25	Var. %	dic-24	dic-25	Var. %
	(MM CLP)	(MM CLP)		(M PEN)	(M PEN)		(MM COP)	(MM COP)	
Efectivo y depósitos en bancos	295.991	427.845	44,5%	784.742	805.642	2,7%	524.346	337.063	-35,7%
Activos Financieros	1.358.491	1.130.365	-16,8%	560.604	519.331	-7,4%	499.581	544.242	8,9%
Colocaciones brutas	4.132.267	4.910.417	18,8%	3.526.122	3.812.776	8,1%	4.892.053	5.439.490	11,2%
Provisiones	(221.818)	(290.699)	31,1%	(311.931)	(372.190)	19,3%	(335.178)	(294.044)	-12,3%
Colocaciones netas	3.910.449	4.619.718	18,1%	3.214.191	3.440.586	7,0%	4.556.875	5.145.446	12,9%
Total Activos	6.784.759	7.233.403	6,6%	5.034.304	5.240.070	4,1%	6.121.554	6.494.910	6,1%
Depósitos a la vista	1.645.300	1.912.894	16,3%	1.031.166	1.660.435	61,0%	1.197.632	1.127.024	-5,9%
Depósitos a plazo	2.021.464	2.163.113	7,0%	2.388.025	1.806.590	-24,3%	3.652.553	3.775.507	3,4%
Total depósitos	3.666.764	4.076.007	11,2%	3.419.191	3.467.025	1,4%	4.850.185	4.902.530	1,1%
Otras obligaciones financieras	43.976	38.459	-12,5%	246.960	294.608	19,3%	0	150.218	-
Total Pasivos	5.611.576	6.114.805	9,0%	4.074.464	4.106.319	0,8%	5.306.148	5.545.794	4,5%
Patrimonio (stock)	1.173.183	1.118.598	-4,7%	959.841	1.133.751	18,1%	815.406	949.116	16,4%
Total Pasivos + Patrimonio	6.784.759	7.233.403	6,6%	5.034.304	5.240.070	4,1%	6.121.554	6.494.910	6,1%
ROAE	17,4%	20,3%		7,1%	14,6%		-2,7%	15,2%	
ROAA	2,9%	3,3%		1,4%	3,0%		-0,3%	2,2%	

Banco Falabella y Servicios Financieros México: Datos operacionales y ratios

DATOS OPERACIONALES	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia			Serv. Financieros México		
	dic-24	dic-25	Var. %	dic-24	dic-25	Var. %	dic-24	dic-25	Var. %	dic-24	dic-25	Var. %
	(MM CLP)	(MM CLP)		(M PEN)	(M PEN)		(MM COP)	(MM COP)		(M MEX)	(M MEX)	
Colocaciones brutas	4.132.267	4.910.417	18,8%	3.526.122	3.812.776	8,1%	4.892.053	5.439.490	11,2%	5.205.050	6.704.415	28,8%
Provisiones	(221.818)	(290.699)	31,1%	(311.931)	(372.190)	19,3%	(335.178)	(294.044)	-12,3%	(618.886)	(932.145)	50,6%
Cartera Vencida (+90 días)	110.367	137.656	24,7%	102.522	100.105	-2,4%	216.624	121.515	-43,9%	182.675	294.207	61,1%
Cuentas pasivas (#)	2.418.036	2.785.281	15,2%	1.381.122	921.663	-33,3%	2.434.012	2.641.288	8,5%	-	-	-
Tarjetas con saldo (#)	2.665.728	2.903.875	8,9%	911.681	1.029.590	12,9%	953.250	949.448	-0,4%	457.457	550.832	20,4%
Deuda Promedio (moneda local)	1.550.146	1.690.988	9,1%	3.868	3.703	-4,3%	5.131.973	5.729.108	11,6%	11.378	12.171	7,0%
Duration (meses)	9,5	9,8	2,9%	9,9	9,7	-1,7%	8,9	9,7	9,0%	4,7	5,2	10,7%
Sucursales (#)	87	88	1,1%	50	54	8,0%	66	66	0,0%	-	-	-
RATIOS												
Cartera Vencida / Colocaciones	2,7%	2,8%		2,9%	2,6%		4,4%	2,2%		3,5%	4,4%	
Provisiones / Cartera Vencida	2,0	2,1		3,0	3,7		1,5	2,4		3,4	3,2	
Basilea	19,3%	17,3%		21,0%	24,4%		14,2%	16,6%		21,0%	20,9%	

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

	% CMR		% Total medios de pago propios	
	4Q24	4Q25	4Q24	4Q25
Chile - Falabella	37,5%	35,9%	45,5%	43,7%
Chile - Sodimac	22,2%	23,5%	32,2%	33,3%
Chile - Tottus	14,0%	15,2%	26,7%	28,8%
Perú - Falabella, Sodimac, Tottus	31,0%	30,9%	33,4%	33,9%
Colombia - Falabella y Sodimac	18,5%	18,1%	23,5%	23,0%
México - Sodimac	11,9%	12,2%	11,9%	12,2%

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 4Q25 (MM\$)

	4Q24	% Ing.	4Q25	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	3.081.336		3.365.438		9,2%
Ingresos de Negocios Bancarios	463.268		520.265		12,3%
Total Ingresos	3.544.604	100,0%	3.885.703	100,0%	9,6%
Costo de Ventas no Bancarios	(2.005.043)		(2.161.921)		7,8%
Costo de Ventas Bancarios	(200.732)		(239.065)		19,1%
Ganancia Bruta	1.338.829	37,8%	1.484.717	38,2%	10,9%
GAV	(960.413)	-27,1%	(1.020.426)	-26,3%	6,2%
Resultado Operacional	378.416	10,7%	464.291	11,9%	22,7%
Depreciación + Amortización	(121.308)		(122.918)		1,3%
EBITDA	499.724	14,1%	587.209	15,1%	17,5%
EBITDA de Negocios no Bancarios	424.037		516.252		21,7%
EBITDA de Negocios Bancarios	75.687		70.959		-6,2%
Otras Ganancias	65.330		913.194		1297,8%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(62.961)		(78.910)		25,3%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	8.105		3.873		-52,2%
Diferencias de Cambio	1.884		14.242		655,9%
Resultado No Operacional	12.358	0,3%	852.399	21,9%	6797,5%
Resultado Antes de Impuestos	390.774	11,0%	1.316.690	33,9%	236,9%
Impuesto a la Renta	(101.047)		(303.297)		200,2%
Interés Minoritario	(69.669)		(383.089)		449,9%
Ganancia / (Pérdida) Neta	220.058	6,2%	630.304	16,2%	186,4%
	4Q24	% Ing.	4Q25	% Ing.	Var %
Ganancia / (Pérdida) sin Revaluación de Activos*	207.554	5,9%	263.485	6,8%	26,9%

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

- **Ingresos** consolidados crecieron 9,6% a/a, impulsados principalmente por el sólido desempeño de nuestros negocios, gracias a propuestas comerciales que nuestros clientes valoran. Destaca el crecimiento de Falabella Retail (+13,0% a/a) y de Tottus (+12,1% a/a), así como el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +23% a/a; +16% excl. efecto Cyber en Chile). Por su parte, el ingreso del negocio bancario creció 12,3% 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 18,2% a/a.
- **EBITDA** consolidado creció 17,5% a/a, alcanzando MM\$587.209, con un margen de 15,1% en el trimestre. Este resultado fue impulsado por una ganancia bruta 10,9% superior a la del año anterior, destacando el aporte de Falabella Retail (+MM\$69.754 a/a), Tottus (+MM\$21.833 a/a), y Mallplaza (+MM\$38.644 a/a) tras la consolidación de los activos en Perú. A su vez, los GAV crecieron 6,2% a nivel consolidado (~3% a tipo de cambio constante), lo que nos permite seguir mejorando la eficiencia operativa y rentabilizando nuestras operaciones.
- Por su parte, el resultado no operacional se vio impactado positivamente, principalmente por la mayor revalorización de las propiedades de inversión en 4Q25 (+MM\$859.628 vs 4Q24). Como resultado de lo anterior, la **utilidad neta** alcanzó los MM\$630.304 en el trimestre (MM\$263.485 excluyendo el efecto neto de la revalorización de las propiedades de inversión).

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 4Q25 (MM\$)

Sodimac⁽⁹⁾

	Sodimac		
	4Q24	4Q25	(%, pbs)
Ingresos	1.006.701	1.031.852	2,5%
Ganancia Bruta	316.490	333.631	5,4%
Margen Bruto	31,4%	32,3%	89
GAV	(281.527)	(291.940)	3,7%
GAV / Ingresos	-28,0%	-28,3%	(33)
Resultado Operacional	34.963	41.691	19,2%
Margen Operacional	3,5%	4,0%	57
EBITDA	79.195	88.574	11,8%
Margen EBITDA	7,9%	8,6%	72

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 2,5% a/a, con crecimientos en Chile de 2,7% a/a (SSS de +1,5%) y en Perú de 15,6% a/a (+7,6% a/a en moneda local y SSS de +5,9%), en un entorno aún desafiante para el sector de la construcción. Esto fue contrarrestado parcialmente por Argentina (-49,2% a/a), por efectos de tipo de cambio y por la aplicación de la norma IAS 29 (+29,7% a/a en moneda local).
- Chile: el crecimiento en ventas se explicó principalmente por el cliente Retail, cuyas transacciones aumentaron ~6%. En términos de categorías, destacaron las de Hogar, Terminaciones y Jardín/Temporada. Adicionalmente, se reforzaron las iniciativas con foco en el cliente PRO, impulsando un aumento de 9% a/a en su frecuencia de compra, mientras que se reforzaron campañas dirigidas a este segmento de clientes con impactos positivos en las categorías de Herramientas y Electricidad.
- Perú: las ventas registraron un crecimiento impulsado principalmente por las categorías de Hogar, Jardín/Temporada y Terminaciones, destacando el crecimiento en clientes Retail (+10% a/a) y PRO (+7% a/a), en un contexto de mayor liquidez producto de los retiros de fondos de pensiones. Además, continuamos avanzando en la transformación de tiendas Maestro hacia el formato Sodimac, terminando 5 remodelaciones durante el periodo.
- Nuestro e-commerce continuó avanzando en su estrategia de consolidarse como una *superstore* especialista, con un crecimiento de 10% a/a y una penetración de ventas del 19%, excluyendo efecto Cyber en Chile.

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanzó 32,3% (+89 pb vs 4Q24), con aumentos en los niveles de márgenes en Chile (+131 pb vs 4Q24) y Perú (+132 pb vs 4Q24) principalmente por el crecimiento de ventas en categorías de temporada que tienen un mejor nivel de margen, así como una mayor penetración de nuestras marcas propias.
- En términos de GAV, observamos un crecimiento de 3,7% a/a, con un alza de 6,6% a/a en Chile, principalmente en remuneraciones, en un contexto de mayores exigencias normativas derivadas de la reforma de pensiones y aumento de sueldo mínimo. En Perú, el GAV crece 14,5% a/a, explicado principalmente por efectos de conversión y, en menor magnitud, por el aumento en gasto por depreciación por activación del CAPEX de tiendas Maestro transformadas. Esto fue compensado parcialmente por Argentina, por efectos de tipo de cambio y por la aplicación de la norma IAS 29.

⁽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 4Q25 (MM\$)

Falabella Retail

	Falabella Retail		
	4Q24	4Q25	(%, pbs)
Ingresos	1.191.570	1.346.085	13,0%
Ganancia Bruta	462.484	532.238	15,1%
Margen Bruto	38,8%	39,5%	73
GAV	(354.661)	(397.687)	12,1%
GAV / Ingresos	-29,8%	-29,5%	22
Resultado Operacional	107.823	134.551	24,8%
Margen Operacional	9,0%	10,0%	95
EBITDA	146.051	170.950	17,0%
Margen EBITDA	12,3%	12,7%	44

Ingresos

- Los ingresos consolidados crecieron 13,0% a/a, donde Chile creció 8,2% a/a, Perú 20,3% a/a (+14,4% a/a en moneda local) y Colombia 16,6% a/a (+6,1% a/a en moneda local). Este desempeño continuó impulsado por nuestra estrategia multiespecialista, consolidando la experiencia omnicanal.
- Chile: las ventas SSS crecieron 4,1% a/a, impulsado por la exitosa temporada navideña, pese a una alta base comparable derivada del mayor flujo de turistas registrado el año anterior (+2 pp de *share* en tiendas en 4Q24). Por su parte, el canal online mostró un crecimiento relevante, impulsado por grandes eventos de e-commerce, destacando el crecimiento de las ventas de *sellers* en categorías de Tecnología, Calzado y Vestuario.
- Perú: las ventas SSS crecieron 11,4% a/a en el periodo. Destaca el crecimiento en las categorías de Vestuario y Tecnología tanto en el canal físico como online. Asimismo, ambos canales se vieron impulsados por la mayor liquidez producto de los retiros de fondos de pensiones en la última parte del año.
- Colombia: las tiendas tuvieron un crecimiento de SSS de 10,6% en el periodo. Destaca el crecimiento en las categorías de Vestuario y Tecnología tanto en el canal físico como online, ambos canales impulsados por propuestas diferenciadas a través de distintas campañas y colaboraciones.
- Durante el trimestre, el e-commerce de Falabella Retail creció 18% a/a, alcanzando una penetración online de 40% (+2 pp a/a), ambos a bases comparables. Lo anterior, impulsado por grandes eventos de e-commerce en la región, destacando la mayor participación de *sellers*, mejoras logísticas y una mayor velocidad de entrega que fortalecieron la capacidad del canal para capturar demanda en momentos de alta actividad comercial.

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanzó 39,5% (+73 pb vs 4Q24), con mejoras en los niveles de márgenes en Chile (+111 pb vs 4Q24) y Perú (+77 pb vs 4Q24), y sin variación significativa en Colombia. Estos, se vieron impactados positivamente por menores niveles de promocionalidad, apalancado de un mejor desempeño del canal online.
- Los GAV crecieron 12,1% a/a a nivel consolidado. En Chile (+9,4% a/a), el aumento se explica por mayores gastos asociados al incremento en ventas y por la apertura de la nueva tienda en Viña del Mar. En el caso de Perú (+16,3% a/a) el aumento de gasto se explicó principalmente por mayores gastos en publicidad y por efectos de conversión, mientras que en Colombia (+17,2% a/a) el alza proviene del aumento del gasto variable asociado al mayor nivel de ventas, también afectado por un efecto cambiario adverso. Dado lo anterior, el margen EBITDA consolidado alcanzó 12,7% (+44 pb vs 4Q24), mostrando mejoras en dicho indicador, tanto Chile (10,1%, +38 pb a/a) como Perú (14,9%, +103 pb a/a) apalancados en las mejoras operacionales del canal online.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 4Q25 (MM\$)

Tottus⁽⁹⁾

	Tottus		
	4Q24	4Q25	(%, pbs)
Ingresos	688.522	771.628	12,1%
Ganancia Bruta	177.322	199.155	12,3%
Margen Bruto	25,8%	25,8%	6
GAV	(151.139)	(156.788)	3,7%
GAV / Ingresos	-22,0%	-20,3%	163
Resultado Operacional	26.183	42.367	61,8%
Margen Operacional	3,8%	5,5%	169
EBITDA	53.787	69.429	29,1%
Margen EBITDA	7,8%	9,0%	119

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 12,1% a/a, donde Chile creció 6,7% a/a (SSS de +6,5%), mientras que Perú creció 15,7% a/a (+8,2% a/a en moneda local y SSS de +7,8%).
 - Chile: las ventas del segmento *food*, que representaron +90% del mix de ventas en el trimestre, crecieron 8% a/a, destacando las categorías de Abarrotes y Carnes, 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 las transacciones (+8% a/a) y la frecuencia de compra vs el 4Q24.
 - Perú: en moneda local, las ventas del segmento *food* crecieron 7% a/a. Respecto al segmento *non-food*, que representa ~30% de las ventas, creció 12% a/a en moneda local, principalmente en la categoría de Electrohogar, impulsado también por una mayor liquidez producto de los retiros de fondos de pensiones.
- El e-commerce continuó con un desempeño positivo, creciendo 19% a/a y alcanzando una penetración online de 6% (+59 pb vs 4Q24), excl. efecto Cyber en Chile, apalancándose de los grandes eventos de e-commerce del periodo y festividades.

Resultado Operacional

- Durante el trimestre alcanzamos un margen EBITDA de 9,0% (+119 pb vs 4Q24), donde el EBITDA creció 27,8% a/a en Chile y 29,8% a/a en Perú. Los márgenes brutos se mantuvieron estables en la región, en un contexto de seguir mejorando nuestra imagen de precio, principalmente gracias a mejoras en las propuestas de valor y campañas con nuestros socios comerciales.
- En términos de GAV, vimos un crecimiento de 3,7% a/a a nivel consolidado y se diluye nuestro GAV / Ingresos en 163 pb vs 4Q24.

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

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 4Q25 (MM\$)

Banco Falabella

	Banco Falabella		
	4Q24	4Q25	(%, pbs)
Ingresos	463.268	520.265	12,3%
Ganancia Bruta	262.536	281.200	7,1%
Margen Bruto	56,7%	54,0%	(262)
GAV	(198.121)	(221.778)	11,9%
GAV / Ingresos	-42,8%	-42,6%	14
Resultado Operacional	64.415	59.422	-7,8%
Margen Operacional	13,9%	11,4%	(248)
EBITDA	75.687	70.959	-6,2%
Margen EBITDA	16,3%	13,6%	(270)

Ingresos

- Nuestra estrategia de construir el banco digital líder de la región Andina continúa avanzando, con ingresos consolidados que crecieron 12,3% en el periodo.
 - Chile: la cartera creció 18,8% a/a, lo que sumado a menores niveles de costo de fondeo por 1) aumento de los saldos vistas (+16,3% a/a), en línea con nuestra estrategia de principalidad y, 2) menores tasas, nos permitió aumentar los ingresos netos por intereses y reajustes en 15,2% a/a. Además, los ingresos netos por comisiones crecieron 18,5% a/a, por mayor principalidad de nuestros productos y aumento en los niveles de transaccionalidad.
 - Perú: la cartera creció 8,1% a/a en moneda local, lo cual, junto con menores costos de fondeo, permitió que los ingresos netos por intereses y reajustes aumentaran 5,9% a/a en moneda local. Por su parte, los ingresos netos por comisiones crecieron 10,4% en el periodo.
 - Colombia: la cartera creció 11,2% a/a en moneda local, mientras que los ingresos netos por intereses y reajustes aumentaron 12,5% a/a en moneda local, principalmente por un menor costo de fondeo. Por su parte, los ingresos netos por comisiones crecieron 12,5% a/a en moneda local, en línea con el ajuste de su estrategia de diversificación de ingresos.

Resultado Operacional

- El margen bruto decreció alcanzando un 54% (-262 pb vs 4Q24), explicado principalmente por la normalización en Chile del costo de riesgo medido como porcentaje de la cartera, que convergió hacia niveles más alineados con su promedio histórico, manteniendo un ratio de NPL estable a/a. Por su parte, Perú y Colombia mostraron avances en sus indicadores de mora, reduciendo sus NPL a/a a 2,6% y 2,2%, respectivamente.
- En términos de GAV observamos un crecimiento de 11,9% a/a. Por país, Chile aumentó 4,9% a/a, Perú creció 22,2% a/a (+13,2% a/a en moneda local) y Colombia 23,9% a/a (+12,0% a/a en moneda local). En Chile, el mayor gasto responde principalmente a inversiones en tecnología y a iniciativas de fidelización. En Perú, el incremento provino de mayores gastos en programas de fidelización y campañas publicitarias, en línea con la estrategia de posicionamiento. Finalmente, en Colombia, el crecimiento del gasto se explica en gran medida por un mayor desembolso en capacidades digitales.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 4Q25 (MM\$)

Mallplaza

	Plaza S.A.		
	4Q24	4Q25	(%, pbs)
Ingresos	140.528	173.705	23,6%
Ganancia Bruta	129.213	167.857	29,9%
Margen Bruto	91,9%	96,6%	469
GAV	(22.546)	(30.203)	34,0%
GAV / Ingresos	-16,0%	-17,4%	(134)
Resultado Operacional	106.667	137.654	29,1%
Margen Operacional	75,9%	79,2%	334
EBITDA	108.313	140.998	30,2%
Margen EBITDA	77,1%	81,2%	410

Ingresos

- Los ingresos consolidados de Mallplaza suben 23,6% a/a, impulsado principalmente por la consolidación de la 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 una activa gestión comercial que incluyó renovaciones, nuevos contratos y aperturas de tiendas, junto con mayores ingresos por arriendos indexados y el dinamismo del negocio de parking.
- La solidez y el atractivo de nuestra propuesta de valor, se ve reflejada en nuestros cerca de 2,4 millones de m² de GLA, con tasa de ocupación de 96% y en las más de 106 millones de personas que nos visitaron durante el trimestre.

Resultado Operacional

- El margen EBITDA alcanzó 81,2% (+410 pb vs 4Q24), explicado por mejores niveles de margen bruto (+469 pb vs 4Q24), gracias a un sólido desempeño en ingresos y una mayor eficiencia en el gasto común. El GAV creció 34,0% a/a, principalmente por la consolidación de la operación en Perú.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 12M25 (MM\$)

	12M24	% Ing.	12M25	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	10.322.104		11.342.386		9,9%
Ingresos de Negocios Bancarios	1.842.262		1.973.329		7,1%
Total Ingresos	12.164.366	100,0%	13.315.715	100,0%	9,5%
Costo de Ventas no Bancarios	(6.830.807)		(7.370.629)		7,9%
Costo de Ventas Bancarios	(878.167)		(815.781)		-7,1%
Ganancia Bruta	4.455.392	36,6%	5.129.305	38,5%	15,1%
GAV	(3.470.032)	-28,5%	(3.642.791)	-27,4%	5,0%
Resultado Operacional	985.360	8,1%	1.486.514	11,2%	50,9%
Depreciación + Amortización	(466.200)		(458.439)		-1,7%
EBITDA	1.451.560	11,9%	1.944.953	14,6%	34,0%
EBITDA de Negocios no Bancarios	1.150.669		1.502.931		30,6%
EBITDA de Negocios Bancarios	300.891		442.024		46,9%
Otras Ganancias	195.718		1.367.763		598,8%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(310.972)		(308.608)		-0,8%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	25.687		31.358		22,1%
Diferencias de Cambio	(2.549)		44.438		NA
Resultado No Operacional	(92.116)	-0,8%	1.134.951	8,5%	NA
Resultado Antes de Impuestos	893.244	7,3%	2.621.465	19,7%	193,5%
Impuesto a la Renta	(257.840)		(637.150)		147,1%
Interés Minoritario	(154.461)		(636.838)		312,3%
Ganancia / (Pérdida) Neta	480.943	4,0%	1.347.477	10,1%	180,2%
	12M24	% Ing.	12M25	% Ing.	Var %
Ganancia / (Pérdida) sin Revaluación de Activos*	435.618	3,6%	813.273	6,1%	86,7%

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

- Los **ingresos** consolidados crecieron 9,5% a/a, impulsados principalmente por el sólido desempeño de nuestros retailers, gracias a una propuesta comercial atractiva y bien ejecutada, y el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +17% a/a). Falabella Retail creció 14,1% a/a, reflejo de mejoras en su propuesta comercial multiespecialista y, en menor proporción, por una mayor afluencia de turistas a nuestras tiendas en Chile que ha ido reduciendo su impacto en los últimos trimestres. De igual forma, Tottus creció 9,0% a/a, mientras que Sodimac aumentó 5,2% a/a, con crecimientos tanto en el canal físico como online. Por último, el negocio bancario creció 7,1% a/a, con colocaciones que aumentaron en todos los países.
- EBITDA** consolidado creció 34,0% a/a, alcanzando MM\$1.944.953 y un margen de 14,6%. Este resultado fue impulsado por una ganancia bruta 15,1% superior al 12M24, destacando el aporte de Falabella Retail (+MM\$241.206 a/a), producto de una menor actividad promocional, una mejor gestión de inventario y mejoras en la rentabilidad del canal online, y del negocio bancario (+MM\$193.453 a/a) gracias a un mayor nivel de colocaciones, mayores ingresos netos operacionales y menores niveles de riesgo. A su vez, los gastos de administración crecieron 5,0% a nivel consolidado.
- El resultado no operacional fue una ganancia de MM\$1.134.951, la cual se compara con una pérdida de MM\$92.116, principalmente debido a la mayor revalorización de las propiedades de inversión durante este año (+MM\$1.177.442 a/a). Con todo lo anterior, la **utilidad neta** del año alcanzó los MM\$1.347.477 (MM\$813.273 excluyendo el efecto neto de la revalorización de las propiedades de inversión).

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 12M25 (MM\$)

Sodimac⁽⁹⁾

	Sodimac		
	12M24	12M25	(%, pbs)
Ingresos	3.688.760	3.880.611	5,2%
Ganancia Bruta	1.115.614	1.193.390	7,0%
Margen Bruto	30,2%	30,8%	51
GAV	(1.057.065)	(1.107.366)	4,8%
GAV / Ingresos	-28,7%	-28,5%	12
Resultado Operacional	58.549	86.024	46,9%
Margen Operacional	1,6%	2,2%	63
EBITDA	237.046	265.918	12,2%
Margen EBITDA	6,4%	6,9%	43

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 5,2% a/a, destacando los crecimientos de Chile (+5,5% a/a) y Perú 11,5% a/a (+5,1% a/a en moneda local), en un entorno aún desafiante para el sector de la construcción. Las marcas propias continuaron ganando relevancia, aumentando en 2,5 pp su *share* de las ventas durante el año. El crecimiento en ingresos se vio contrarrestado parcialmente por Argentina que disminuyó 12,6% a/a (+47,4% a/a en moneda local).
 - Chile: los ingresos crecieron impulsados principalmente por el cliente Retail y, en menor medida, por cliente Empresa, destacando las categorías Hogar y Terminaciones.
 - Perú: los ingresos crecieron principalmente por el segmento Retail y PRO, destacando también el crecimiento de las categorías Hogar y Terminaciones. Además, avanzamos en la reconversión de tiendas Maestro hacia el formato Sodimac, las cuales han mostrado resultados positivos en crecimiento de ingresos, transformando 14 tiendas durante el año.
- Nuestro e-commerce continuó avanzando en su estrategia para consolidarse como un *superstore* especialista, registrando un crecimiento de GMV 18% durante el año, fortaleciendo la propuesta omnicanal. Tanto el sitio *standalone* como la App de Sodimac siguen ganando relevancia dentro de la experiencia digital de nuestros clientes.

Resultado Operacional

- En términos de rentabilidad, nuestro margen EBITDA alcanzó 6,9% (+43 pb vs 12M24), impulsado por mejores niveles de margen bruto (+51 pb vs 12M24) reflejo de una mejor gestión de inventario y aumento en la penetración de marcas propias (+2,5 pp vs 12M24).
- En términos de GAV vimos crecimiento de 4,8% a/a, donde Chile creció 5,9% a/a y Perú creció 9,7% a/a, este último principalmente por efectos de conversión. Esto fue compensado parcialmente por Argentina, por efectos de tipo de cambio y por la aplicación de la norma IAS 29.

⁽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 12M25 (MM\$)

Falabella Retail

	Falabella Retail		
	12M24	12M25	(%, pbs)
Ingresos	3.528.610	4.027.159	14,1%
Ganancia Bruta	1.281.981	1.523.187	18,8%
Margen Bruto	36,3%	37,8%	149
GAV	(1.245.313)	(1.336.702)	7,3%
GAV / Ingresos	-35,3%	-33,2%	210
Resultado Operacional	36.668	186.485	408,6%
Margen Operacional	1,0%	4,6%	359
EBITDA	184.404	328.749	78,3%
Margen EBITDA	5,2%	8,2%	294

Ingresos

- Los ingresos consolidados crecieron 14,1% a/a, donde Chile creció 14,1% a/a, Perú 14,7% a/a (+9,3% a/a en moneda local) y Colombia 13,2% a/a (+10,1% a/a en moneda local), reflejando el éxito de nuestra estrategia multiespecialista.
 - Chile: los ingresos crecieron, respaldado por una propuesta comercial atractiva, campañas exitosas y un fuerte impulso del canal online. Las categorías de Vestuario y Tecnología lideraron en el canal físico, mientras que por el lado de los *sellers* destacaron Tecnología, Calzado y Vestuario.
 - Perú: los ingresos crecieron, impulsados por el positivo desempeño de las tiendas y del canal online, apalancados en las categorías de Vestuario y Tecnología.
 - Colombia: los ingresos crecieron, respaldado por el buen desempeño de las categorías de Vestuario y Belleza, esta última destacó especialmente gracias a una oferta diferenciada que permitió fortalecer la propuesta de valor frente a los clientes. En el canal online, destaca Tecnología, con un mayor crecimiento por el lado de los *sellers*.
- El e-commerce tuvo un crecimiento anual de GMV de 17%, impulsado por el buen desempeño de nuestros *sellers*.

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanzó 37,8% (+149 pb vs 12M24), con mejoras en los tres países (Chile: +150 pb vs 12M24; Perú: +171 pb vs 12M24; Colombia: +107 pb vs 12M24) por menores niveles de promocionalidad, apoyado mayores eficiencias en la planificación de compras, lo que permitió reducir la antigüedad promedio de nuestros inventarios.
- En términos de GAV, crecieron 7,3% a/a a nivel consolidado, continuando con las mejoras operacionales donde la dilución de nuestro ratio GAV/ingresos mejoró en 210 pb vs 12M24 y se alcanzó un margen EBITDA consolidado de 8,2% (+294 pb vs 12M24), donde los tres países mejoraron su margen EBITDA (Chile: 6,1%, +342 pb a/a; Perú: 11,7%, +229 pb a/a; Colombia: 8,9%, +239 pb a/a), apalancados en las mejoras operacionales del canal online.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 12M25 (MM\$)

Tottus⁽⁹⁾

	Tottus		
	12M24	12M25	(%, pbs)
Ingresos	2.390.625	2.606.624	9,0%
Ganancia Bruta	611.339	675.462	10,5%
Margen Bruto	25,6%	25,9%	34
GAV	(542.371)	(578.035)	6,6%
GAV / Ingresos	-22,7%	-22,2%	51
Resultado Operacional	68.968	97.427	41,3%
Margen Operacional	2,9%	3,7%	85
EBITDA	175.593	204.109	16,2%
Margen EBITDA	7,3%	7,8%	49

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 9,0% a/a, donde Chile creció 6,1% a/a, mientras que Perú creció 11,2% a/a (+5,0% a/a en moneda local).
 - Chile: el crecimiento en ingresos fue impulsado, principalmente por las categorías de Carnes, Abarrotes, y Fiambres, Lácteos y Congelados, en línea con la estrategia de fortalecimiento de nuestro surtido y de optimización del *layout* de nuestras tiendas, con una mayor presencia de segmento *food*. Lo anterior, nos permitió aumentar el número de transacciones y la frecuencia de compra.
 - Perú: vimos crecimiento de ventas en los segmentos *food* y *non-food*, destacando las categorías de PGC Comestible y Electrohogar. En términos de formato, Precio Uno destaca con un crecimiento en ventas 9% a/a, gracias a categorías como PGC Comestible.
- El e-commerce continuó con positivo desempeño, creciendo 19% a/a, alcanzando una penetración online de 6% (+66 pb vs 12M24).

Resultado Operacional

- Durante el año alcanzamos un margen EBITDA de 7,8% (+49 pb vs 12M24), con mejoras en margen bruto (+34 pb vs 12M24), explicado por aumentos en ambos países (Perú +50 pb vs 12M24 y Chile +18 pb vs 12M24).
- En términos de GAV, vimos crecimiento de 6,6% a/a, donde Chile creció 4,0% a/a y Perú 9,0% a/a. El aumento de gastos responde principalmente a mayores presiones en remuneraciones asociadas a cambios normativos, así como a efectos operativos derivados de aperturas y cierres de tiendas durante el período.

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

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 12M25 (MM\$)

Banco Falabella

	Banco Falabella		
	12M24	12M25	(%, pbs)
Ingresos	1.842.262	1.973.329	7,1%
Ganancia Bruta	964.095	1.157.548	20,1%
Margen Bruto	52,3%	58,7%	633
GAV	(703.146)	(754.498)	7,3%
GAV / Ingresos	-38,2%	-38,2%	(7)
Resultado Operacional	260.949	403.050	54,5%
Margen Operacional	14,2%	20,4%	626
EBITDA	300.891	442.024	46,9%
Margen EBITDA	16,3%	22,4%	607

Ingresos

- Nuestra estrategia de construir el banco digital líder de la región Andina continuó avanzando, con ingresos consolidados que crecieron 7,1% a/a.
 - Chile: la cartera creció 18,8% a/a, lo que sumado a menores niveles de costo de fondeo por 1) aumento de los saldos vistas (+16,3% a/a), en línea con nuestra estrategia de principalidad y, 2) menores tasas, nos permitió aumentar los ingresos netos por intereses y reajustes en 16,5% a/a. Además, los ingresos netos por comisiones crecieron 18,1% a/a, por mayor principalidad de nuestros productos y aumento en los niveles de transaccionalidad.
 - Perú: la cartera creció 8,1% a/a en moneda local. Por su parte, los ingresos netos por intereses y reajustes crecieron 6,2% a/a en moneda local, principalmente por menores gastos financieros, dado el aumento de 61% a/a en los depósitos a la vista y menores tasas.
 - Colombia: la cartera creció +11,2% a/a en moneda local, con ingresos netos por comisiones que crecieron 19,5% a/a en moneda local, en línea con el ajuste de su estrategia de diversificación de ingresos.

Resultado Operacional

- El margen bruto consolidado fue de 58,7% (+633 pb vs 12M24), explicado por un menor de costo de fondeo en todos los países, y una mejora en niveles de riesgo y mora de Perú y Colombia (NPL de 2,6% y 2,2%, respectivamente). Para el caso de Chile, vemos una convergencia a niveles de riesgo más acordes a su historia, además de un ratio de NPL que se mantuvo relativamente estable a/a. A nivel consolidado, el costo por riesgo cae 5,6% a/a, sin embargo, en Chile presenta un incremento consistente con normalización comentada previamente, mientras que en Perú y Colombia continúa disminuyendo a/a.
- En términos de GAV vimos crecimiento de 7,3% a/a, donde el banco en Chile creció 1,3% a/a, Perú creció 21,9% a/a (+14,5% a/a en moneda local) y Colombia creció 8,2% a/a (+6,5% a/a en moneda local). En el caso de Perú, el gasto crece principalmente por mayores gastos en fidelización y publicidad. Para Colombia, el crecimiento provino en gran medida a mayores inversiones en tecnología y fortalecimiento de capacidades digitales.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 12M25 (MM\$)

Mallplaza

	Plaza S.A.		
	12M24	12M25	(%, pbs)
Ingresos	494.605	653.911	32,2%
Ganancia Bruta	449.836	614.856	36,7%
Margen Bruto	90,9%	94,0%	308
GAV	(75.068)	(101.473)	35,2%
GAV / Ingresos	-15,2%	-15,5%	(34)
Resultado Operacional	374.768	513.383	37,0%
Margen Operacional	75,8%	78,5%	274
EBITDA	380.637	526.228	38,2%
Margen EBITDA	77,0%	80,5%	352

Ingresos

- Los ingresos consolidados de Mallplaza crecieron 32,2% a/a, explicado principalmente por consolidación de la operación de los activos de Mallplaza y Open Plaza en Perú (la cual no tiene efecto a nivel de Falabella S.A.), junto con ajustes en el mix de arriendos, mejoras en los ingresos por indexación de contratos, mayores ingresos por parking y un crecimiento de 6,3% a/a en Same Store Rent. Durante el año, las visitas a nuestros cerca de 2,4 millones de m² de GLA superaron los 385 millones de personas, reflejando el buen desempeño operacional y la mayor atracción de nuestra propuesta comercial en la región.
- Adicionalmente, los resultados reflejan la exitosa transformación de activos estratégicos Tier A, junto con la optimización del mix comercial y la incorporación de nuevas superficies, lo que permitió capturar mayor valor por metro cuadrado e impulsar las ventas de los socios comerciales por 9% durante el año, a bases comparables.

Resultado Operacional

- El Margen EBITDA alcanzó 80,5% (+352 pb vs 12M24), explicado por mejores niveles de margen bruto (+308 pb vs 12M24), gracias a un sólido desempeño en ingresos y una mayor eficiencia en el gasto común.
- En términos de GAV, crecieron 35,2% a/a, explicados principalmente por la consolidación de gastos de los activos en Perú desde diciembre 2024, sumando a mayor gasto en beneficio a los empleados y patentes.

5. INGRESOS RETAIL (MM\$)

Trimestral 4Q25

	4Q24	4Q25	Var %	Var Moneda Local %	SSS Moneda Local %
SODIMAC					
Chile	654.713	672.232	2,7%	2,7%	1,5%
Perú	209.921	242.747	15,6%	7,6%	5,9%
Colombia	374.084	478.649	28,0%	15,6%	11,2%
México	53.375	54.879	2,8%	-3,4%	-1,8%
Brasil	69.203	67.276	-2,8%	-7,1%	-6,1%
Argentina	49.708	25.228	-49,2%	29,7%	34,2%
Uruguay	23.156	24.369	5,2%	0,9%	-0,2%
FALABELLA RETAIL					
Chile	657.357	711.175	8,2%	8,2%	4,1%
Perú	323.812	389.494	20,3%	14,4%	11,4%
Colombia	210.401	245.416	16,6%	6,1%	10,6%
TOTTUS					
Chile	279.771	298.606	6,7%	6,7%	6,5%
Perú	408.751	473.022	15,7%	8,2%	7,8%

Acumulado 12M25

	12M24	12M25	Var %	Var Moneda Local %
SODIMAC				
Chile	2.422.085	2.555.785	5,5%	5,5%
Perú	780.368	870.356	11,5%	5,1%
Colombia	1.384.575	1.632.285	17,9%	15,9%
México	197.355	196.747	-0,3%	3,6%
Brasil	274.690	256.336	-6,7%	-3,7%
Argentina	132.119	115.532	-12,6%	47,4%
Uruguay	79.498	82.602	3,9%	5,4%
FALABELLA RETAIL				
Chile	1.964.086	2.240.970	14,1%	14,1%
Perú	1.009.893	1.158.420	14,7%	9,3%
Colombia	554.631	627.769	13,2%	10,1%
TOTTUS				
Chile	1.020.814	1.082.712	6,1%	6,1%
Perú	1.369.811	1.523.912	11,2%	5,0%

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

	4Q24	% Total	4Q25	% Total	Var %	Var % (excl. efecto Cyber Chile 2024)
GMV ONLINE						
Mejoramiento del Hogar	216.760	27%	249.913	25%	15%	10%
Falabella Retail	547.318	68%	687.145	70%	26%	18%
Tottus	41.356	5%	49.951	5%	21%	19%
TOTAL GMV ONLINE	805.435	100%	987.009	100%	23%	16%

	4Q24	% Total	4Q25	% Total	Var %	Var % (excl. efecto Cyber Chile 2024)
GMV ONLINE POR PAÍS						
Chile	481.716	60%	602.800	61%	25%	14%
Perú	200.489	25%	253.888	26%	27%	27%
Colombia	86.934	11%	96.485	10%	11%	11%
Otros	36.297	5%	33.837	3%	-7%	-7%
TOTAL GMV ONLINE	805.435	100%	987.009	100%	23%	16%

	4Q24	4Q25	UDM 4Q24	UDM 4Q25
PENETRACIÓN ONLINE				
Mejoramiento del Hogar	17%	19%	15%	17%
Falabella Retail	36%	40%	39%	40%
Tottus	5%	6%	5%	6%
TOTAL	23%	26%	22%	24%

⁽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 cálculo del GMV ha sido reprocesado en Mejoramiento del Hogar, Falabella Retail y Tottus.

⁽¹³⁾ Se excluye el efecto calendario asociado al evento Cyber Monday en Chile. Este año se desarrolló 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⁾

	Diciembre 2024		Diciembre 2025	
	Superficie (m²)	Locales (#)	Superficie (m²)	Locales (#)
Sodimac	2.006.021	262	1.992.569	258
Chile	791.085	87	790.131	86
Perú	385.241	55	378.422	53
Colombia	400.729	42	400.730	42
México	132.674	15	132.674	15
Brasil	190.466	52	185.914	51
Argentina	72.207	7	72.207	7
Uruguay	33.619	4	32.491	4
Falabella Retail	675.676	105	678.886	105
Chile	300.940	44	307.359	45
Perú	196.909	35	196.909	35
Colombia	177.826	26	174.618	25
Tottus	520.501	163	516.516	162
Chile	231.018	73	222.969	71
Perú	289.483	90	293.547	91
IKEA	70.161	5	70.161	5
Chile	27.055	2	27.055	2
Colombia	43.106	3	43.106	3
Total Tiendas	3.272.359	535	3.258.131	530

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

	Diciembre 2024		Diciembre 2025	
	Superficie Arrendable (m²)	Centros Comerciales (#)	Superficie Arrendable (m²)	Centros Comerciales (#)
Mallplaza	2.340.368	37	2.352.518	37
Chile	1.448.664	17	1.458.078	17
Perú	619.716	15	617.294	15
Colombia	271.987	5	277.145	5
Open	224.146	10	166.919	9
Chile	224.146	10	166.919	9
Total Inmobiliario	2.564.514	47	2.519.437	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 diciembre 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	
	4Q24	4Q25	4Q24	4Q25	4Q24	4Q25
Días promedio de cobro	13,1	13,7	9,5	8,1	5,6	3,8
Días promedio de pago	49,4	43,9	58,4	59,2	44,4	38,1
Días de inventario	82,3	84,3	81,2	86,4	46,3	42,5

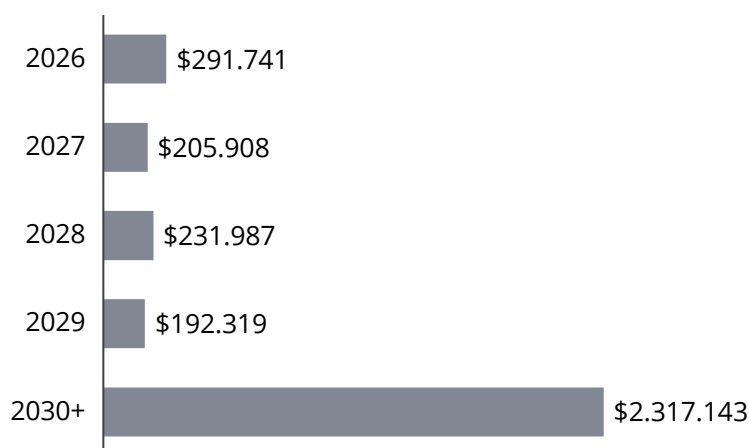
	PERÚ						COLOMBIA	
	Mejoramiento del Hogar		Falabella Retail		Tottus		Falabella Retail	
	4Q24	4Q25	4Q24	4Q25	4Q24	4Q25	4Q24	4Q25
Días promedio de cobro	5,7	4,6	3,0	2,5	2,0	2,1	5,3	3,6
Días promedio de pago	57,3	51,0	44,5	41,6	52,6	45,3	63,4	51,6
Días de inventario	105,4	101,0	89,9	81,8	49,4	45,9	85,5	85,6

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

Deuda (CLP\$ millones)	# Nota	4Q25
Total Bancos	19. a)	443.000
Total Bonos	19. a)	2.952.062
Total Otros pasivos financieros	19. a)	29.765
Otros activos financieros	4.	(185.730)
(-) Efectivo y equivalentes	3.	(1.584.721)
Deuda financiera neta		1.654.376
EBITDA (CLP\$ millones)		4Q25 UDM
EBITDA no bancario		1.502.931
Ajustes para excluir IFRS16		(225.812)
EBITDA no bancario sin IFRS16		1.277.119
Deuda financiera neta/EBITDA		1,3x

Perfil de vencimientos

Negocios no bancarios, después de derivados de cobertura



Deuda financiera: MM\$3.239.097

⁽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 calcularon utilizando la moneda local del negocio 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

	31 de diciembre 2025	31 de diciembre 2024
	M\$	M\$
ESTADO DE RESULTADOS		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Ingresos de actividades ordinarias	11.342.385.896	10.322.104.478
Costo de ventas	(7.370.628.628)	(6.830.806.341)
Ganancia bruta	3.971.757.268	3.491.298.137
Costos de distribución	(191.975.740)	(172.518.138)
Gastos de administración	(2.578.530.162)	(2.483.069.128)
Otros gastos por función	(117.786.300)	(111.299.137)
Otras ganancias	1.367.762.030	195.716.954
Ingresos financieros	78.953.013	102.808.226
Costos financieros	(335.429.574)	(350.758.042)
Participación en las ganancias de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	30.301.086	24.797.081
Diferencias de cambio	44.437.584	(2.548.839)
Resultado por unidades de reajuste	(52.130.972)	(63.021.636)
Ganancia antes de impuestos	2.217.358.233	631.405.478
Gastos por impuestos a las ganancias	(535.651.529)	(200.897.069)
Ganancia de negocios no bancarios	1.681.706.704	430.508.409
Negocios Bancarios (Presentación)		
Ingresos por intereses	1.476.334.739	1.397.917.320
Gastos por intereses	(252.735.845)	(324.767.610)
Ingreso neto por intereses	1.223.598.894	1.073.149.710
Ingresos por reajustes	30.905.664	35.532.885
Gastos por reajustes	(20.885.941)	(25.650.678)
Ingreso neto por reajustes	10.019.723	9.882.207
Ingresos por comisiones	454.764.151	382.301.650
Gastos por comisiones	(158.985.503)	(129.378.532)
Ingreso neto por comisiones	295.778.648	252.923.118
Utilidad neta de operaciones financieras	25.039.395	43.700.019
Utilidad de cambio neta	15.727.808	6.850.842
Otros ingresos operacionales	11.324.466	26.509.757
Gasto por pérdidas crediticias	(423.940.951)	(448.921.502)
Total ingreso operacional neto	1.157.547.983	964.094.151
Remuneraciones y gastos del personal	(174.065.139)	(163.384.107)
Gastos de administración	(492.031.641)	(441.720.718)
Depreciaciones y amortizaciones	(38.973.918)	(39.942.417)
Otros gastos operacionales	(49.427.624)	(58.098.399)
Total gastos operacionales	(754.498.322)	(703.145.641)
Resultado operacional	403.049.661	260.948.510
Resultado por inversiones en sociedades	1.056.927	890.322
Resultado antes de impuesto a la renta	404.106.588	261.838.832
Gastos por impuestos a las ganancias	(101.498.275)	(56.942.852)
Ganancia de negocios bancarios	302.608.313	204.895.980
Ganancia	1.984.315.017	635.404.389
Ganancia atribuible a		
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	1.347.476.767	480.943.269
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	636.838.250	154.461.120
Ganancia	1.984.315.017	635.404.389
Ganancia por acción		
Ganancia por acción básica		
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	0,537	0,192
Ganancia por acción básica	0,537	0,192
Ganancia por acción diluida		
Ganancia por acción diluida en operaciones continuadas	0,537	0,192
Ganancia por acción diluida	0,537	0,192

11. ESTADOS FINANCIEROS – BALANCE

	31 de diciembre 2025	31 de diciembre 2024
BALANCE	M\$	M\$
Activos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Activos corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	1.584.721.242	1.638.385.191
Otros activos financieros corrientes	27.200.742	161.612.835
Otros activos no financieros corrientes	129.529.902	138.663.184
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	476.643.518	496.440.453
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	22.985.797	18.134.711
Inventarios	1.697.342.138	1.684.564.942
Activos por impuestos corrientes	101.092.239	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	4.039.515.578	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	19.677.322	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	19.677.322	235.811.138
Total activos corrientes	4.059.192.900	4.464.298.404
Activos no corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	230.608.041	411.897.329
Otros activos no financieros no corrientes	63.945.131	72.096.177
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar no corrientes	71.112.179	71.282.998
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas no corrientes	28.597.688	30.909.031
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	403.644.028	381.476.705
Activos intangibles distintos de la plusvalía	215.060.749	240.019.893
Plusvalía	694.432.321	687.154.476
Propiedades, planta y equipo	3.940.815.650	3.909.695.152
Propiedad de inversión	6.379.193.359	4.893.232.252
Activos por impuestos diferidos	568.403.559	633.217.565
Total activos no corrientes	12.595.812.705	11.330.981.578
Total activos de negocios no bancarios	16.655.005.605	15.795.279.982
Activos Negocios Bancarios (Presentación)		
Efectivo y depósitos en bancos	724.988.434	623.511.756
Operaciones con liquidación en curso	65.023.499	116.883.940
Activos financieros para negociar a valor razonable con cambios en resultados	160.250.123	469.091.803
Derechos por pactos de retroventa y préstamos de valores	9.598.953	11.344.807
Instrumentos financieros de deuda	33.167.152	122.289.433
Contratos de derivados financieros	642.948.957	715.383.422
Adeudado por bancos	5.888.059	9.395.914
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Comerciales	76.314.971	73.531.841
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Vivienda	698.236.075	640.051.754
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Consumo	6.034.856.511	5.111.178.283
Activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral	1.178.948.701	998.809.575
Inversiones en sociedades	5.836.933	5.162.193
Intangibles	63.613.159	63.007.626
Activo fijo	51.909.991	48.414.576
Impuestos corrientes	26.397.348	39.365.581
Impuestos diferidos	128.447.267	144.613.865
Otros activos	251.566.653	274.523.714
Total activos negocios bancarios	10.157.992.786	9.466.560.083
Total activos	26.812.998.391	25.261.840.065

11. ESTADOS FINANCIEROS – BALANCE (CONT.)

	31 de diciembre 2025	31 de diciembre 2024
BALANCE	M\$	M\$
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Pasivos corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	333.719.401	615.774.402
Pasivos por arrendamiento corrientes	133.274.885	123.373.888
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	1.540.892.079	1.603.267.517
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	14.177.115	19.219.003
Otras provisiones corrientes	22.694.275	24.262.692
Pasivos por impuestos corrientes	53.829.982	41.711.867
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	265.866.503	233.403.736
Otros pasivos no financieros corrientes	260.960.644	230.930.270
Total pasivos corrientes	2.625.414.884	2.891.943.375
Pasivos no corrientes		
Otros pasivos financieros no corrientes	3.091.107.652	3.992.765.385
Pasivos por arrendamiento no corrientes	1.314.809.031	1.275.826.503
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar no corrientes	1.622.447	1.418.748
Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes	15.960.000	15.295.000
Otras provisiones no corrientes	21.346.297	15.384.646
Pasivos por impuestos diferidos	1.260.266.065	962.860.540
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	81.679.344	62.029.525
Otros pasivos no financieros no corrientes	90.213.034	88.988.319
Total pasivos no corrientes	5.877.003.870	6.414.568.666
Total pasivos de negocios no bancarios	8.502.418.754	9.306.512.041
Pasivos Negocios Bancarios (Presentación)		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	2.631.547.607	2.189.551.483
Operaciones con liquidación en curso	56.621.253	102.150.285
Depósitos y otras captaciones a plazo	3.556.851.079	3.489.493.252
Contratos de derivados financieros	676.704.883	748.627.973
Obligaciones con bancos	185.197.225	9.801.281
Instrumentos de deuda emitidos	330.266.588	324.850.982
Instrumentos financieros de capital regulatorio emitidos	15.017.180	19.970.764
Otras obligaciones financieras	38.458.646	43.976.226
Pasivos por arrendamiento	23.588.007	21.531.519
Impuestos corrientes	15.861.671	50.662.964
Provisiones	44.190.788	31.807.252
Otros pasivos	566.415.183	481.350.268
Total pasivos negocios bancarios	8.140.720.110	7.513.774.249
Total pasivos	16.643.138.864	16.820.286.290
Patrimonio Neto		
Capital emitido	919.419.389	919.419.389
Ganancias acumuladas	6.860.714.535	5.801.292.073
Primas de emisión	93.482.329	93.482.329
Otras reservas	98.680.968	14.173.400
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	7.972.297.221	6.828.367.191
Participaciones no controladoras	2.197.562.306	1.613.186.584
Patrimonio total	10.169.859.527	8.441.553.775
Total de patrimonio y pasivos	26.812.998.391	25.261.840.065

11. ESTADOS FINANCIEROS – ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

	31 de diciembre 2025	31 de diciembre 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	13.391.138.996	12.288.563.201
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(10.241.514.019)	(9.475.678.605)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(1.470.814.805)	(1.435.420.877)
Impuestos a las ganancias pagados	(164.312.238)	(122.517.566)
Otras salidas de efectivo	(403.312.769)	(361.038.548)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación de negocios no bancarios	1.111.185.165	893.907.605
Negocios Bancarios (Presentación)		
Utilidad consolidada del ejercicio	302.608.313	204.895.980
Cargos (abonos) a resultados que no significan movimientos de efectivo:		
Depreciaciones y amortizaciones	38.973.918	39.942.417
Provisiones por riesgo de crédito	525.589.375	569.674.025
Utilidad neta por inversiones en sociedades con influencia significativa	(1.056.927)	(890.322)
Otros cargos (abonos) que no significan movimiento de efectivo	101.498.275	56.942.852
Variación neta de intereses, reajustes y comisiones devengadas sobre activos y pasivos	(16.134.772)	(43.950.958)
Cambios en activos y pasivos que afectan al flujo operacional:		
Disminución (aumento) de derechos por pactos de retroventa y préstamos de valores	1.745.854	(500.999)
Disminución (aumento) neto en adeudado por bancos	3.507.855	(7.295.557)
Aumento en créditos y cuentas por cobrar a clientes	(1.496.739.208)	(684.392.492)
Disminución neta de instrumentos para negociación	42.245.888	37.876.983
Aumento de depósitos y otras obligaciones a la vista	441.996.124	499.836.449
Aumento (disminución) de depósitos y otras captaciones a plazo	69.996.754	(452.202.627)
Aumento (disminución) de obligaciones con bancos	71.603.840	(228.046.237)
Otras entradas de efectivo	87.505.182	133.208.967
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de la operación negocios bancarios	173.340.471	125.098.481
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación	1.284.525.636	1.019.006.086
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	-
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	-	(43.104)
Aportes realizados en asociadas	(10.782.930)	(27.073.430)
Préstamos a entidades relacionadas	(216.523)	12.916.713
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	37.077.291	36.780.259
Compras de propiedades, planta y equipo	(197.435.764)	(166.947.561)
Compras de activos intangibles	(10.037.320)	(10.273.776)
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	187.285.635	25.375.823
Compras de otros activos a largo plazo	(103.856.125)	(79.649.122)
Dividendos recibidos	36.617.647	28.307.370
Intereses recibidos	56.105.286	56.512.500
Otras entradas (salidas) de efectivo	1.185.870	(8.688.627)
Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión de negocios no bancarios	(3.668.543)	(132.782.955)
Negocios Bancarios (Presentación)		
(Aumento) disminución neta de activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral	(139.345.840)	283.344.609
Compras de activos fijos	(30.553.663)	(22.102.329)
Dividendos recibidos	491.931	614.687
Otras entradas de efectivo	25.077	461.190
Subtotal flujos de efectivo netos (utilizados en) procedentes de actividades de inversión negocios bancarios	(169.382.495)	262.318.157
Flujos de Efectivo Netos (utilizados en) procedentes de actividades de inversión	(173.051.038)	129.535.202
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	63.422.110	315.545.110
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	778.239.453	570.163.662
Total importes procedentes de préstamos	841.661.563	885.708.772
Pagos de préstamos	(1.721.545.404)	(1.152.462.098)
Dividendos pagados	(343.895.128)	(59.641.665)
Intereses pagados	(198.387.574)	(242.276.573)
Otras salidas de efectivo	(22.574.072)	(8.017.434)
Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de financiación de negocios no bancarios	(1.444.740.615)	(264.286.011)
Negocios Bancarios (Presentación)		
Rescate de letras de crédito	(8.268.234)	(9.500.173)
Emisión de bonos	24.707.185	18.266.056
Obtención (Pago) de préstamos y otros pasivos	54.049.443	(148.428.817)
Otras salidas de efectivo	(8.149.623)	(7.996.414)
Subtotal flujos de efectivo netos prodecentes de (utilizados en) actividades de financiación negocios bancarios	62.338.771	(147.659.348)
Flujos de Efectivo Netos utilizados en actividades de financiación	(1.382.401.844)	(411.945.359)
(Disminución) incremento neto en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	(270.927.246)	736.595.929
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	(9.959.300)	26.398.717
(Disminución) incremento neto de efectivo y equivalentes al efectivo	(280.886.546)	762.994.646
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	2.912.135.353	3.193.021.899

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN BALANCE

	31 de diciembre 2024	31 de diciembre 2025	Var %
	MM\$	MM\$	
Activos Corrientes No Bancarios	4.464.298	4.059.193	-9,1%
Activos No Corrientes No Bancarios	11.330.982	12.595.813	11,2%
Activos Total No Bancarios	15.795.280	16.655.006	5,4%
Activos Total Negocios Bancarios	9.466.560	10.157.993	7,3%
Activos Total	25.261.840	26.812.999	6,1%
Pasivos Corrientes No Bancarios	2.891.943	2.625.415	-9,2%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	6.414.569	5.877.004	-8,4%
Pasivos Total No Bancarios	9.306.512	8.502.419	-8,6%
Pasivos Total Negocios Bancarios	7.513.774	8.140.720	8,3%
Pasivos Total	16.820.286	16.643.139	-1,1%
Patrimonio Total	8.441.554	10.169.860	20,5%
Total Pasivo y Patrimonio Total	25.261.840	26.812.999	6,1%

Activos

El **activo corriente no bancario** disminuyó en MM\$405.105 en comparación a diciembre 2024, impulsado principalmente por una disminución en el efectivo y equivalentes al efectivo en MM\$53.664 por pago de dividendos y pago de deuda financiera, más una disminución de los activos mantenidos para la venta de MM\$216.134 en su mayoría 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\$134.412, por disminución de derivados por pago de deuda financiera.

Por su parte, el **activo no corriente no bancario** aumentó en MM\$1.264.831 explicado, en mayor parte, por el incremento del valor razonable de las propiedades de inversión en MM\$1.325.976, compensado parcialmente por una disminución en los otros activos financieros no corrientes de MM\$181.289 por disminución de derivados por pago de deuda financiera.

En **activo de los negocios bancarios** aumentó en MM\$691.433 en comparación a diciembre 2024, principalmente, debido al aumento de créditos y cuentas por cobrar a clientes por MM\$984.646 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\$180.139. Lo anterior, compensado con la disminución en los activos financieros a valor razonable con cambios en resultado en MM\$308.842.

Como resultado de lo anterior, el **activo total consolidado** aumentó en MM\$1.551.159.

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN BALANCE (CONT.)

	31 de diciembre 2024	31 de diciembre 2025	Var %
	MM\$	MM\$	
Activos Corrientes No Bancarios	4.464.298	4.059.193	-9,1%
Activos No Corrientes No Bancarios	11.330.982	12.595.813	11,2%
Activos Total No Bancarios	15.795.280	16.655.006	5,4%
Activos Total Negocios Bancarios	9.466.560	10.157.993	7,3%
Activos Total	25.261.840	26.812.999	6,1%
Pasivos Corrientes No Bancarios	2.891.943	2.625.415	-9,2%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	6.414.569	5.877.004	-8,4%
Pasivos Total No Bancarios	9.306.512	8.502.419	-8,6%
Pasivos Total Negocios Bancarios	7.513.774	8.140.720	8,3%
Pasivos Total	16.820.286	16.643.139	-1,1%
Patrimonio Total	8.441.554	10.169.860	20,5%
Total Pasivo y Patrimonio Total	25.261.840	26.812.999	6,1%

Pasivos y patrimonio

El **pasivo corriente no bancario** disminuyó en MM\$266.528 en comparación con diciembre 2024 explicado, en mayor parte, por una disminución en los otros pasivos financieros corrientes en MM\$282.055 por pago de deuda financiera, y por una disminución de las cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar en MM\$62.375 por pago a proveedores y pago de dividendos. A su vez, el **pasivo no corriente no bancario** disminuyó en MM\$537.565, principalmente por la disminución de los otros pasivos financieros no corrientes en MM\$901.658 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\$626.946, principalmente, por un aumento en depósitos y otras captaciones a plazo, depósitos y otras obligaciones a la vista 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\$177.147.

El **patrimonio total** aumentó en MM\$1.728.306 respecto de diciembre de 2024, principalmente por el resultado del ejercicio.

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN FLUJO DE EFECTIVO

	31 de diciembre 2024	31 de diciembre 2025	Var %
	MM\$	MM\$	
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	893.908	1.111.185	24,3%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	125.098	173.340	38,6%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Total	1.019.006	1.284.525	26,1%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(132.783)	(3.669)	-97,2%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	262.318	(169.382)	NA
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total	129.535	(173.051)	NA
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	(264.286)	(1.444.741)	446,7%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	(147.659)	62.339	NA
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total	(411.945)	(1.382.402)	235,6%
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	736.596	(270.928)	NA
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	26.399	(9.959)	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 ejercicio	3.193.022	2.912.135	-8,8%

El **flujo operacional no bancario** presentó un aumento de MM\$217.277, originado principalmente por mayor recaudación de clientes por MM\$1.102.576, compensado por mayores pagos a proveedores por MM\$765.835, atribuido a compras de inventario en diciembre y mayores compras durante el año actual. Por su parte, el **flujo operacional del negocio bancario** aumentó MM\$48.242, por mayor utilidad del ejercicio en los tres bancos por MM\$97.712, aumento en depósitos y captaciones a plazo por MM\$522.199, y aumento de obligaciones con bancos por MM\$299.650, compensado por aumento de clientes más provisiones de riesgo por MM\$856.431.

El **flujo de inversión no bancario** presenta una variación positiva de MM\$129.114, principalmente por mayores ventas de otros activos a largo plazo (propiedades de inversión) por MM\$161.910, en su mayoría por la venta de Open Kennedy, compensado, en parte, por mayores compras de propiedades, planta y equipo por MM\$30.488. Por su parte, el **flujo de inversión del negocio bancario** presentó una variación negativa de MM\$431.700, originada principalmente por los activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral que generaron una disminución por MM\$422.690, producto de mayores inversiones el año actual respecto a las ventas de inversiones efectuadas el año anterior.

El **flujo de financiamiento no bancario** presentó una variación negativa de MM\$1.180.455, originado principalmente por menores importes emisión de acciones por MM\$312.403 (aportes de capital de Plaza S.A. en 2024), mayores pagos de préstamos por MM\$569.083 y por mayor pago de dividendos por MM\$284.253. Por su parte, el **flujo de financiamiento del negocio bancario** presentó una variación positiva de MM\$209.998, principalmente por mayores préstamos y otros pasivos por MM\$202.478.

11. ESTADOS FINANCIEROS – DETALLE FLUJO DE EFECTIVO

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

31 de diciembre 2025					
	Mejoramiento del Hogar	Falabella Retail	Tottus	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	183.263.289	163.495.223	136.824.325	153.564.739	441.135.400
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(57.758.988)	(59.736.464)	(25.249.786)	(169.382.495)	(90.950.344)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(134.959.797)	(72.354.363)	(97.978.306)	(217.095.910)	(261.188.695)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(9.455.496)	31.404.396	13.596.233	(232.913.666)	88.996.361
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalente:	(1.814.516)	2.902.487	1.268.502	5.691.069	121.261
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	56.886.652	209.262.632	104.142.258	1.554.636.708	179.173.763
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	45.616.640	243.569.515	119.006.993	1.327.414.111	268.291.385

31 de diciembre 2024					
	Mejoramiento del Hogar	Falabella Retail	Tottus	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	129.340.146	92.886.930	116.688.015	76.769.983	300.821.681
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(16.922.172)	(23.818.363)	(17.901.559)	262.318.157	(450.303.495)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(98.943.575)	3.060.945	(78.221.848)	(153.113.573)	126.998.637
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	13.474.399	72.129.512	20.564.608	185.974.567	(22.483.177)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalente:	(4.749.299)	2.144.304	7.951.290	16.454.032	(358.708)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	48.161.552	134.988.816	75.626.360	1.352.208.109	202.015.648
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	56.886.652	209.262.632	104.142.258	1.554.636.708	179.173.763

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

31 de diciembre 2025			
	Chile	Perú	Colombia
Flujo de efectivo de actividades de operación	358.856.301	298.119.895	(35.277.830)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(253.815.935)	(34.884.661)	(20.704.935)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(309.983.100)	(197.446.964)	(1.976.704)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(204.942.734)	65.788.270	(57.959.469)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(319.422)	4.696.045	7.178.508
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	1.316.244.807	418.186.036	168.449.842
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	1.110.982.651	488.670.351	117.668.881

31 de diciembre 2024			
	Chile	Perú	Colombia
Flujo de efectivo de actividades de operación	86.646.113	404.228.805	(91.260.454)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	232.786.894	(38.026.937)	10.131.929
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(187.363.321)	(193.472.199)	68.311.514
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	132.069.686	172.729.669	(12.817.011)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(4.962.088)	28.682.110	235.855
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	1.189.137.209	216.774.257	181.030.998
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	1.316.244.807	418.186.036	168.449.842

⁽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
Patricio Fernández

E-mail

inversionistas@falabella.cl

Website

investors.grupofalabella.com

FALABELLA



+ falabella.com

SODIMAC

TOTTUS

mallplaza



Banco Falabella