

RESULTADOS

Grupo Falabella

1Q26

FALABELLA



+ falabella.com

SODIMAC

TOTTUS

mallplaza

Banco Falabella

1. COMENTARIO GERENTE GENERAL

- Durante el primer trimestre del año, **nuestro ecosistema físico-digital continuó creando valor para nuestros clientes** a través de una propuesta integrada de beneficios que potencia sinergias y permite ofrecer una experiencia superior y unificada a lo largo de todo el ecosistema. Este enfoque centrado en el cliente se tradujo en un buen desempeño y sólidos resultados a nivel consolidado, reflejando la fortaleza de nuestra estrategia y reafirmando nuestro compromiso con el crecimiento rentable y la eficiencia.
- Los **ingresos consolidados crecieron 7% a/a, mientras que nuestro EBITDA alcanzó US\$584 millones (+15% a/a), con un margen de 16,2%** (vs 15,1% en 1Q25). Por su parte, la utilidad del trimestre fue de US\$253 millones (+22% a/a).
- Banco Falabella **continuó creciendo su cartera alcanzando US\$8,3 mil millones (+18% a/a; +16% a/a a tipo de cambio constante)**, con un NPL consolidado de 2,6% (-24 pb vs. 1Q25) como resultado de una gestión efectiva de riesgo. **Nuestra propuesta de valor simple, digital y complementada con beneficios** que apalancan fuertemente el ecosistema, continúa ganado tracción, lo que se refleja en el crecimiento de compras con nuestros medios de pago (+17% a/a), con **más de 770 mil nuevas cuentas y tarjetas en el trimestre (+8% a/a)**.
- **Los tres retailers demostraron un sólido crecimiento de ingresos (+6% a/a)**, respaldado en propuestas especialistas y mejor experiencia omnicanal.
- Falabella Retail creció 8% a/a, impulsado principalmente por el mayor dinamismo en Perú y Colombia, apoyado en el avance de su pilar estratégico "Lo Último, Primero en Falabella", con más de 60 marcas exclusivas que llegaron por primera vez a la región a través de Falabella, y fortaleciendo la oferta de las mejores marcas, alcanzado un EBITDA 16% superior al 1Q25.
- Por su lado, Sodimac aumentó su EBITDA en 3% a/a, durante el 1Q26, manteniendo un margen EBITDA de 8,1%, junto con un crecimiento en ingresos de 2% a/a, a pesar de un entorno desafiante para el sector de la construcción. Este desempeño refleja la resiliencia de su propuesta especialista, apoyada en el fortalecimiento del e-commerce, marcas propias y foco en cliente PRO.
- Tottus creció 9% a/a, impulsado por el desempeño de la categoría *food* en Chile y el mayor dinamismo en Perú, apalancado en nuestra propuesta con foco en calidad y precios accesibles, y mejoras de *layout* en las tiendas.
- El GMV de nuestros canales digitales **creció 21% a/a, impulsado por un crecimiento de 40% en ventas 3P (sellers)**, apoyado en mejoras relevantes en velocidad de entrega y experiencia digital, y con mayor surtido, lo que permitió fortalecer de manera continua la propuesta de valor y sostener crecimientos a doble dígito en todos los negocios.
- **Mallplaza registró un crecimiento de 5% en EBITDA, impulsado por más de 95 millones de visitas** durante el trimestre y un aumento de 5% en *Same Store Rent*, reflejando la solidez operativa del negocio. Asimismo, avanzamos en nuestro plan de expansión y transformación de activos, con foco en elevar la calidad del portafolio hacia aproximadamente un 70% en estándares *Tier A*.
- Durante el trimestre, **S&P Global Ratings elevó nuestra calificación de riesgo a BBB- (grado de inversión con perspectiva estable)**, sumándose a la mejora previamente realizada por Fitch Ratings, reflejando el desempeño sostenido y la disciplina financiera de la compañía.
- Hacia adelante, en un escenario marcado por tensiones geopolíticas, mantendremos una **ejecución firme de la estrategia, fortaleciendo nuestro ecosistema como principal fuente de diferenciación y creación de valor para el cliente**. Continuaremos con un foco claro en aumentar la flexibilidad operativa y logística, junto a una disciplina financiera que nos permita seguir creando valor sostenible para nuestros accionistas, clientes y colaboradores.

Principales Indicadores 1Q26 (US\$)


 **37 MM**
Clientes Ecosistema

 **\$584 MM**
EBITDA
(16,2% margen)


 **528 / 46**
Tiendas / Malls
(-3 a/a; -1 a/a)

 **21 MM**
Participantes Loyalty

 **\$253 MM**
Utilidad Neta
(7,0% margen)

 **\$805 MM**
GMV Online Ecosistema
(+21% a/a)

 **\$3.601 MM**
Ingresos (+7% a/a)

 **\$8,3 BN**
Cartera de Colocaciones
(+18% a/a)

FALABELLA

Alejandro González Dale
Gerente General Grupo Falabella

2. EXPLICACIONES RESULTADOS 1Q26 (US\$ MM)^{(1),(2),(3)}

	1Q25	% ingresos	1Q26	% ingresos	Var (%)
VENTAS GMV TOTALES					
Ventas GMV Totales	3.231		3.443		7%
Ventas GMV Online (1P + 3P)	665		805		21%
Ventas GMV Totales Tiendas Físicas	2.566		2.638		3%
ESTADO DE RESULTADOS					
Ingresos Negocios No Bancarios	2.861	84,9%	2.982	82,8%	4%
Ingresos Negocios Bancarios	510	15,1%	619	17,2%	21%
Total Ingresos	3.371	100,0%	3.601	100,0%	7%
Ganancia Bruta	1.295	38,4%	1.418	39,4%	10%
GAV	(906)	-26,9%	(958)	-26,6%	6%
EBITDA	508	15,1%	584	16,2%	15%
Utilidad Neta	207	6,1%	253	7,0%	22%
BALANCE					
Caja (negocios no bancarios)	1.159		1.972		70%
Cartera de Créditos Bruta	7.011		8.296		18%
Deuda Financiera Neta (excl. bancos)	2.807		1.636		-42%

Ingresos US\$3.601 MM +7% a/a

- Los **ingresos** consolidados aumentaron 7% 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 (+8% a/a) y Tottus (+9% a/a), así como el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +21% a/a). Por su parte, el ingreso del negocio bancario creció 21% a/a, gracias al aumento a nivel consolidado tanto de los ingresos por intereses, como de los ingresos por comisiones, que incluyen la gestión de comisiones y gastos asociados al servicio de administración de la tarjeta CMR en Chile bajo Banco Falabella, además de un buen desempeño de la cartera de colocaciones que creció 18% a/a, a nivel consolidado.

EBITDA US\$584 MM +15% a/a

- EBITDA** consolidado creció 15% a/a, alcanzando US\$584 MM, con un margen de 16,2% (+113 pb vs 1Q25) en el trimestre. Este resultado fue impulsado por una ganancia bruta 10% superior a la del año anterior, destacando el aporte de los negocios bancarios (+US\$83 MM a/a) y de Falabella Retail (+US\$34 MM a/a). 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\$253 MM +22% a/a

- Por su parte, el resultado no operacional registró una pérdida de US\$41 MM, la que se compara con una pérdida de US\$66 MM en 1Q25, decreciendo a/a principalmente por un menor gasto financiero neto, consecuencia de un nivel de deuda más bajo. Como resultado de lo anterior, la **utilidad neta** alcanzó los US\$253 MM en el trimestre (+US\$46 MM vs 1Q25).

⁽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.

⁽²⁾ Desde el 1 de enero de 2026, se incorpora una reclasificación asociada al programa de Loyalty, desde gastos operacionales a costo operacional, con impacto transversal en todos los negocios, el segmento Otros y el consolidado, sin efecto en el desempeño económico subyacente ni en la última línea; para efectos de comparabilidad, el período 2025 se presenta ajustado retroactivamente en este reporte.

⁽³⁾ Desde el 1 de enero de 2026, Banco Falabella Chile, a través de la sociedad Promotora Falabella CMR comenzó a gestionar las actividades relacionadas a la administración de la operación mensual de la tarjeta de crédito, que anteriormente se gestionaban dentro del Grupo bajo el segmento "Otros".

3. AVANCES EN NEGOCIOS

Ingresos

US\$ 969 MM

Falabella Retail
(+8% a/a)

Ingresos

US\$ 1.640 MM

Mejoramiento Hogar⁽⁴⁾
(+7% a/a)

GMV Online

US\$ 805 MM

GMV Online Ecosistema
(+21% a/a)

50%

Entregas *Click & Collect*
(+413 pb a/a)

⁽⁴⁾ Incluye las operaciones de Sodimac Colombia y México, que no consolidan en los Estados Financieros.

FALABELLA RETAIL

- Seguimos fortaleciendo nuestra propuesta de valor omnicanal en nuestras cinco categorías especialistas: Vestuario, Belleza, Calzado, Tecnología y Hogar, ampliando el surtido con la incorporación de más de 60 nuevas marcas exclusivas en la región durante el trimestre, con foco en *K-Beauty* y marcas europeas de temporada.
- Las marcas propias siguieron ganando relevancia, impulsadas por una mayor velocidad de desarrollo, que permitió reducir el ciclo de compra y aumentar en 30% los lanzamientos de nuevas colecciones. En paralelo, la alta penetración de marcas propias y exclusivas, que alcanzó 59% de las ventas de Vestuario, continúa diferenciando nuestra propuesta de valor y contribuyendo a un crecimiento sostenido en ventas y margen.
- Nuestra estrategia omnicanal continua ganando fuerza, con un GMV online creciendo 23% a/a y aumentando la participación de ventas 3P acercándose al 50%, reflejo del fortalecimiento de nuestra propuesta omnicanal.
- Continuamos robusteciendo nuestras operaciones logísticas, lo que nos permitió despachar 35% de las entregas en menos de 24 horas y alcanzar una participación de retiro en nuestras tiendas, sin costo para el cliente, de más de 55% del total, reforzando nuestra propuesta de conveniencia y experiencia para el cliente.

MEJORAMIENTO DEL HOGAR

- Sodimac registró un crecimiento de ingresos de 2% a/a, avanzando en la integración de tiendas físicas y capacidades digitales, con foco en fortalecer la propuesta para el cliente PRO y capturar nuevas oportunidades de crecimiento en la región.
- El e-commerce mantuvo su tracción, con un GMV online que creció 17% a/a con una penetración online de 17% (vs 15% en 1Q25), apoyado en mejoras en personalización, recomendación y experiencia de usuario. Por su parte, continuamos con la incorporación de nuevos *sellers*, aumentando la participación de *sellers* híbridos, ampliando así nuestro surtido.
- Las marcas propias continuaron ganando relevancia, superando el 30% de participación en ventas (+2,4 pp vs. 1Q25), reforzando nuestra diferenciación y competitividad en precios, con un impacto positivo en la rentabilidad del negocio.
- En logística, implementamos un nuevo software de IA para la gestión de inventarios y abastecimiento, alcanzando niveles históricos de disponibilidad en tiendas. En paralelo, seguimos fortaleciendo el despacho *express*, consolidándolo como diferenciador clave en las principales capitales regionales.



3. AVANCES EN NEGOCIOS

TOTTUS

- Tottus registró un crecimiento de ingresos de 9% a/a mejorando nuestra participación de mercado sobre 30 pb tanto en Chile como en Perú, impulsado por una propuesta enfocada en calidad y precios accesibles, un surtido ampliado y mejoras continuas en el *layout* y la experiencia en tienda. A nivel consolidado, el EBITDA creció en 37,8% a/a, alcanzando US\$62 millones, impulsado por mejores relaciones con nuestros socios comerciales y políticas de gastos eficientes.
- El canal online consolidado continuó creciendo (+26% a/a), aumentando la penetración online en 82 pb vs 1Q25, apoyado en el buen desempeño tanto de la App como del sitio web. En Chile, destacó el crecimiento del e-commerce y la categoría *food*, mientras que en Perú destaca el mayor dinamismo de las categorías *non-food* y *food* en los formatos Tottus y Precio Uno.
- Adicionalmente, durante el trimestre continuamos avanzando en el lanzamiento de la nueva propuesta de marcas propias en Chile (52 SKUs) y Perú (68 SKUs), reforzando atributos de calidad, accesibilidad y diferenciación con un enfoque moderno, fortaleciendo la propuesta de valor para los clientes.
- Asimismo, se continuó fortaleciendo la experiencia y la omnicanalidad mediante iniciativas de digitalización, como el pago con Puntos + Pesos en *self-checkout* en Chile, que permitió duplicar los canjes, y la unificación del surtido online en Perú, mejorando la experiencia del cliente.

MALLPLAZA

- Durante el trimestre logramos un crecimiento de 5,1% en *Same Store Rent*, superando la inflación, y crecimiento de 5,2% en EBITDA, explicado por nuestra propuesta de valor y un sólido desempeño operacional, con 2,4 millones de GLA y 95,8 millones de visitas (+3% a/a).
- Continuamos avanzando en nuestro plan de inversión, con proyectos estratégicos en ejecución o próximos a iniciar obras, como Mallplaza Trébol, Mallplaza Oeste, Mallplaza Trujillo y Mallplaza Piura, apoyando la transformación del portafolio a un 70% de activos *Tier A*. Destaca además el sólido desempeño Mallplaza Premium Outlet Concepción, con crecimiento sobre 19% en ingresos durante el 1Q26.
- Continuaremos maximizando valor a través de nuestros negocios complementarios con un crecimiento de más de 17% en ingresos en publicidad y *parking*, apoyados en nuestra estrategia activa de captura de valor y nuevas alianzas regionales.
- Estos avances operativos impulsaron el ascenso de la compañía a la categoría *Large Cap* en el índice FTSE y permitieron ejecutar una exitosa colocación de un bono por 150 millones de soles (US\$45 millones) en el mercado peruano.



US\$ 711 MM

Tottus
(+9% a/a)



US\$ 1,7 BN

Ventas Socios
Comerciales Mallplaza
(+7% a/a)

95,8 MM

Visitantes Mallplaza
(+3% a/a)



3. AVANCES EN NEGOCIOS



US\$8,3 BN

Colocaciones⁽⁵⁾
(+18% a/a)

US\$7,7 BN

Compras con
débito y crédito⁽⁵⁾
(+17% a/a)



21 MM

Participantes Activos
Loyalty
(+5% a/a)

Habilitadores Estratégicos Ecosistema



**Programa
de Loyalty**



**Home
Delivery**



Talento



**Tecnología
& Data**

BANCO DIGITAL

- Banco Falabella continúa ganando tracción con su propuesta de valor simple, digital y con beneficios para nuestros más de 8,5 millones de clientes activos, superando las 770 mil cuentas y tarjetas de crédito aperturadas (+8% a/a), mientras que las compras con nuestros medios de pagos crecieron 17% a/a.
- Nuestra cartera de colocaciones creció 18% a/a a nivel consolidado (+18% en Chile, +13% Colombia, +7% Perú y +20% en México, a/a en moneda local), avanzando en un contexto de riesgo controlado, y calidad de cartera estable (NPL de 2,6%).
- Las comisiones por venta de seguros crecieron fuertemente en toda la región a/a (+26% en Chile; +17% en Perú y +37% en Colombia), construyendo una relación cada vez más integral con nuestros clientes.
- Durante el trimestre se desplegaron campañas de posicionamiento, destacando “Equipo Banco Falabella” en Perú, que impulsó la preferencia de marca mediante el apoyo a deportistas locales, y una campaña masiva en México orientada a fortalecer el conocimiento de la marca y su propuesta de valor.
- Durante el trimestre avanzamos en casos de uso de IA generativa en el canal de atención por chat, con más de 140 mil atenciones sobre productos y beneficios, además de responder cerca de 5 mil consultas por consultas en transacciones realizadas con tarjetas de crédito, con un NPS cercano a 70%.

ECOSISTEMA

- Nuestra visión es crear valor para nuestros clientes a través de una experiencia integrada y unificada, apoyada en una propuesta llena de beneficios.
- El motor que materializa esta propuesta es nuestro ecosistema físico-digital, que integra nuestros negocios y activos para generar sinergias que fortalecen la lealtad de los clientes y se traducen en un crecimiento rentable y eficiente para Grupo Falabella.
- Durante el trimestre, enriquecimos la experiencia de nuestros clientes al transformar la App de Banco Falabella en una plataforma con recomendaciones personalizadas que facilitan el descubrimiento de productos y ofertas de falabella.com y alianzas, generando más de US\$78 millones en ventas cruzadas en los últimos 12 meses, 5 veces su contribución del año anterior.
- Además, entregamos mayor flexibilidad de pago y oportunidades de ahorro al hacer más claras y accesibles las opciones financieras, beneficios y alternativas de cuotas a lo largo del proceso de compra en falabella.com, facilitamos la gestión del presupuesto y el acceso a mejores condiciones, lo que se tradujo en un mayor uso de cuotas (+7pp a/a), una mayor participación de CMR en las compras en Falabella Chile (+7pp a/a U3M) y un aumento en la venta incremental de garantías extendidas (+2pp a/a).
- Finalmente, continuamos convirtiendo la lealtad de nuestros clientes en un beneficios reales, al integrar el uso de puntos directamente en el proceso de pago, generando ahorros para nuestros clientes. Esta funcionalidad ya representa cerca del 35% de los canjes en Chile, con 485 mil clientes utilizando sus puntos (+66% a/a), y continúa ganando tracción en Perú a través de los canales online.

Continuamos integrando nuestros negocios al servicio del cliente, potenciando beneficios, conveniencia y experiencia en cada interacción.

- Anticipando las necesidades del cliente con ayuda de tecnología
- Convertimos la lealtad en ahorro real e instantáneo
- Damos a nuestros clientes el poder de comprar como quieren
- Maximizamos el valor de ser cliente de Grupo Falabella, con oportunidades únicas



⁽⁵⁾ Incluye las operaciones de Servicios Financieros en México, que no consolida en los Estados Financieros.

4. METRICAS DE ENDEUDAMIENTO



US\$ 1.636 MM

Deuda financiera neta (-42% a/a)



1,2 veces

Deuda financiera neta / EBITDA (No bancario)

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

(7) 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.

(8) Saldos en US\$ convertidos al tipo de cambio de cierre de cada país.

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

CAJA Y LIQUIDEZ

Respecto a los niveles de liquidez de la compañía, al cierre de marzo 2026, el efectivo y equivalentes al efectivo ascendía a US\$3.578 MM a nivel consolidado:

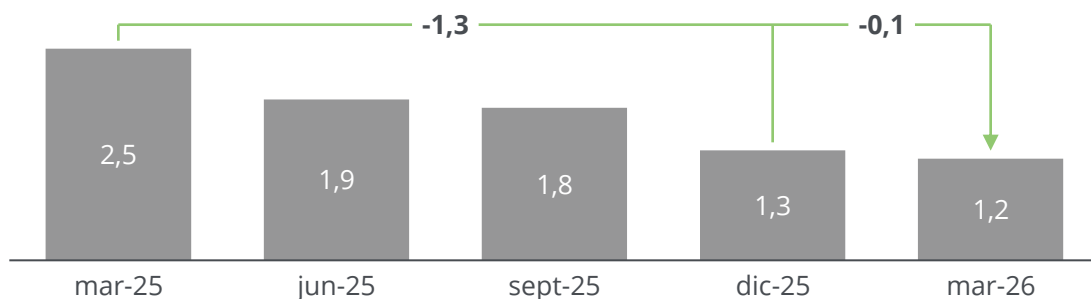
- Negocios no bancarios: US\$1.972 MM (+70,1% a/a).
- Negocios bancarios: US\$1.606 MM (-19,2% a/a).

ENDEUDAMIENTO

- Deuda financiera (después de derivados)⁽⁶⁾ de los negocios no bancarios alcanzó US\$3.608 MM a marzo 2026, un 9% menor al periodo comparable.
- Deuda financiera neta alcanzó US\$1.636 MM a marzo 2026, una disminución del 42% a/a.

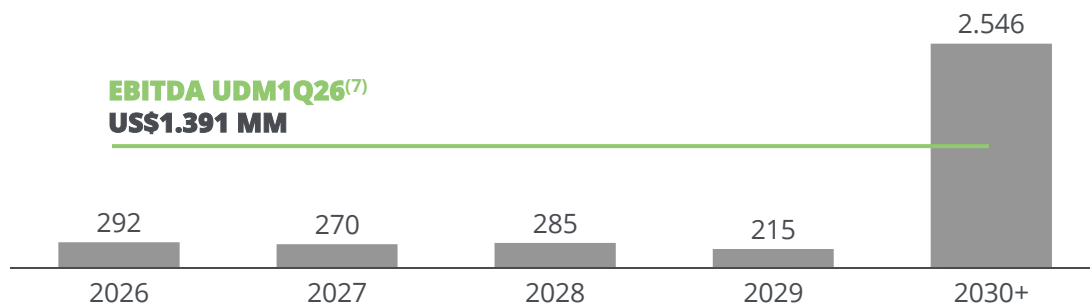
Deuda financiera neta / EBITDA (veces)

Negocios no bancarios^{(6),(7)}



Perfil vencimientos deuda (US\$MM)

Negocios no bancarios, después de derivados de cobertura^{(8),(9)}



US\$3.608 MM

Deuda financiera (negocios no bancarios)

5. AVANCES EN SOSTENIBILIDAD



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

- **Mallplaza logró su compromiso de reducir en un 30% la intensidad de su consumo directo de agua al cierre de 2025, respecto a su línea base de 2019.**
- **Falabella Retail Chile** apoyó la **recolección de ropa que permanecía en espacios públicos** luego de la emergencia de los incendios en Biobío, recuperando **14 toneladas de residuos textiles**, que fueron destinados a reciclaje.
- **Tottus Chile** adhirió su tienda de Puente Alto al **Acuerdo de Producción Limpia (APL) – Estándar de Gestión Circular de Residuos**, orientado a fortalecer la reducción y valorización efectiva de residuos.

SOCIAL

- **Grupo Falabella entregó apoyo frente a incendios en Ñuble y Biobío en Chile**, lo que incluyó donaciones de bienes esenciales, remoción de escombros, apoyo a la reconstrucción y el uso de tiendas y centros comerciales como puntos de acopio. Estas acciones consideraron una contribución total de **\$600 millones**, en dinero y productos.
- **Falabella Retail Chile** obtuvo la certificación **Sello Iguala Conciliación**, otorgada por el Servicio Nacional de la Mujer y la Equidad de Género, que reconoce la implementación de prácticas de equidad de género y conciliación laboral, personal y familiar.
- **Falabella Retail Perú** obtuvo el **primer lugar** en el reconocimiento “Mejor Panel del Sur 2026” por su campaña **“No se habla de cuerpos – Arriba Mujeres, tal como somos”**, enfocada en promover narrativas inclusivas.
- **Banco Falabella Chile** fortaleció su propuesta de bienestar financiero al incorporarse al **Fondo 55+ de Entel**, con foco en alfabetización financiera digital y autonomía de personas mayores.

GOBERNANZA

- **Grupo Falabella y Mallplaza** fueron incluidos en el **S&P Global Sustainability Yearbook**, por **décimo y quinto año consecutivo**, respectivamente. Esta publicación reconoce a las empresas por su compromiso con la sostenibilidad y la transparencia en la divulgación de información.
- **Empresas del Grupo** fueron reconocidas en el **ranking Merco Responsabilidad ESG**, incluyendo **Falabella Retail y Sodimac en Chile; Tottus, Sodimac y Falabella Retail en Perú; Sodimac y Falabella Retail en Colombia**, por su desempeño en los ámbitos ambiental, social y de gobierno corporativo.

6. HECHOS DEL PERIODO

- **Adquisición participación minoritaria negocios en Colombia:** El 15 de enero, Grupo Falabella concretó la adquisición 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, reconociendo sus efectos contables desde el 1 de enero de 2026. El monto total de la operación fue aproximadamente US\$159 millones.
- **Cierre Venta Sociedad Franquicia Juan Valdez:** El 27 de febrero de 2026 se concretó la venta a Copec S.A. del 65% de participación que tenía la filial Falabella Retail S.A. en la sociedad Promotora Chilena de Café Colombia S.A., que desarrolla la franquicia Juan Valdez en Chile. Con el cierre de esta transacción, de la que se había dado cuenta mediante Información de Interés de fecha 2 de abril de 2025, la sociedad Promotora Chilena de Café Colombia S.A. ha dejado de ser filial de Falabella S.A.
- **Junta Ordinaria de Accionistas ("JOA") Falabella S.A.:** El 17 de marzo de 2025 se realizó la JOA de Falabella S.A., en la cual se adoptaron, entre otros acuerdos, tanto el reparto de un dividendo definitivo como la elección del Directorio. Un dividendo definitivo y final, con cargo a las utilidades líquidas distribuibles del Ejercicio 2025, de \$84 por acción, fue pagado el día 2 de abril de 2026. Asimismo, las siguientes personas fueron elegidas directores de la Sociedad, por el período estatutario de tres años que correrá entre la JOA celebrada con esta fecha y aquella que se celebre dentro del primer cuatrimestre de 2029:
 - Fernando de Peña Iver;
 - Paola Cúneo Queirolo;
 - Juan Pablo del Río Goudie;
 - María Cecilia Karlezi Solari;
 - Juan Carlos Cortés Solari;
 - Carlo Solari Donaggio;
 - Alfredo Moreno Charme;
 - Tomás Müller Benoit; y
 - María Carolina Schmidt Zaldívar, como directora independiente.

Para mayor detalle de los acuerdos adoptados, visita nuestra [página web corporativa](#).

- **Acuerdos Directorio Falabella S.A.:** En sesión del Directorio de la Sociedad (en adelante, el "Directorio"), celebrada el día de 18 de marzo de 2026, éste adoptó los siguientes acuerdos relativos a las materias que se indica a continuación:
 - La elección de don Fernando de Peña Iver como Presidente del Directorio y, por ende, de la Sociedad.
 - La elección de don Juan Carlos Cortés Solari como Vicepresidente del Directorio y, por ende, de la Sociedad.
 - El Comité de Directores quedó conformado por doña Carolina Schmidt Zaldívar como Presidente, y don Juan Pablo del Río Goudie y don Tomás Müller Benoit como miembros del Comité.

7. HECHOS POSTERIORES



- **Actualización Calificación Crediticia:** El 01 de abril, S&P Global Ratings subió a Grado de Inversión la calificación internacional de riesgo crediticio de Falabella S.A. hasta BBB-, con perspectiva estable.

Este anuncio se suma a la mejora otorgada por Fitch Ratings en octubre de 2025, cuando elevó la clasificación de Grupo Falabella a BBB-, consolidando así el reconocimiento del grado de inversión por parte de ambas agencias.

8. ANEXOS

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

Notas:

- Todas las cifras en dólares de EE.UU. están calculadas en base al tipo de cambio observado al 1 de abril de 2026: 927,46 \$/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^{(2),(3),(10)} (MM\$)

Trimestral 1Q26

	Sodimac			Falabella Retail			Tottus			FALABELLA		
	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)
Ingresos	1.006.734	1.026.031	1,9%	835.670	898.804	7,6%	604.700	659.760	9,1%	3.126.161	3.340.107	6,8%
Ganancia Bruta	307.391	315.775	2,7%	303.364	334.516	10,3%	153.505	169.287	10,3%	1.201.187	1.315.392	9,5%
Margen Bruto	30,5%	30,8%	24	36,3%	37,2%	92	25,4%	25,7%	27	38,4%	39,4%	96
GAV	(270.309)	(276.641)	2,3%	(295.954)	(321.911)	8,8%	(137.890)	(137.917)	0,0%	(840.516)	(888.696)	5,7%
GAV / Ingresos	-26,9%	-27,0%	(11)	-35,4%	-35,8%	(40)	-22,8%	-20,9%	190	-26,9%	-26,6%	28
Resultado Operacional	37.082	39.134	5,5%	7.410	12.605	70,1%	15.615	31.370	100,9%	360.671	426.696	18,3%
Margen Operacional	3,7%	3,8%	13	0,9%	1,4%	52	2,6%	4,8%	217	11,5%	12,8%	124
EBITDA	81.219	83.620	3,0%	43.011	49.831	15,9%	41.926	57.790	37,8%	471.112	541.256	14,9%
Margen EBITDA	8,1%	8,1%	8	5,1%	5,5%	40	6,9%	8,8%	183	15,1%	16,2%	113

	Banco Falabella			Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)
Ingresos	472.982	574.081	21,4%	156.045	165.469	6,0%	50.030	15.962	-68,1%	3.126.161	3.340.107	6,8%
Ganancia Bruta	274.705	351.517	28,0%	142.705	154.781	8,5%	19.517	(10.484)	NA	1.201.187	1.315.392	9,5%
Margen Bruto	58,1%	61,2%	315	91,5%	93,5%	209	39,0%	-65,7%	NA	38,4%	39,4%	96
GAV	(148.709)	(174.454)	17,3%	(22.126)	(27.739)	25,4%	34.472	49.966	44,9%	(840.516)	(888.696)	5,7%
GAV / Ingresos	-31,4%	-30,4%	105	-14,2%	-16,8%	(258)	68,9%	313,0%	24.413	-26,9%	-26,6%	28
Resultado Operacional	125.996	177.063	40,5%	120.579	127.042	5,4%	53.989	39.482	-26,9%	360.671	426.696	18,3%
Margen Operacional	26,6%	30,8%	420	77,3%	76,8%	(50)	107,9%	247,3%	13.944	11,5%	12,8%	124
EBITDA	134.669	187.589	39,3%	123.848	130.262	5,2%	46.439	32.164	-30,7%	471.112	541.256	14,9%
Margen EBITDA	28,5%	32,7%	420	79,4%	78,7%	(64)	92,8%	201,5%	10.868	15,1%	16,2%	113

Trimestral 1Q26 - Proforma

	Sodimac			Falabella Retail			Tottus			FALABELLA		
	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)
Ingresos	1.006.734	1.026.031	1,9%	835.670	898.804	7,6%	604.700	659.760	9,1%	3.126.161	3.340.107	6,8%
Ganancia Bruta	307.391	315.775	2,7%	303.364	334.516	10,3%	153.505	169.287	10,3%	1.201.187	1.315.392	9,5%
Margen Bruto	30,5%	30,8%	24	36,3%	37,2%	92	25,4%	25,7%	27	38,4%	39,4%	96
GAV	(270.309)	(276.641)	2,3%	(295.954)	(321.911)	8,8%	(137.890)	(137.917)	0,0%	(840.516)	(888.696)	5,7%
GAV / Ingresos	-26,9%	-27,0%	(11)	-35,4%	-35,8%	(40)	-22,8%	-20,9%	190	-26,9%	-26,6%	28
Resultado Operacional	37.082	39.134	5,5%	7.410	12.605	70,1%	15.615	31.370	100,9%	360.671	426.696	18,3%
Margen Operacional	3,7%	3,8%	13	0,9%	1,4%	52	2,6%	4,8%	217	11,5%	12,8%	124
EBITDA	81.219	83.620	3,0%	43.011	49.831	15,9%	41.926	57.790	37,8%	471.112	541.256	14,9%
Margen EBITDA	8,1%	8,1%	8	5,1%	5,5%	40	6,9%	8,8%	183	15,1%	16,2%	113

	Banco Falabella			Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)
Ingresos	504.503	574.081	13,8%	156.045	165.469	6,0%	18.509	15.962	-13,8%	3.126.161	3.340.107	6,8%
Ganancia Bruta	305.530	351.517	15,1%	142.705	154.781	8,5%	(11.308)	(10.484)	-7,3%	1.201.187	1.315.392	9,5%
Margen Bruto	60,6%	61,2%	67	91,5%	93,5%	209	-61,1%	-65,7%	(458)	38,4%	39,4%	96
GAV	(157.613)	(174.454)	10,7%	(22.126)	(27.739)	25,4%	43.376	49.966	15,2%	(840.516)	(888.696)	5,7%
GAV / Ingresos	-31,2%	-30,4%	85	-14,2%	-16,8%	(258)	234,4%	313,0%	7.868	-26,9%	-26,6%	28
Resultado Operacional	147.917	177.063	19,7%	120.579	127.042	5,4%	32.068	39.482	23,1%	360.671	426.696	18,3%
Margen Operacional	29,3%	30,8%	152	77,3%	76,8%	(50)	173,3%	247,3%	7.409	11,5%	12,8%	124
EBITDA	156.590	187.589	19,8%	123.848	130.262	5,2%	24.518	32.164	31,2%	471.112	541.256	14,9%
Margen EBITDA	31,0%	32,7%	164	79,4%	78,7%	(64)	132,5%	201,5%	6.904	15,1%	16,2%	113

⁽²⁾ Desde el 1 de enero de 2026, se incorpora una reclasificación asociada al programa de Loyalty, desde gastos operacionales a costo operacional, con impacto transversal en todos los negocios, el segmento Otros y el consolidado, sin efecto en el desempeño económico subyacente ni en la última línea; para efectos de comparabilidad, el período 2025 se presenta ajustado retroactivamente en este reporte.

⁽³⁾ Desde el 1 de enero de 2026, Banco Falabella Chile, a través de la sociedad Promotora Falabella CMR comenzó a gestionar las actividades relacionadas a la administración de la operación mensual de la tarjeta de crédito, que anteriormente se gestionaban dentro del Grupo bajo el segmento "Otros".

⁽¹⁰⁾ 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\$)^{(2),(3),(11)}

Trimestral 1Q26

	Chile			Perú			Colombia		
	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)
Ingresos	1.724.279	1.836.486	6,5%	874.841	981.345	12,2%	202.133	234.058	15,8%
Ganancia Bruta	633.802	694.903	9,6%	282.749	336.310	18,9%	77.394	99.551	28,6%
Margen Bruto	36,8%	37,8%	108	32,3%	34,3%	195	38,3%	42,5%	424
GAV	(505.856)	(534.673)	5,7%	(229.681)	(244.906)	6,6%	(73.174)	(88.943)	21,6%
GAV / Ingresos	-29,3%	-29,1%	22	-26,3%	-25,0%	130	-36,2%	-38,0%	(180)
Resultado Operacional	127.946	160.230	25,2%	53.068	91.404	72,2%	4.220	10.608	151,4%
Margen Operacional	7,4%	8,7%	130	6,1%	9,3%	325	2,1%	4,5%	244
EBITDA	196.569	232.383	18,2%	85.273	124.361	45,8%	12.998	19.354	48,9%
Margen EBITDA	11,4%	12,7%	125	9,7%	12,7%	293	6,4%	8,3%	184

	Plaza S.A.			Otros, eliminaciones y anulaciones			FALABELLA		
	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)	1Q25	1Q26	(%, pbs)
Ingresos	156.045	165.469	6,0%	168.863	122.749	-27,3%	3.126.161	3.340.107	6,8%
Ganancia Bruta	142.705	154.781	8,5%	64.537	29.847	-53,8%	1.201.187	1.315.392	9,5%
Margen Bruto	91,5%	93,5%	209	38,2%	24,3%	(1.390)	38,4%	39,4%	96
GAV	(22.126)	(27.739)	25,4%	(9.679)	7.565	NA	(840.516)	(888.696)	5,7%
GAV / Ingresos	-14,2%	-16,8%	(258)	-5,7%	6,2%	NA	-26,9%	-26,6%	28
Resultado Operacional	120.579	127.042	5,4%	54.858	37.412	-31,8%	360.671	426.696	18,3%
Margen Operacional	77,3%	76,8%	(50)	32,5%	30,5%	(201)	11,5%	12,8%	124
EBITDA	123.848	130.262	5,2%	52.424	34.896	-33,4%	471.112	541.256	14,9%
Margen EBITDA	79,4%	78,7%	(64)	31,0%	28,4%	(262)	15,1%	16,2%	113

⁽²⁾ Desde el 1 de enero de 2026, se incorpora una reclasificación asociada al programa de Loyalty, desde gastos operacionales a costo operacional, con impacto transversal en todos los negocios, el segmento Otros y el consolidado, sin efecto en el desempeño económico subyacente ni en la última línea; para efectos de comparabilidad, el período 2025 se presenta ajustado retroactivamente en este reporte.

⁽³⁾ Desde el 1 de enero de 2026, Banco Falabella Chile, a través de la sociedad Promotora Falabella CMR comenzó a gestionar las actividades relacionadas a la administración de la operación mensual de la tarjeta de crédito, que anteriormente se gestionaban dentro del Grupo bajo el segmento "Otros".

⁽¹¹⁾ 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⁽²⁾

Trimestral 1Q26

	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	1Q25	1Q26	Var. %	1Q25	1Q26	Var. %	1Q25	1Q26	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)		
ESTADO DE RESULTADOS									
Ingresos por intereses y reajustes	229.070	258.919	13,0%	298.506	290.614	-2,6%	249.994	275.129	10,1%
Gastos por intereses y reajustes	(32.905)	(28.894)	-12,2%	(39.770)	(32.461)	-18,4%	(112.210)	(109.727)	-2,2%
Ing. netos por intereses y reajustes	196.165	230.025	17,3%	258.736	258.153	-0,2%	137.784	165.402	20,0%
Ingresos por comisiones	56.647	110.997	95,9%	78.899	90.833	15,1%	126.042	138.728	10,1%
Gastos por comisiones	(44.744)	(56.966)	27,3%	(12.233)	(13.972)	14,2%	(31.406)	(36.272)	15,5%
Ing. netos por comisiones	11.903	54.031	353,9%	66.666	76.862	15,3%	94.636	102.456	8,3%
Ut. neta de operaciones financieras	8.604	4.687	-45,5%	9.022	17.086	89,4%	1.797	(1.054)	-158,6%
Otros ing. operacionales netos	1.727	3.270	89,3%	2.708	5.131	89,5%	4.314	3.510	-18,6%
Ingreso Operacional	218.400	292.013	33,7%	337.132	357.232	6,0%	238.531	270.314	13,3%
Costo por Riesgo de Crédito	(43.716)	(68.142)	55,9%	(102.642)	(66.742)	-35,0%	(65.653)	(53.479)	-18,5%
Gasto Operacional	(75.232)	(90.715)	20,6%	(170.741)	(179.254)	5,0%	(126.553)	(153.464)	21,3%
Resultado Operacional	99.452	133.156	33,9%	63.750	111.235	74,5%	46.325	63.372	36,8%
Ganancia / (Pérdida) Neta	77.893	98.201	26,1%	47.536	82.142	72,8%	30.351	30.099	-0,8%
Eficiencia	34,4%	31,1%		50,6%	50,2%		53,1%	56,8%	

Trimestral 1Q26 - Proforma

Desde el 1 de enero de 2026, Banco Falabella Chile, a través de la sociedad Promotora Falabella CMR, comenzó a gestionar las actividades relacionadas con la administración de la operación mensual de la tarjeta de crédito. En este contexto, se internalizaron servicios de tecnología, inteligencia de negocios, marketing, entre otros.

Esta cambio genera impactos en el EERR del negocio bancario en Chile, registrados previamente en el segmento Otros, sin impacto en los resultados consolidados del Grupo:

- Incremento en los ingresos por comisiones, al recibir directamente la comisión de administración cobrada a los usuarios activos de la tarjeta CMR.
- Incremento en los gastos de administración, principalmente asociados a publicidad y tecnología, como resultado de la gestión directa de estos servicios.

	Banco Falabella Chile				
	1Q25 Sin Ajuste	1Q25 Ajuste	1Q25 Proforma	1Q26	Var. %
	(MM CLP)				
ESTADO DE RESULTADOS					
Ingresos por intereses y reajustes	229.070	-	229.070	258.919	13,0%
Gastos por intereses y reajustes	(32.905)	-	(32.905)	(28.894)	-12,2%
Ing. netos por intereses y reajustes	196.165	-	196.165	230.025	17,3%
Ingresos por comisiones	56.647	31.521	88.168	110.997	25,9%
Gastos por comisiones	(44.744)	(696)	(45.440)	(56.966)	25,4%
Ing. netos por comisiones	11.903	30.825	42.728	54.031	26,5%
Ut. neta de operaciones financieras	8.604	-	8.604	4.687	-45,5%
Otros ing. operacionales netos	1.727	-	1.727	3.270	89,3%
Ingreso Operacional	218.400	30.825	249.225	292.013	17,2%
Costo por Riesgo de Crédito	(43.716)	-	(43.716)	(68.142)	55,9%
Gasto Operacional	(75.232)	(8.904)	(84.136)	(90.715)	7,8%
Resultado Operacional	99.452	21.921	121.373	133.156	9,7%
Ganancia / (Pérdida) Neta	77.893	16.002	93.895	98.201	4,6%
Eficiencia	34,4%		33,8%	31,1%	

⁽²⁾ Desde el 1 de enero de 2026, se incorpora una reclasificación asociada al programa de Loyalty, desde gastos operacionales a costo operacional, con impacto transversal en todos los negocios, el segmento Otros y el consolidado, sin efecto en el desempeño económico subyacente ni en la última línea; para efectos de comparabilidad, el período 2025 se presenta ajustado retroactivamente en este reporte.

3. NEGOCIO FINANCIERO – PRINCIPALES INDICADORES (2),(3)

Banco Falabella: Balance

PRINCIPALES CUENTAS DEL BALANCE	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia		
	mar-25	mar-26	Var. %	mar-25	mar-26	Var. %	mar-25	mar-26	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)		
Efectivo y depósitos en bancos	279.889	338.684	21,0%	802.011	1.187.971	48,1%	425.961	293.585	-31,1%
Activos Financieros	1.748.784	1.309.527	-25,1%	523.355	353.266	-32,5%	545.485	590.780	8,3%
Colocaciones brutas	4.240.451	5.011.045	18,2%	3.461.972	3.703.126	7,0%	4.817.728	5.427.695	12,7%
Provisiones	(228.781)	(295.176)	29,0%	(317.934)	(349.163)	9,8%	(303.213)	(303.533)	0,1%
Colocaciones netas	4.011.670	4.715.869	17,6%	3.144.038	3.353.963	6,7%	4.514.515	5.124.162	13,5%
Total Activos	7.123.295	7.456.496	4,7%	4.940.917	5.343.663	8,2%	6.039.311	6.497.542	7,6%
Depósitos a la vista	1.661.839	1.934.915	16,4%	894.339	1.729.044	93,3%	1.045.221	1.042.737	-0,2%
Depósitos a plazo	2.117.305	2.381.591	12,5%	2.484.535	1.938.410	-22,0%	3.719.057	3.853.197	3,6%
Total depósitos	3.779.145	4.316.506	14,2%	3.378.873	3.667.454	8,5%	4.764.278	4.895.934	2,8%
Otras obligaciones financieras	42.585	37.010	-13,1%	206.219	138.788	-32,7%	0	140.037	-
Total Pasivos	5.895.868	6.341.378	7,6%	3.932.425	4.311.339	9,6%	5.195.255	5.630.662	8,4%
Patrimonio (stock)	1.227.427	1.115.119	-9,1%	1.008.492	1.032.324	2,4%	844.056	866.880	2,7%
Total Pasivos + Patrimonio	7.123.295	7.456.496	4,7%	4.940.917	5.343.663	8,2%	6.039.311	6.497.542	7,6%
ROAE	20,1%	22,4%		11,1%	17,6%		0,7%	15,0%	
ROAA	3,4%	3,5%		2,2%	3,7%		0,1%	2,1%	

Banco Falabella y Servicios Financieros México: Datos operacionales y ratios

DATOS OPERACIONALES	Banco Falabella Chile			Banco Falabella Perú			Banco Falabella Colombia			Serv. Financieros México		
	mar-25	mar-26	Var. %	mar-25	mar-26	Var. %	mar-25	mar-26	Var. %	mar-25	mar-26	Var. %
	(MM CLP)			(M PEN)			(MM COP)			(M MEX)		
Colocaciones brutas	4.240.451	5.011.045	18,2%	3.461.972	3.703.126	7,0%	4.817.728	5.427.695	12,7%	5.477.641	6.555.281	19,7%
Provisiones	(228.781)	(295.176)	29,0%	(317.934)	(349.163)	9,8%	(303.213)	(303.533)	0,1%	(584.311)	(927.026)	58,7%
Cartera Vencida (+90 días)	108.114	134.983	24,9%	106.385	81.141	-23,7%	183.003	113.656	-37,9%	176.192	316.713	79,8%
Cuentas pasivas (#)	2.500.506	2.863.623	14,5%	771.123	949.063	23,1%	2.489.327	2.690.453	8,1%	-	-	-
Tarjetas con saldo (#)	2.699.503	2.919.403	8,1%	955.826	1.034.386	8,2%	923.318	928.635	0,6%	479.890	554.668	15,6%
Deuda Promedio (moneda local)	1.570.827	1.716.462	9,3%	3.622	3.580	-1,2%	5.217.843	5.844.810	12,0%	11.414	11.818	3,5%
Duration (meses)	9,2	9,9	7,2%	10,5	9,9	-5,6%	9,2	10,0	8,6%	5,3	5,1	-3,0%
Sucursales (#)	87	88	1,1%	52	51	-1,9%	66	66	0,0%	-	-	-
RATIOS												
Cartera Vencida / Colocaciones	2,5%	2,7%		3,1%	2,2%		3,8%	2,1%		3,2%	4,8%	
Provisiones / Cartera Vencida	2,1	2,2		3,0	4,3		1,7	2,7		3,3	2,9	
Basilea	19,7%	16,4%		22,1%	22,9%		15,7%	15,8%		22,4%	23,5%	

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

	% CMR		% Total medios de pago propios	
	1Q25	1Q26	1Q25	1Q26
Chile - Falabella	36,0%	37,1%	43,9%	45,0%
Chile - Sodimac	22,2%	24,2%	32,2%	34,0%
Chile - Tottus	14,2%	15,9%	27,1%	29,6%
Perú - Falabella, Sodimac, Tottus	30,9%	30,6%	33,5%	33,6%
Colombia - Falabella y Sodimac	18,3%	18,0%	23,4%	23,0%
México - Sodimac	11,9%	12,0%	11,9%	12,0%

(2) Desde el 1 de enero de 2026, se incorpora una reclasificación asociada al programa de Loyalty, desde gastos operacionales a costo operacional, con impacto transversal en todos los negocios, el segmento Otros y el consolidado, sin efecto en el desempeño económico subyacente ni en la última línea; para efectos de comparabilidad, el período 2025 se presenta ajustado retroactivamente en este reporte.

(3) Desde el 1 de enero de 2026, Banco Falabella Chile, a través de la sociedad Promotora Falabella CMR comenzó a gestionar las actividades relacionadas a la administración de la operación mensual de la tarjeta de crédito, que anteriormente se gestionaban dentro del Grupo bajo el segmento "Otros".

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 1Q26 (MM\$)^{(2),(3)}

	1Q25	% Ing.	1Q26	% Ing.	Var %
Ingresos de Negocios no Bancarios	2.653.179		2.766.026		4,3%
Ingresos de Negocios Bancarios	472.982		574.081		21,4%
Total Ingresos	3.126.161	100,0%	3.340.107	100,0%	6,8%
Costo de Ventas no Bancarios	(1.726.697)		(1.802.151)		4,4%
Costo de Ventas Bancarios	(198.277)		(222.564)		12,2%
Ganancia Bruta	1.201.187	38,4%	1.315.392	39,4%	9,5%
GAV	(840.516)	-26,9%	(888.696)	-26,6%	5,7%
Resultado Operacional	360.671	11,5%	426.696	12,8%	18,3%
Depreciación + Amortización	(110.441)		(114.560)		3,7%
EBITDA	471.112	15,1%	541.256	16,2%	14,9%
EBITDA de Negocios no Bancarios	336.443		353.667		5,1%
EBITDA de Negocios Bancarios	134.669		187.589		39,3%
Otras Ganancias	8.024		11.525		43,6%
Ingreso / (Costo) Financiero Neto	(92.137)		(50.921)		-44,7%
Ganancia / (Pérdida) en Asociadas	10.277		12.108		17,8%
Diferencias de Cambio	12.201		(10.931)		NA
Resultado No Operacional	(61.635)	-2,0%	(38.219)	-1,1%	-38,0%
Resultado Antes de Impuestos	299.036	9,6%	388.477	11,6%	29,9%
Impuesto a la Renta	(72.770)		(112.854)		55,1%
Interés Minoritario	(34.259)		(40.865)		19,3%
Ganancia / (Pérdida) Neta	192.007	6,1%	234.758	7,0%	22,3%

- Los **ingresos** consolidados aumentaron 6,8% 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 (+7,6% a/a) y Tottus (+9,1% a/a), así como el crecimiento de nuestro negocio online (GMV online ecosistema: +21% a/a). Por su parte, el ingreso del negocio bancario creció 21,4% a/a, gracias al aumento a nivel consolidado tanto de los ingresos por intereses, como de los ingresos por comisiones, que incluyen la gestión de comisiones y gastos asociados al servicio de administración de la tarjeta CMR en Chile bajo Banco Falabella, además de un buen desempeño de la cartera de colocaciones que creció 18% a/a, a nivel consolidado.
- **EBITDA** consolidado creció 14,9% a/a, alcanzando MM\$541.256, con un margen de 16,2% (+113 pb vs 1Q25) en el trimestre. Este resultado fue impulsado por una ganancia bruta 9,5% superior a la del año anterior, destacando el aporte de los negocios bancarios (+MM\$76.812 a/a) y de Falabella Retail (+MM\$31.152 a/a). A su vez, los GAV crecieron 5,7% 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** registró una pérdida de MM\$38.219, la que se compara con una pérdida de MM\$61.635 en 1Q25, decreciendo principalmente por un menor gasto financiero neto, consecuencia de un nivel de deuda más bajo. Como resultado de lo anterior, la utilidad neta alcanzó los MM\$234.758 en el trimestre (+\$MM42.751 vs 1Q25).

⁽²⁾ Desde el 1 de enero de 2026, se incorpora una reclasificación asociada al programa de Loyalty, desde gastos operacionales a costo operacional, con impacto transversal en todos los negocios, el segmento Otros y el consolidado, sin efecto en el desempeño económico subyacente ni en la última línea; para efectos de comparabilidad, el período 2025 se presenta ajustado retroactivamente en este reporte.

⁽³⁾ Desde el 1 de enero de 2026, Banco Falabella Chile, a través de la sociedad Promotora Falabella CMR comenzó a gestionar las actividades relacionadas a la administración de la operación mensual de la tarjeta de crédito, que anteriormente se gestionaban dentro del Grupo bajo el segmento "Otros".

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 1Q26 (MM\$)

Sodimac^{(2),(10)}

	Sodimac		
	1Q25	1Q26	(%, pbs)
Ingresos	1.006.734	1.026.031	1,9%
Ganancia Bruta	307.391	315.775	2,7%
Margen Bruto	30,5%	30,8%	24
GAV	(270.309)	(276.641)	2,3%
GAV / Ingresos	-26,9%	-27,0%	(11)
Resultado Operacional	37.082	39.134	5,5%
Margen Operacional	3,7%	3,8%	13
EBITDA	81.219	83.620	3,0%
Margen EBITDA	8,1%	8,1%	8

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 1,9% a/a, con crecimientos en Chile de 1,0% a/a (SSS de -0,7%) y en Perú de 11,8% a/a (+11,2% a/a en moneda local y SSS de +9,8%), en un entorno aún desafiante para el sector de la construcción.
- Durante el trimestre se reforzaron iniciativas con foco en el cliente PRO, mejorando su experiencia física y digital, con soluciones más ágiles y personalizadas que se tradujeron en un aumento de 6% a/a en ventas en moneda local, y en la frecuencia de compra dentro del segmento.
 - Chile: el desempeño en ventas se explicó principalmente por el cliente Retail, cuyas ventas aumentaron 4%, apalancado por una mayor frecuencia de compra en el segmento, contrarrestado por una caída en el segmento Empresa.
 - Perú: las ventas registraron un crecimiento impulsado principalmente por crecimiento en clientes Empresa (+17% a/a), Retail (+12% a/a), y PRO (+7% a/a), en un contexto de mayor liquidez y dinamismo de mercado. Además, con las tiendas transformadas, robustecimos la propuesta de valor bajo la marca Sodimac, incorporando categorías de Retail, previamente ausentes en el formato Maestro, lo que contribuyó positivamente al crecimiento en ventas.
- Nuestro canal digital continuó avanzando en su estrategia de consolidarse una propuesta especialista, con un crecimiento de 17% a/a y una penetración de ventas del 17%.

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanzó 30,8% (+24 pb vs 1Q25), con aumentos en los niveles de márgenes en Chile (+22 pb vs 1Q25) y Perú (+98 pb vs 1Q25), este último impulsado por el mejor desempeño del segmento Empresa y canal online, así como una mejora en el rendimiento de las tiendas transformadas.
- En términos de GAV, observamos un crecimiento de 2,3% a/a, con un alza de 2,3% a/a en Chile, principalmente en remuneraciones y crecimiento de costos variables por venta online. En Perú, el GAV crece 8,2% a/a, explicado principalmente por el aumento remuneraciones y gastos variables, ligados al crecimiento en ventas.

⁽²⁾ Desde el 1 de enero de 2026, se incorpora una reclasificación asociada al programa de Loyalty, desde gastos operacionales a costo operacional, con impacto transversal en todos los negocios, el segmento Otros y el consolidado, sin efecto en el desempeño económico subyacente ni en la última línea; para efectos de comparabilidad, el período 2025 se presenta ajustado retroactivamente en este reporte.

⁽¹⁰⁾ 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 1Q26 (MM\$)

Falabella Retail⁽²⁾

	Falabella Retail		
	1Q25	1Q26	(%, pbs)
Ingresos	835.670	898.804	7,6%
Ganancia Bruta	303.364	334.516	10,3%
Margen Bruto	36,3%	37,2%	92
GAV	(295.954)	(321.911)	8,8%
GAV / Ingresos	-35,4%	-35,8%	(40)
Resultado Operacional	7.410	12.605	70,1%
Margen Operacional	0,9%	1,4%	52
EBITDA	43.011	49.831	15,9%
Margen EBITDA	5,1%	5,5%	40

Ingresos

- Los ingresos consolidados crecieron 7,6% a/a, donde Chile creció 0,2% a/a, Perú 19,8% a/a (+19,3% a/a en moneda local) y Colombia 16,6% a/a (+11,4% a/a en moneda local). Este desempeño continuó impulsado por nuestra estrategia multispecialista, consolidando la experiencia omnicanal.
- Chile: las ventas SSS cayeron 8,5% a/a, explicado por una alta base comparable derivada del mayor flujo de turistas registrado el año anterior. Por su parte, el canal online mostró un crecimiento relevante, impulsado por el crecimiento en ventas 3P, así como por mejoras en logística.
- Perú: las ventas SSS crecieron 13,1% a/a en el periodo, destacando tanto el crecimiento en el canal físico como online. Asimismo, ambos canales se vieron impulsados por la mayor liquidez y dinamismo en el mercado.
- Colombia: las tiendas tuvieron un crecimiento de SSS de 10,3% en el periodo, donde destaca el crecimiento tanto en el canal físico como online, siendo ambos canales favorecidos por propuestas diferenciadas implementadas a través de campañas y colaboraciones
- Durante el trimestre, el e-commerce de Falabella Retail creció 23% a/a, alcanzando una penetración online de 41% (+5 pp a/a). Lo anterior, destacando la mayor participación 3P, mejoras logísticas y una mayor velocidad de entrega, que fortalecieron la capacidad del canal para capitalizar demanda y mejorar la experiencia omnicanal del cliente.

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanzó 37,2% (+92 pb vs 1Q25), con mejoras en los niveles de márgenes en Chile (+59 pb vs 1Q25), Perú (+111 pb vs 1Q25) y Colombia (+264 pb vs 1Q25). La expansión se explica principalmente por un cambio favorable en el mix de ventas, con mayor participación 3P, lo que tuvo un impacto positivo en el margen bruto. Adicionalmente, contribuyeron positivamente el buen manejo de inventario y menor promocionalidad.
- Los GAV crecieron 8,8% a/a a nivel consolidado. En Chile (+6,2% a/a) el aumento se explica principalmente por remuneraciones, en un contexto de mayores exigencias normativas derivadas de la reforma de pensiones y aumento de salario mínimo, la nueva tienda en Viña del Mar, y gastos asociados al crecimiento en ventas online. En Perú (+10% a/a) el crecimiento se debe a aumento de costos variables ligados al crecimiento en ventas del canal online, mientras que en Colombia (+17,9% a/a) el alza proviene principalmente del crecimiento en remuneraciones ligado al aumento del salario mínimo, impactando también las tarifas de transporte. Dado lo anterior, el margen EBITDA consolidado alcanzó 5,5% (+40 pb vs 1Q25), mostrando mejoras en dicho indicador, tanto Perú (11,9%, +284 pb a/a) como Colombia (1,6%, +153 pb a/a) apalancados en las mejoras operacionales del canal online.

⁽²⁾ Desde el 1 de enero de 2026, se incorpora una reclasificación asociada al programa de Loyalty, desde gastos operacionales a costo operacional, con impacto transversal en todos los negocios, el segmento Otros y el consolidado, sin efecto en el desempeño económico subyacente ni en la última línea; para efectos de comparabilidad, el período 2025 se presenta ajustado retroactivamente en este reporte.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 1Q26 (MM\$)

Tottus^{(2),(10)}

	Tottus		
	1Q25	1Q26	(%, pbs)
Ingresos	604.700	659.760	9,1%
Ganancia Bruta	153.505	169.287	10,3%
Margen Bruto	25,4%	25,7%	27
GAV	(137.890)	(137.917)	0,0%
GAV / Ingresos	-22,8%	-20,9%	190
Resultado Operacional	15.615	31.370	100,9%
Margen Operacional	2,6%	4,8%	217
EBITDA	41.926	57.790	37,8%
Margen EBITDA	6,9%	8,8%	183

Ingresos

- Nuestros ingresos crecieron 9,1% a/a, donde Chile creció 7,4% a/a (SSS de +6,5%), mientras que Perú creció 10,4% a/a (+9,8% a/a en moneda local y SSS de +9,0%).
 - Chile: las ventas del segmento *food*, que representaron 91% del mix de ventas en el trimestre, crecieron 9% a/a, en línea con la estrategia de fortalecer nuestra propuesta en el segmento.
 - Perú: las ventas del segmento *food* crecieron 9% a/a en moneda local. Respecto al segmento *non-food*, que representa sobre 30% de las ventas, creció 13% a/a en moneda local, impulsado también por una mayor liquidez y dinamismo del mercado.
- El e-commerce continuó con un desempeño positivo, creciendo 26% a/a y alcanzando una penetración online de 6% (+82 pb vs 1Q25), apalancándose de mejoras en desempeño de la App y el sitio web.

Resultado Operacional

- Durante el trimestre alcanzamos un margen EBITDA de 8,8% (+183 pb vs 1Q25), donde el EBITDA creció 46,7% a/a en Chile y 32,5% a/a en Perú. Los márgenes brutos se mantuvieron estables en la región, en un contexto donde seguimos mejorando nuestra imagen de precio, principalmente gracias a mejoras en las propuestas de valor y campañas con nuestros socios comerciales.
- En términos de GAV, se mantuvo estable a/a a nivel consolidado, diluyendo nuestro GAV / Ingresos en 190 pb vs 1Q25. En Chile (-3,1% vs 1Q25) la caída en gastos proviene de una mayor base comparativa dado un mayor gasto en cierre de tiendas en 1Q25, mientras que en Perú (+3,1% vs 1Q25) el aumento proviene principalmente de mayores gastos en remuneraciones por la apertura de tiendas.

⁽²⁾ Desde el 1 de enero de 2026, se incorpora una reclasificación asociada al programa de Loyalty, desde gastos operacionales a costo operacional, con impacto transversal en todos los negocios, el segmento Otros y el consolidado, sin efecto en el desempeño económico subyacente ni en la última línea; para efectos de comparabilidad, el período 2025 se presenta ajustado retroactivamente en este reporte.

⁽¹⁰⁾ Tottus considera los negocios de supermercados en Chile y Perú, bajo las marcas Tottus y Precio Uno.

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 1Q26 (MM\$)

Banco Falabella (2),(3)

	Banco Falabella		
	1Q25	1Q26	(%, pbs)
Ingresos	472.982	574.081	21,4%
Ganancia Bruta	274.705	351.517	28,0%
Margen Bruto	58,1%	61,2%	315
GAV	(148.709)	(174.454)	17,3%
GAV / Ingresos	-31,4%	-30,4%	105
Resultado Operacional	125.996	177.063	40,5%
Margen Operacional	26,6%	30,8%	420
EBITDA	134.669	187.589	39,3%
Margen EBITDA	28,5%	32,7%	420

Ingresos

- Nuestro banco digital, líder de la región Andina, continúa avanzando con ingresos consolidados que crecieron 21,4% en el periodo.
 - Chile: la cartera creció 18,2% a/a, junto a menores niveles de costo de fondeo por 1) aumento de saldos vistas (+16,4% a/a), en línea con nuestra estrategia de principalidad y, 2) menores tasas, lo que nos permitió aumentar los ingresos netos por intereses y reajustes en 17,3% a/a. Por su parte, los ingresos netos por comisiones crecieron a MM\$54.031, lo que representa un aumento de 353,9% interanual, o de 26,5% a bases comparables, ajustando la base del 1Q25 por el efecto de la gestión de las comisiones por servicios de administración de la tarjeta CMR bajo el banco. Más allá de este efecto, el crecimiento a bases comparables da cuenta de un sólido desempeño operativo del banco, apoyado en un mayor uso y una mayor base de clientes.
 - Perú: la cartera creció 7% a/a en moneda local, sin embargo, debido a la mayor liquidez en el mercado hubo una caída de 0,2% en los ingresos por intereses y reajustes debido al pago anticipado de las cuotas de tarjetas de crédito. Por su parte, los ingresos netos por comisiones crecieron 15,3% en el periodo.
 - Colombia: la cartera creció 12,7% a/a en moneda local, mientras que los ingresos netos por intereses y reajustes aumentaron 20% a/a en moneda local, empujado principalmente por el crecimiento de la cartera sumado a un menor costo de fondeo. Por su parte, los ingresos netos por comisiones crecieron 8,3% a/a en moneda local, en línea con el ajuste de su estrategia de diversificación de ingresos.

Resultado Operacional

- El margen bruto alcanzó 61,2% (+315 pb vs. 1Q25), reflejando en Chile el mayor aporte del ingreso neto por comisiones, junto con el buen desempeño operativo del banco. En Perú, la mejora responde principalmente a una disminución en el costo por riesgo, asociada a menores provisiones y a un mejor comportamiento de pago de los clientes, reduciendo a 2,2% el NPL. En Colombia, la evolución proviene por una mejora en el desempeño operativo y un mayor aporte de ingresos operacionales, junto con una reducción relevante en el costo por riesgo, reflejada en un NPL de 2,1%,
- En términos de GAV observamos un crecimiento de 17,3% a/a. Por país, Chile aumentó 20,6% a/a, Perú creció 5,4% a/a (+5,0% a/a en moneda local) y Colombia 27,1% a/a (+21,3% a/a en moneda local). En Chile, el mayor gasto responde principalmente a la gestión asumida por el Banco Falabella de gastos asociados a servicios de administración de la tarjeta CMR, incluyendo desembolsos en tecnología y publicidad. En Perú, el incremento provino de mayores gastos en campañas publicitarias, en línea con la estrategia de posicionamiento. Finalmente, en Colombia, el crecimiento del gasto se explica principalmente por el aumento del salario mínimo en 23% y a un efecto no recurrente vinculado al pago del impuesto al patrimonio en el país.

(2) Desde el 1 de enero de 2026, se incorpora una reclasificación asociada al programa de Loyalty, desde gastos operacionales a costo operacional, con impacto transversal en todos los negocios, el segmento Otros y el consolidado, sin efecto en el desempeño económico subyacente ni en la última línea; para efectos de comparabilidad, el período 2025 se presenta ajustado retroactivamente en este reporte.

(3) Desde el 1 de enero de 2026, Banco Falabella Chile, a través de la sociedad Promotora Falabella CMR comenzó a gestionar las actividades relacionadas a la administración de la operación mensual de la tarjeta de crédito, que anteriormente se gestionaban dentro del Grupo bajo el segmento "Otros".

4. RESULTADOS CONSOLIDADOS 1Q26 (MM\$)

Mallplaza

	Plaza S.A.		
	1Q25	1Q26	(%, pbs)
Ingresos	156.045	165.469	6,0%
Ganancia Bruta	142.705	154.781	8,5%
Margen Bruto	91,5%	93,5%	209
GAV	(22.126)	(27.739)	25,4%
GAV / Ingresos	-14,2%	-16,8%	(258)
Resultado Operacional	120.579	127.042	5,4%
Margen Operacional	77,3%	76,8%	(50)
EBITDA	123.848	130.262	5,2%
Margen EBITDA	79,4%	78,7%	(64)

Ingresos

- Durante el primer trimestre, los ingresos consolidados crecieron 6,0% a/a, reflejando el sólido desempeño de nuestros centros urbanos en todos los países, apoyado en renovaciones, nuevos contratos y aperturas de tiendas, junto con mayores ingresos por arriendo derivados de ajustes tarifarios e indexación de contratos, además de la incorporación de nuevas superficies comerciales y mayores ingresos por *parking*.
- La solidez y el atractivo de nuestra propuesta de valor, se ve reflejada en nuestros 2,4 millones de m² de GLA, y en las más de 95 millones de personas que nos visitaron durante el trimestre.

Resultado Operacional

- El margen EBITDA alcanzó 78,7% (-64 pb vs 1Q25), a pesar de una mejora significativa en el margen bruto (+209 pb vs 1Q25) impulsada por un mejor desempeño en ingresos y mayor eficiencia en el gasto común, viéndose afectado principalmente por un aumento de 25,4% a/a en el GAV, explicado por efectos no recurrentes como el reconocimiento del impuesto al patrimonio en Colombia y un mayor gasto de indemnizaciones.

5. INGRESOS RETAIL (MM\$)

Trimestral 1Q26

	1Q25	1Q26	Var %	Var Moneda Local %	SSS Moneda Local %
SODIMAC					
Chile	676.046	682.482	1,0%	1,0%	-0,7%
Perú	211.857	236.763	11,8%	11,2%	9,8%
Colombia	373.698	446.604	19,5%	14,2%	10,1%
México	43.820	48.429	10,5%	3,3%	-0,1%
Brasil	62.477	56.912	-8,9%	-10,3%	-11,4%
Argentina	36.134	29.594	-18,1%	9,9%	9,2%
Uruguay	20.220	20.280	0,3%	-1,0%	-1,4%
FALABELLA RETAIL					
Chile	503.801	504.905	0,2%	0,2%	-8,5%
Perú	216.965	259.906	19,8%	19,3%	13,1%
Colombia	114.904	133.993	16,6%	11,4%	10,3%
TOTTUS					
Chile	256.989	275.914	7,4%	7,4%	6,5%
Perú	347.711	383.846	10,4%	9,8%	9,0%

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

	1Q25	% Total	1Q26	% Total	Var %
GMV ONLINE					
Mejoramiento del Hogar	191.833	31%	224.458	30%	17%
Falabella Retail	391.986	64%	480.641	64%	23%
Tottus	33.029	5%	41.658	6%	26%
TOTAL GMV ONLINE	616.848	100%	746.757	100%	21%

	1Q25	% Total	1Q26	% Total	Var %
GMV ONLINE POR PAÍS					
Chile	390.258	63%	457.006	61%	17%
Perú	140.113	23%	193.996	26%	38%
Colombia	56.416	9%	67.969	9%	20%
Otros	30.060	5%	27.786	4%	-8%
TOTAL GMV ONLINE	616.848	100%	746.757	100%	21%

	1Q25	1Q26	UDM 1Q25	UDM 1Q26
PENETRACIÓN ONLINE				
Mejoramiento del Hogar	15%	17%	16%	18%
Falabella Retail	37%	41%	39%	41%
Tottus	5%	6%	5%	6%
TOTAL	21%	23%	22%	24%

⁽¹²⁾ 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.

⁽¹³⁾ A partir del primer trimestre de 2024 el cálculo del GMV ha sido reprocesado en Mejoramiento del Hogar, Falabella Retail y Tottus.

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

	Marzo 2025		Marzo 2026	
	Superficie (m ²)	Locales (#)	Superficie (m ²)	Locales (#)
Sodimac	2.005.068	261	1.990.583	256
Chile	790.131	86	790.822	86
Perú	385.241	55	375.131	51
Colombia	400.730	42	401.345	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	671.147	104	675.185	105
Chile	300.048	44	306.966	45
Perú	196.909	35	194.544	35
Colombia	174.191	25	173.674	25
Tottus	516.149	161	520.998	162
Chile	226.666	71	222.969	71
Perú	289.483	90	298.029	91
IKEA	70.161	5	62.233	5
Chile	27.055	2	27.055	2
Colombia	43.106	3	35.178	3
Total Tiendas	3.262.525	531	3.248.999	528

8. NÚMERO DE CENTROS COMERCIALES Y SUPERFICIES ARRENDABLES DE OPERADORES INMOBILIARIOS⁽¹⁵⁾

	March 2025		March 2026	
	GLA (sqm)	Shopping Malls (#)	GLA (sqm)	Shopping Malls (#)
Mallplaza	2.342.178	37	2.360.012	37
Chile	1.450.909	17	1.461.433	17
Peru	619.333	15	618.053	15
Colombia	271.936	5	280.525	5
Open	224.126	10	166.532	9
Chile	224.126	10	166.532	9
Total Real Estate	2.566.304	47	2.526.544	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.

9. DÍAS DE COBRO, DE PAGO Y MANTENCIÓN DE INVENTARIO^{(16),(17),(18)}

CHILE

	Mejoramiento del Hogar		Falabella Retail		Tottus	
	1Q25	1Q26	1Q25	1Q26	1Q25	1Q26
Días promedio de cobro	13,8	13,9	12,4	11,0	6,3	4,1
Días promedio de pago	49,0	43,5	77,1	76,6	48,4	42,0
Días de inventario	76,1	74,3	101,1	107,0	50,0	43,9

PERÚ

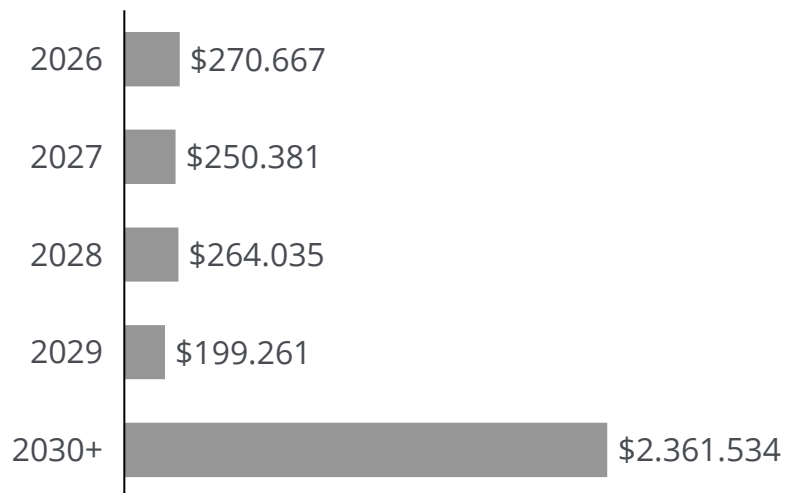
	Mejoramiento del Hogar		Falabella Retail		Tottus		COLOMBIA Falabella Retail	
	1Q25	1Q26	1Q25	1Q26	1Q25	1Q26	1Q25	1Q26
Días promedio de cobro	5,6	4,6	4,6	3,6	2,3	2,2	9,3	6,7
Días promedio de pago	58,0	53,0	69,9	68,2	60,9	55,5	106,8	89,6
Días de inventario	109,4	93,5	143,3	114,5	58,2	53,9	146,9	134,3

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

Deuda (CLP\$ millones)	#	1Q26
Total Bancos	19. a)	546.335
Total Bonos	19. a)	3.007.948
Total Otros pasivos financieros	19. a)	19.041
Otros activos financieros	4.	(227.446)
(-) Efectivo y equivalentes	3.	(1.828.563)
Deuda Financiera Neta		1.517.315
EBITDA (CLP\$ millones)		1Q26 LTM
EBITDA no bancario		1.520.154
Ajustes para excluir IFRS16		(230.033)
EBITDA no bancario sin IFRS16		1.290.120
Deuda Financiera Neta/EBITDA		1,2x

Perfil de vencimientos

Negocios no bancarios, después de derivados de cobertura



Deuda financiera: MM\$3.345.879

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

⁽¹⁷⁾ Promedio de cobro: 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.

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

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

11. ESTADOS FINANCIEROS – ESTADO DE RESULTADO

	31 de marzo 2026	31 de marzo 2025
	M\$	M\$
ESTADO DE RESULTADOS		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Ingresos de actividades ordinarias	2.766.025.946	2.653.179.247
Costo de ventas	(1.802.151.458)	(1.726.697.143)
Ganancia bruta	963.874.488	926.482.104
Costos de distribución	(50.077.449)	(45.055.521)
Gastos de administración	(627.437.976)	(609.581.479)
Otros gastos por función	(36.726.588)	(37.169.263)
Otras ganancias	11.524.835	8.023.633
Ingresos financieros	23.509.426	20.760.631
Costos financieros	(69.394.736)	(94.038.014)
Participación en las ganancias de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	11.864.798	10.036.743
Diferencias de cambio	(10.930.868)	12.201.239
Resultado por unidades de reajuste	(5.036.057)	(18.860.288)
Ganancia antes de impuestos	211.169.873	172.799.785
Gastos por impuestos a las ganancias	(62.303.524)	(43.348.541)
Ganancia de negocios no bancarios	148.866.349	129.451.244
Negocios Bancarios (Presentación)		
Ingresos por intereses	398.147.131	353.403.166
Gastos por intereses	(61.842.026)	(61.589.132)
Ingreso neto por intereses	336.305.105	291.814.034
Ingresos por reajustes	2.757.304	10.724.148
Gastos por reajustes	(1.846.825)	(7.410.802)
Ingreso neto por reajustes	910.479	3.313.346
Ingresos por comisiones	168.025.375	106.081.329
Gastos por comisiones	(69.336.678)	(55.148.505)
Ingreso neto por comisiones	98.688.697	50.932.824
Utilidad neta de operaciones financieras	9.624.050	6.678.056
Utilidad de cambio neta	(717.439)	4.685.951
Otros ingresos operacionales	5.150.868	2.772.930
Gasto por pérdidas crediticias	(98.444.679)	(85.492.186)
Total ingreso operacional neto	351.517.081	274.704.955
Remuneraciones y gastos del personal	(44.090.776)	(39.946.260)
Gastos de administración	(105.139.740)	(86.156.322)
Depreciaciones y amortizaciones	(10.525.775)	(8.673.006)
Otros gastos operacionales	(14.697.494)	(13.933.774)
Total gastos operacionales	(174.453.785)	(148.709.362)
Resultado operacional	177.063.296	125.995.593
Resultado por inversiones en sociedades	243.441	240.191
Resultado antes de impuesto a la renta	177.306.737	126.235.784
Gastos por impuestos a las ganancias	(50.550.192)	(29.421.836)
Ganancia de negocios bancarios	126.756.545	96.813.948
Ganancia	275.622.894	226.265.192
Ganancia atribuible a		
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora	234.757.674	192.006.501
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras	40.865.220	34.258.691
Ganancia	275.622.894	226.265.192
Ganancia por acción		
Ganancia por acción básica		
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas	0,094	0,077
Ganancia por acción básica	0,094	0,077
Ganancia por acción diluida		
Ganancia por acción diluida en operaciones continuadas	0,094	0,077
Ganancia por acción diluida	0,094	0,077

11. ESTADOS FINANCIEROS – BALANCE

	31 de marzo 2026	31 de diciembre 2025
	M\$	M\$
BALANCE		
Activos		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Activos corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	1.828.563.292	1.584.721.242
Otros activos financieros corrientes	24.956.527	27.200.742
Otros activos no financieros corrientes	131.324.087	129.529.902
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	408.191.667	476.643.518
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	39.147.556	22.985.797
Inventarios	1.756.081.797	1.697.342.138
Activos por impuestos corrientes	91.802.870	101.092.239
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	4.280.067.796	4.039.515.578
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	18.422.259	19.677.322
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	18.422.259	19.677.322
Total activos corrientes	4.298.490.055	4.059.192.900
Activos no corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	272.728.806	230.608.041
Otros activos no financieros no corrientes	67.264.748	63.945.131
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar no corrientes	71.865.667	71.112.179
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas no corrientes	35.397.811	28.597.688
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	395.914.812	403.644.028
Activos intangibles distintos de la plusvalía	192.535.361	215.060.749
Plusvalía	692.768.846	694.432.321
Propiedades, planta y equipo	3.888.762.873	3.940.815.650
Propiedad de inversión	6.406.806.449	6.379.193.359
Activos por impuestos diferidos	566.095.486	568.403.559
Total activos no corrientes	12.590.140.859	12.595.812.705
Total activos de negocios no bancarios	16.888.630.914	16.655.005.605
Activos Negocios Bancarios (Presentación)		
Efectivo y depósitos en bancos	728.935.324	724.988.434
Operaciones con liquidación en curso	90.481.814	65.023.499
Activos financieros para negociar a valor razonable con cambios en resultados	44.050.884	160.250.123
Derechos por pactos de retroventa y préstamos de valores	9.213.278	9.598.953
Instrumentos financieros de deuda	2.816.347	33.167.152
Contratos de derivados financieros	625.907.545	642.948.957
Adeudado por bancos	970.320	5.888.059
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Comerciales	75.403.265	76.314.971
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Vivienda	725.763.546	698.236.075
Créditos y cuentas por cobrar a clientes - Consumo	6.116.622.375	6.034.856.511
Activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral	1.480.510.970	1.178.948.701
Inversiones en sociedades	5.843.344	5.836.933
Intangibles	80.829.799	63.613.159
Activo fijo	58.720.604	51.909.991
Impuestos corrientes	33.615.976	26.397.348
Impuestos diferidos	119.572.993	128.447.267
Otros activos	248.013.679	251.566.653
Total activos negocios bancarios	10.447.272.063	10.157.992.786
Total activos	27.335.902.977	26.812.998.391

11. ESTADOS FINANCIEROS – BALANCE (CONT.)

	31 de marzo 2026	31 de diciembre 2025
	M\$	M\$
BALANCE		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Pasivos corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	386.586.551	333.719.401
Pasivos por arrendamiento corrientes	133.112.241	133.274.885
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	1.677.547.456	1.540.892.079
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	7.951.722	14.177.115
Otras provisiones corrientes	23.955.987	22.694.275
Pasivos por impuestos corrientes	37.399.369	53.829.982
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	194.598.085	265.866.503
Otros pasivos no financieros corrientes	194.702.130	260.960.644
Total pasivos corrientes	2.655.853.541	2.625.414.884
Pasivos no corrientes		
Otros pasivos financieros no corrientes	3.186.737.756	3.091.107.652
Pasivos por arrendamiento no corrientes	1.317.996.979	1.314.809.031
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar no corrientes	1.747.835	1.622.447
Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes	-	15.960.000
Otras provisiones no corrientes	21.577.221	21.346.297
Pasivos por impuestos diferidos	1.267.179.793	1.260.266.065
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	84.215.659	81.679.344
Otros pasivos no financieros no corrientes	90.788.979	90.213.034
Total pasivos no corrientes	5.970.244.222	5.877.003.870
Total pasivos de negocios no bancarios	8.626.097.763	8.502.418.754
Pasivos Negocios Bancarios (Presentación)		
Depósitos y otras obligaciones a la vista	2.656.769.620	2.631.547.607
Operaciones con liquidación en curso	88.965.663	56.621.253
Depósitos y otras captaciones a plazo	3.861.903.154	3.556.851.079
Contratos de derivados financieros	650.250.807	676.704.883
Obligaciones con bancos	206.456.310	185.197.225
Instrumentos de deuda emitidos	330.432.821	330.266.588
Instrumentos financieros de capital regulatorio emitidos	15.195.692	15.017.180
Otras obligaciones financieras	37.010.074	38.458.646
Pasivos por arrendamiento	29.150.929	23.588.007
Impuestos corrientes	30.552.024	15.861.671
Provisiones	33.199.891	44.190.788
Otros pasivos	526.191.714	566.415.183
Total pasivos negocios bancarios	8.466.078.699	8.140.720.110
Total pasivos	17.092.176.462	16.643.138.864
Patrimonio Neto		
Capital emitido	919.419.389	919.419.389
Ganancias acumuladas	7.015.325.182	6.860.714.535
Primas de emisión	93.482.329	93.482.329
Otras reservas	99.630.907	98.680.968
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	8.127.857.807	7.972.297.221
Participaciones no controladoras	2.115.868.708	2.197.562.306
Patrimonio total	10.243.726.515	10.169.859.527
Total de patrimonio y pasivos	27.335.902.977	26.812.998.391

11. ESTADOS FINANCIEROS – ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO

	31 de marzo 2026	31 de marzo 2025
	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	3.351.526.907	3.214.107.580
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(2.574.387.252)	(2.666.413.183)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(401.222.366)	(381.297.313)
Impuestos a las ganancias pagados	(65.748.926)	(49.384.866)
Otras salidas de efectivo	(144.501.470)	(110.124.347)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación de negocios no bancarios	165.666.893	6.887.871
Negocios Bancarios (Presentación)		
Utilidad consolidada del período	126.756.545	96.813.948
Cargos (abonos) a resultados que no significan movimientos de efectivo:		
Depreciaciones y amortizaciones	10.525.775	8.673.006
Provisiones por riesgo de crédito	133.681.002	114.885.683
Utilidad neta por inversiones en sociedades con influencia significativa	(243.441)	(240.191)
Otros cargos que no significan movimiento de efectivo	50.550.192	29.421.836
Variación neta de intereses, reajustes y comisiones devengadas sobre activos y pasivos	16.726.696	(6.044.458)
Cambios en activos y pasivos que afectan al flujo operacional:		
Disminución (aumento) de derechos por pactos de retroventa y préstamos de valores	385.675	(10.659.103)
Disminución neto en adeudado por bancos	4.917.739	8.600.020
Aumento en créditos y cuentas por cobrar a clientes	(261.498.780)	(139.956.310)
Disminución neta de instrumentos para negociación	35.727.079	86.137.697
Aumento (disminución) de depósitos y otras obligaciones a la vista	25.222.013	(57.642.230)
Aumento de depósitos y otras captaciones a plazo	307.761.529	106.461.912
(Disminución) aumento de obligaciones con bancos	(46.395.776)	77.685.364
Otras (salidas) entradas de efectivo	(62.663.437)	38.646.983
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de actividades de la operación negocios bancarios	341.452.811	352.784.157
Flujos de Efectivo Netos procedentes de actividades de operación	507.119.704	359.672.028
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	7.229.138	388.390
Aportes realizados en asociadas	(3.980.000)	(7.168.000)
Préstamos a entidades relacionadas	(27.515.285)	2.378.496
Importes procedentes de la venta de propiedades, planta y equipo	2.092.670	1.007.929
Compras de propiedades, planta y equipo	(24.298.692)	(19.732.403)
Compras de activos intangibles	(2.852.182)	(2.089.028)
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	2.252.782	3.835.356
Compras de otros activos a largo plazo	(28.022.055)	(16.522.785)
Dividendos recibidos	22.938.380	6.483
Intereses recibidos	16.916.448	10.965.905
Otras entradas (salidas) de efectivo	29.265	(106.665)
Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión de negocios no bancarios	(35.209.531)	(27.036.322)
Negocios Bancarios (Presentación)		
Aumento neto de activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral	(42.307.684)	(26.371.316)
Dividendos recibidos	(26.734.975)	(4.883.442)
Otras entradas de efectivo	147.328	144.212
Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión negocios bancarios	(68.895.331)	(31.110.546)
Flujos de Efectivo Netos utilizados en de actividades de inversión	(104.104.862)	(58.146.868)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Negocios no Bancarios (Presentación)		
Compra Participaciones no controladoras		
Importes procedentes de préstamos de largo plazo	76.685.200	-
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	103.608.047	281.491.457
Total importes procedentes de préstamos	180.293.247	281.491.457
Pagos de préstamos	(55.019.320)	(694.733.004)
Dividendos pagados	(254.385)	(55.497.999)
Intereses pagados	(39.133.614)	(51.468.449)
Otras salidas de efectivo	(6.096.190)	(6.206.348)
Subtotal flujos de efectivo netos utilizados en actividades de financiación de negocios no bancarios	(62.335.767)	(526.414.343)
Negocios Bancarios (Presentación)		
Rescate de letras de crédito	(2.012.292)	(1.990.794)
Obtención (Pago) de préstamos y otros pasivos	62.807.666	(17.359.925)
Otras salidas de efectivo	(2.161.470)	(2.105.054)
Subtotal flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación negocios bancarios	58.633.904	(21.455.773)
Flujos de Efectivo Netos utilizados en actividades de financiación	(3.701.863)	(547.870.116)
Incremento (disminución) neta en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	399.312.979	(246.344.956)
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	6.992.266	(28.743.642)
Incremento (disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo	406.305.245	(275.088.598)
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	2.912.135.353	3.193.021.899
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del periodo	3.318.440.598	2.917.933.301

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN BALANCE

	31 de diciembre 2025	31 de marzo 2026	Var %
	MM\$	MM\$	
Activos Corrientes No Bancarios	4.059.193	4.298.491	5,9%
Activos No Corrientes No Bancarios	12.595.813	12.590.141	0,0%
Activos Total No Bancarios	16.655.006	16.888.632	1,4%
Activos Total Negocios Bancarios	10.157.993	10.447.272	2,8%
Activos Total	26.812.999	27.335.904	2,0%
Pasivos Corrientes No Bancarios	2.625.415	2.655.854	1,2%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	5.877.004	5.970.244	1,6%
Pasivos Total No Bancarios	8.502.419	8.626.098	1,5%
Pasivos Total Negocios Bancarios	8.140.720	8.466.079	4,0%
Pasivos Total	16.643.139	17.092.177	2,7%
Patrimonio Total	10.169.860	10.243.727	0,7%
Total Pasivo y Patrimonio Total	26.812.999	27.335.904	2,0%

Activos

El **activo corriente no bancario** aumentó en MM\$239.298 en comparación a diciembre 2025, impulsado principalmente por un aumento en el efectivo y equivalentes al efectivo en MM\$243.842, efectivo destinado para el pago de dividendos más un aumento en el inventario de MM\$58.740 por mayor mercadería para la venta, compensado parcialmente por una disminución en los deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes por MM\$68.452, principalmente por estacionalidad.

Por su parte, el **activo no corriente no bancario** disminuye en MM\$5.672 explicado, en mayor parte, por la disminución en propiedades planta y equipo en MM\$52.053 principalmente por la depreciación del período en MM\$96.911, neta de adiciones por MM\$42.806, compensado por el incremento de los otros activos financieros no corrientes en MM\$42.121 principalmente por incremento de la valorización de derivados.

En **activo de los negocios bancarios** aumentó en MM\$289.279 en comparación a diciembre 2025, principalmente, debido al aumento de los activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral por MM\$301.562, además de un incremento en créditos y cuentas por cobrar a clientes por MM\$108.382. Lo anterior, compensado parcialmente por una disminución en activos financieros para negociar a valor razonable con cambios en resultados MM\$116.199.

Como resultado de lo anterior, el **activo total** aumentó en MM\$522.905.

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN BALANCE (CONT.)

	31 de diciembre 2025	31 de marzo 2026	Var %
	MM\$	MM\$	
Activos Corrientes No Bancarios	4.059.193	4.298.491	5,9%
Activos No Corrientes No Bancarios	12.595.813	12.590.141	0,0%
Activos Total No Bancarios	16.655.006	16.888.632	1,4%
Activos Total Negocios Bancarios	10.157.993	10.447.272	2,8%
Activos Total	26.812.999	27.335.904	2,0%
Pasivos Corrientes No Bancarios	2.625.415	2.655.854	1,2%
Pasivos No Corrientes No Bancarios	5.877.004	5.970.244	1,6%
Pasivos Total No Bancarios	8.502.419	8.626.098	1,5%
Pasivos Total Negocios Bancarios	8.140.720	8.466.079	4,0%
Pasivos Total	16.643.139	17.092.177	2,7%
Patrimonio Total	10.169.860	10.243.727	0,7%
Total Pasivo y Patrimonio Total	26.812.999	27.335.904	2,0%

Pasivos y patrimonio

El **pasivo corriente no bancario** aumentó en MM\$30.439 en comparación con diciembre 2025 explicado, en mayor parte, por un aumento en cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar en MM\$136.655, principalmente por incremento de dividendos por pagar, y otros pasivos financieros corrientes por MM\$52.867, por otra parte una disminución en provisiones corrientes por beneficios a los empleados en MM\$71.268. A su vez, el **pasivo no corriente no bancario** aumentó en MM\$93.240, principalmente por el aumento de los otros pasivos financieros no corrientes en MM\$95.630 por aumento de deuda financiera en Perú y Colombia.

Por su parte, el **pasivo de los negocios bancarios** aumentó en MM\$325.359, principalmente, por un aumento en depósitos y otras captaciones a plazo.

Como resultado de lo anterior, el **pasivo total** aumentó en MM\$449.038

El **patrimonio total** aumentó en MM\$73.867 respecto de diciembre de 2025, principalmente por el resultado del trimestre, neto de dividendos.

11. ESTADOS FINANCIEROS – EXPLICACIÓN FLUJO DE EFECTIVO

	31 de marzo 2025	31 de marzo 2026	Var %
	MM\$	MM\$	
Flujo de efectivo de actividades de operación - No Bancarios	6.888	165.667	2305,2%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Negocios Bancarios	352.784	341.453	-3,2%
Flujo de efectivo de actividades de operación - Total	359.672	507.120	41,0%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - No Bancarios	(27.036)	(35.210)	30,2%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Negocios Bancarios	(31.111)	(68.895)	121,4%
Flujo de efectivo de actividades de inversión - Total	(58.147)	(104.105)	79,0%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - No Bancarios	(526.414)	(62.336)	-88,2%
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Negocios Bancarios	(21.456)	58.634	NA
Flujo de efectivo de actividades de financiación - Total	(547.870)	(3.702)	-99,3%
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(246.345)	399.313	NA
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	(28.744)	6.992	NA
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	3.193.022	2.912.135	-8,8%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	2.917.933	3.318.441	13,7%

El **flujo operacional no bancario** presenta un aumento de MM\$158.779, originado principalmente por mayor recaudación de clientes por MM\$137.419. El flujo **operacional del negocio bancario** disminuyó MM\$11.331, por aumento de clientes neto de provisiones de riesgo por MM\$102.747 y mayor pago de obligaciones con bancos por MM\$124.081; lo anterior, es compensado por aumento en depósitos y captaciones a plazo por MM\$201.300.

El **flujo de inversión no bancario** presenta una variación negativa de MM\$8.174, principalmente por pago de préstamos a relacionadas por MM\$29.894, compensado en parte por mayores dividendos recibidos por MM\$22.932. Por su parte, el **flujo de inversión del negocio bancario** presenta una variación negativa de MM\$37.784, originada principalmente por los activos financieros a valor razonable con cambios en otro resultado integral que generan una variación por MM\$15.936, producto de mayores inversiones en el año actual, además de mayores compras de activos fijos por MM\$21.852.

El **flujo de financiamiento no bancario** presenta una variación positiva de MM\$464.078, originado principalmente por menores pagos de préstamos por MM\$639.714; esto es compensado por la compra de participaciones minoritarias por MM\$142.126. Por su parte, el **flujo de financiamiento del negocio bancario** presenta una variación positiva de MM\$80.090, principalmente por variación positiva de pagos de préstamos y otros pasivos por MM\$80.168 producto de mayores prestamos obtenidos.

11. ESTADOS FINANCIEROS – DETALLE FLUJO DE EFECTIVO

Flujo de caja – Operaciones por Motor (MM\$)⁽¹⁰⁾

31 de marzo 2026					
	Mejoramiento del Hogar	Falabella Retail	Tottus	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	130.787.657	(80.651.074)	2.029.043	312.786.307	136.347.589
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(3.869.538)	(5.453.547)	(4.525.016)	(68.895.331)	(22.849.930)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(108.015.961)	55.982.760	(16.744.737)	(84.112.356)	8.562.824
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	18.902.158	(30.121.861)	(19.240.710)	159.778.620	122.060.483
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	2.378.193	(617.425)	(2.391.467)	2.684.574	2.678.208
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	45.616.640	243.569.515	119.006.993	1.327.414.111	268.291.385
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	66.896.991	212.830.229	97.374.816	1.489.877.305	393.030.076

31 de marzo 2025					
	Mejoramiento del Hogar	Falabella Retail	Tottus	Banco Falabella	Plaza S.A.
Flujo de efectivo de actividades de operación	25.929.018	(172.569.989)	(18.134.926)	349.262.071	117.636.945
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(2.097.765)	(3.636.763)	(5.869.654)	(31.110.546)	(15.604.927)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(43.035.574)	97.716.815	(13.398.797)	(21.455.773)	(21.566.253)
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	(19.204.321)	(78.489.937)	(37.403.377)	296.695.752	80.465.765
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	619.896	(648.501)	(1.115.049)	(8.328.428)	(1.449.422)
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	38.302.227	130.124.194	65.623.832	1.843.004.032	258.190.106

Flujo de caja – Operaciones por País (MM\$)⁽¹¹⁾

31 de marzo 2026			
	Chile	Perú	Colombia
Flujo de efectivo de actividades de operación	310.513.792	57.673.764	(9.164.149)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(93.384.016)	34.083.398	(21.612.149)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	(144.096.252)	(20.278.767)	15.919.101
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	73.033.524	71.478.395	(14.857.197)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	2.799.198	(5.620.576)	4.734.898
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	1.110.982.651	488.670.351	117.668.881
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	1.186.815.373	554.528.170	107.546.582

31 de marzo 2025			
	Chile	Perú	Colombia
Flujo de efectivo de actividades de operación	343.386.703	(64.811.805)	(85.963.810)
Flujo de efectivo de actividades de inversión	(39.229.687)	1.261.440	(7.926.096)
Flujo de efectivo de actividades de financiación	9.609.662	(28.954.579)	42.261.576
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	313.766.678	(92.504.944)	(51.628.330)
Efectos variación en tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes	316.213	(9.831.226)	1.180.468
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	1.630.327.698	315.849.866	118.001.980

⁽¹⁰⁾ 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.

⁽¹¹⁾ 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
Florencia Pizarro
Patricio Fernández

E-mail

inversionistas@falabella.cl

Website

investors.grupofalabella.com