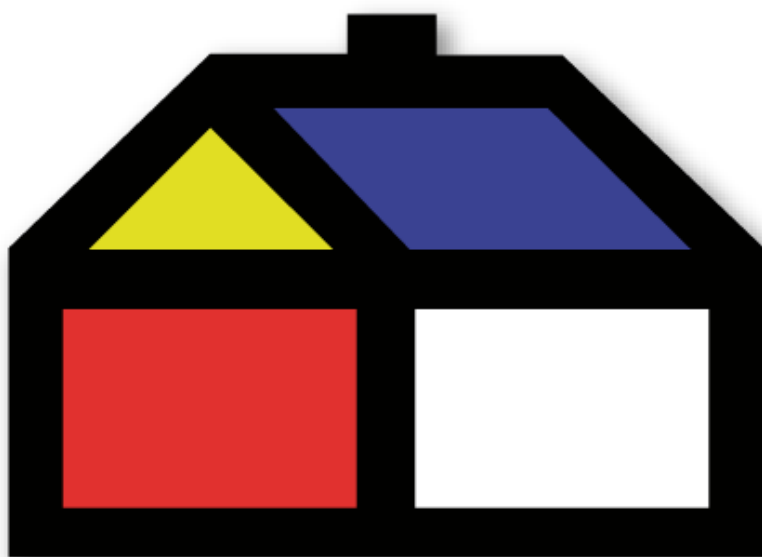


SODIMAC S.A.

Press Release

1^{er} Trimestre 2025



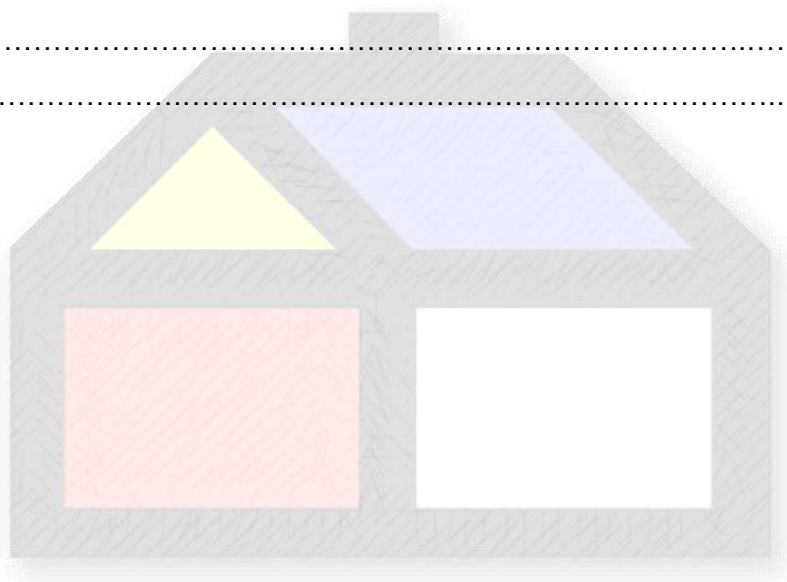
SODIMAC

Gerencia de Administración y Finanzas



ÍNDICE

| | |
|---------------------------------------|----|
| Resumen Ejecutivo..... | 3 |
| Composición Estado de Resultados..... | 4 |
| Análisis General..... | 6 |
| Indicadores Retail..... | 7 |
| Balance Consolidado..... | 12 |
| Sostenibilidad..... | 13 |
| Contacto..... | 14 |



SODIMAC

Resumen Ejecutivo

VENTAS

Las ventas consolidadas acumuladas a marzo aumentan un 8,3% comparado con igual periodo del año anterior, alcanzando los MM\$676.045.

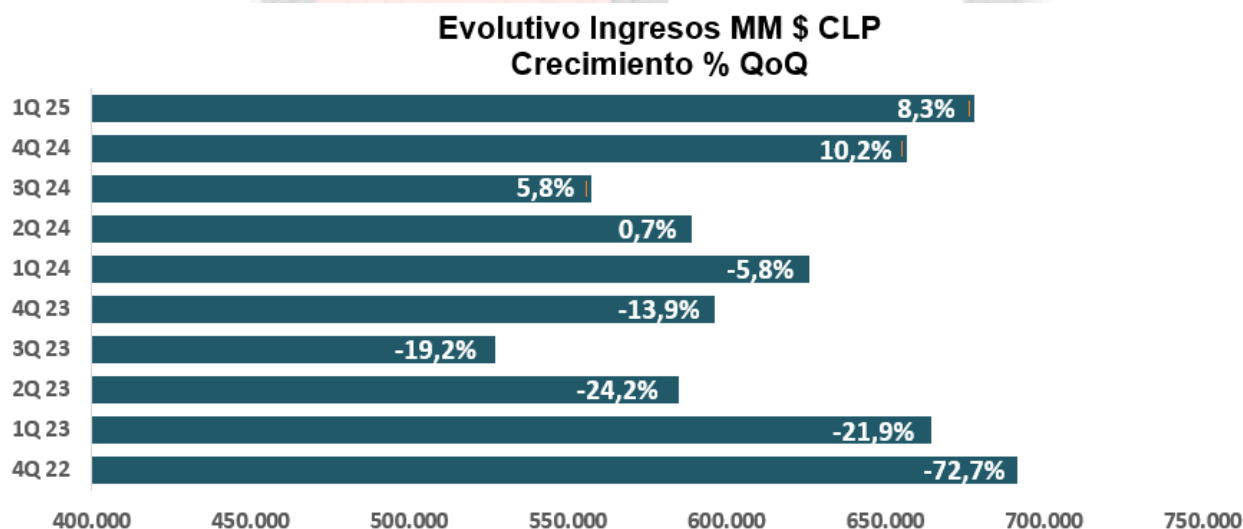
El SSS del primer trimestre fue de un 5,1%.

EBITDA

El EBITDA acumulado a marzo de 2025 aumenta un 22,5% comparado con igual periodo del año anterior, alcanzando los MM\$54.387, lo que representa un 8,0% del total de ingresos.

UTILIDAD

La utilidad acumulada después de impuestos a marzo alcanzó los MM\$12.006 lo que representó un 1,8% del total de los ingresos.



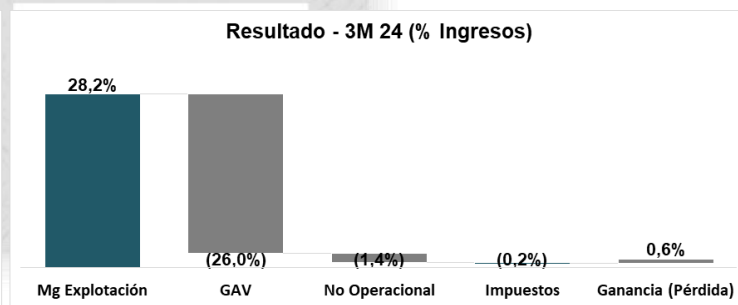
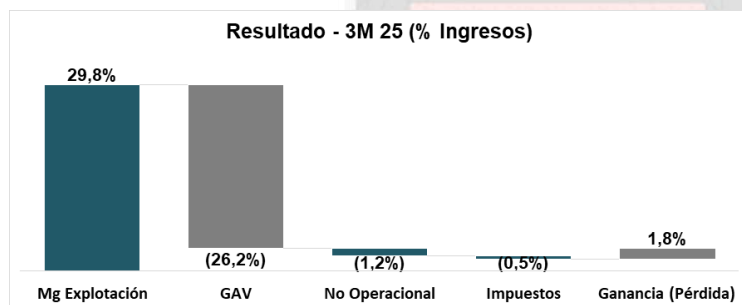
El crecimiento en ventas consolidadas de Sodimac S.A. en el primer trimestre fue un 8,3%.

Todas las cifras de este reporte son bajo criterio NIIF

Composición Estado de Resultados

Acumulado a marzo

| MM\$ CLP | 3M 25 | 3M 24 | YoY |
|------------------------------------|----------------|----------------|---------------|
| Ingresos de Explotación | 676.045 | 624.369 | 8,3% |
| EBITDA | 54.387 | 44.402 | 22,5% |
| % ingresos | 8,0% | 7,1% | |
| Resultado Antes de Impuesto | 15.508 | 5.010 | 209,6% |
| % ingresos | 2,3% | 0,8% | |
| Ganancia (Pérdida) | 12.006 | 4.001 | 200,1% |
| % ingresos | 1,8% | 0,6% | |



Composición Estado de Resultados

| MM \$ CLP | 3M 25 | % ingresos | 3M 24 | % ingresos | YoY |
|--|----------------|---------------|----------------|---------------|---------------|
| Ingresos de Explotación | 676.045 | 100,0% | 624.369 | 100,0% | 8,3% |
| Costos de Explotación | (474.820) | -70,2% | (448.599) | -71,8% | -5,8% |
| Margen de Explotación | 201.224 | 29,8% | 175.770 | 28,2% | 14,5% |
| Gastos de Administración y Ventas | (177.309) | -26,2% | (162.125) | -26,0% | -9,4% |
| Resultado Operacional | 23.916 | 3,5% | 13.645 | 2,2% | 75,3% |
| Depreciación y Amortización | (30.472) | -4,5% | (30.758) | -4,9% | 0,9% |
| EBITDA | 54.387 | 8,0% | 44.402 | 7,1% | 22,5% |
| Ingresos Financieros | 714 | 0,1% | 4.584 | 0,7% | -84,4% |
| Gastos Financieros | (14.474) | -2,1% | (11.081) | -1,8% | -30,6% |
| Otros Fuera Explotación | 2.157 | 0,3% | 1.803 | 0,3% | 19,6% |
| Diferencia de Cambio y Reajustes | 3.196 | 0,5% | (3.941) | -0,6% | 181,1% |
| Resultado No Operacional | (8.408) | -1,2% | (8.635) | -1,4% | 2,6% |
| Resultado Antes de Impuesto | 15.508 | 2,3% | 5.010 | 0,8% | 209,6% |
| Impuestos | (3.328) | -0,5% | (952) | -0,2% | -249,7% |
| Ganancia (Pérdida) | 12.006 | 1,8% | 4.001 | 0,6% | 200,1% |
| Ganancia (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras | 174 | 0,0% | 57 | 0,0% | 206,6% |

SODIMAC

Análisis General

En el primer trimestre se registró una variación anual de la inflación de 4,7%, levemente superior a lo esperado por el Banco Central.

Por otro lado, el sector de la construcción ha evidenciado importantes mejoras en comparación a los periodos anteriores; donde se ha logrado revertir el alto desempleo; aumentando la participación en alrededor de 15.000 trabajadores. Además, han incrementado los permisos de edificación habitacional y no habitacional.

RESULTADO OPERACIONAL

Acumulado a marzo, aumenta un 75,3% con respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando los MM\$23.916.

INGRESOS DE LA EXPLOTACIÓN

En el acumulado a marzo, la cadena mostró un aumento de un 8,3% respecto a igual periodo del año anterior, alcanzando los MM\$676.045.

COSTOS DE LA EXPLOTACIÓN

Acumulado a marzo, aumenta un 5,8%, respecto de igual periodo del año anterior, llegando a representar un 70,2% de los ingresos de explotación.

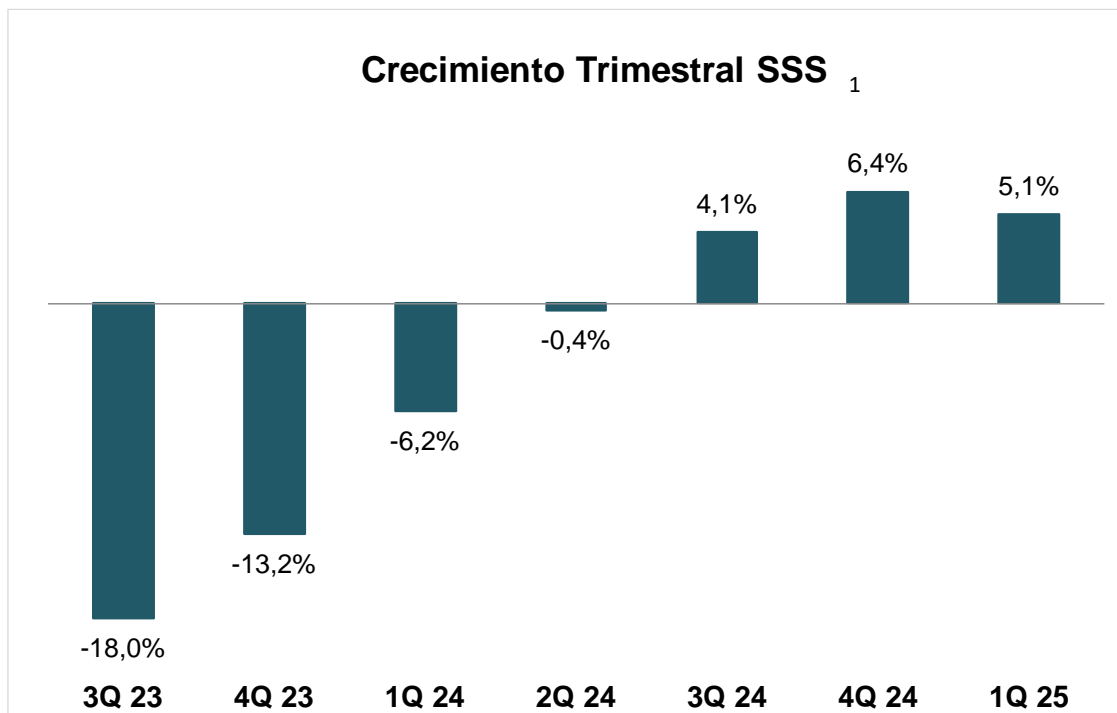
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

En el acumulado a marzo aumento un 9,4% respecto de igual periodo del año anterior, explicado principalmente por un mayor gasto en costo logístico, remuneraciones, comisiones, honorarios y servicios de terceros, publicaciones, publicidad y promoción, servicios básicos, arriendos y servicios de computación.

RESULTADO NO OPERACIONAL

Acumulado a marzo mejora un 2,6% con respecto al mismo periodo del año anterior, explicado principalmente por una perdida neta asociada a contratos de derivados; compensada con una mayor utilidad por tipo de cambio.

Indicadores Retail



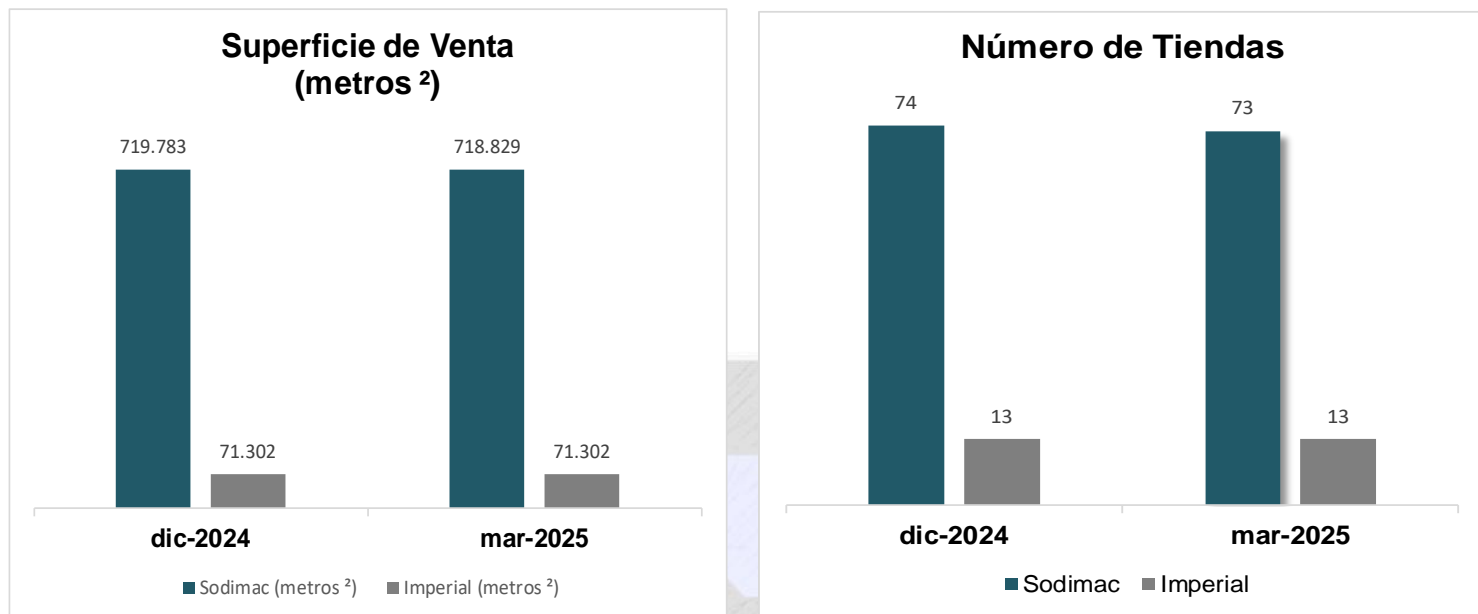
Crecimiento Trimestral SSS. Todos los crecimientos son en términos nominales y en moneda local.

El indicador SSS del 1Q aumentó en 5,1%, manteniendo los niveles alcanzados en los últimos dos trimestres del periodo anterior, lo cual ha sido reflejo de una estabilización en el nivel de demanda.

Adicionalmente, se presentó una inversión en infraestructura de 5,4% comparado con 0,6% del último informe de la Cámara Chilena de la Construcción (CChC); lo cual es un buen indicio para el sector de mejoramiento del hogar.

1. El cálculo no considera las tiendas que hayan tenido cambios significativos, con el periodo comparable, en su superficie de venta, ya sea por remodelaciones, ampliaciones, reducciones o cierres.

2. Se excluyen del cálculo las tiendas afectadas más del 10% de los días (cerradas), es decir, si estuvo cerrada completamente más de 9 días.



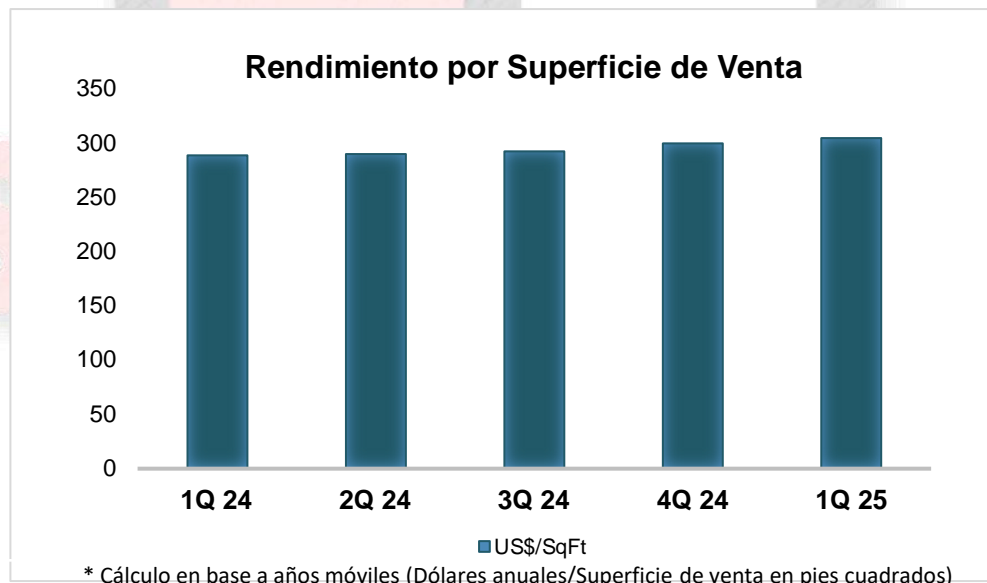
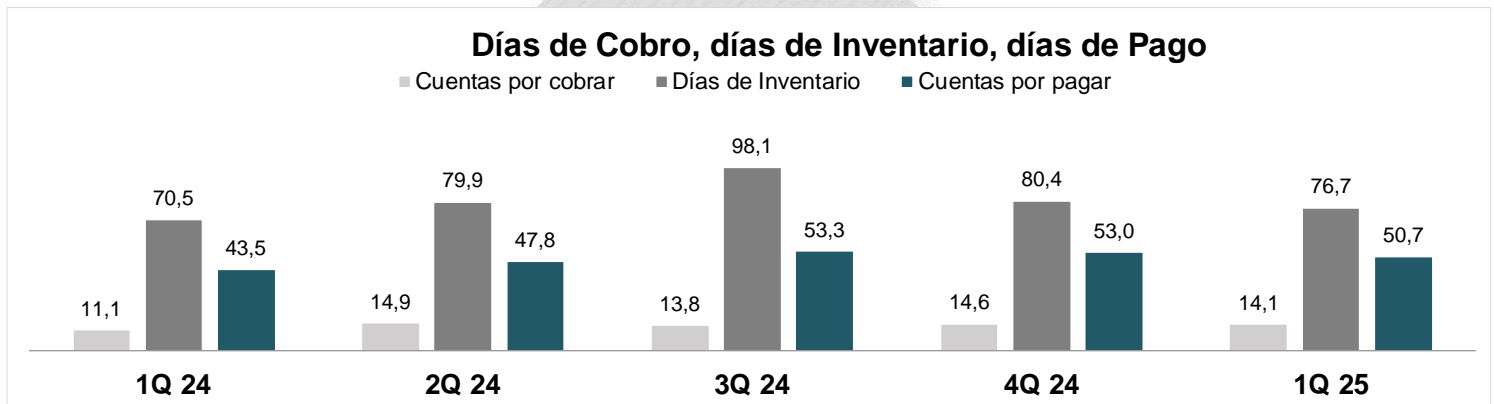
En el mes de octubre de 2024 se concretó la reubicación de la tienda HC Villarica, la cual fue inaugurada el 17 de octubre y contempla una superficie de venta de 11.164 m². Con este cambio se facilita un proceso de compra omnicanal rápido, eficiente y personalizado con ejes digitales.

Por otro lado, el 26 de enero de este año se realizó el cierre de operaciones de la tienda HE Chicureo.

Continuamos potenciando la experiencia omnicanal de nuestros clientes. Construimos, ampliamos o renovamos tiendas Sodimac e Imperial, e invertimos, en personas y en tecnología, para acelerar la adecuación de la promesa comercial y operacional.

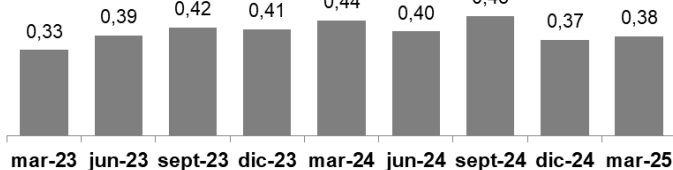
Durante el 2025 continuamos con el objetivo de reducir los días de inventario, reemplazando con productos que generen mejor rotación, así como también mejores costos. La rotación de estos mismos pasó de 4,43 (diciembre 2024) a 4,69 (Marzo 2025).

| MM\$ CLP | 3M 25 | 3M 24 | Variación |
|-------------------------|-------------|-------------|-------------|
| Existencias | 398.253 | 349.537 | 13,9% |
| Rotación (veces) | 4,69 | 4,43 | 5,9% |

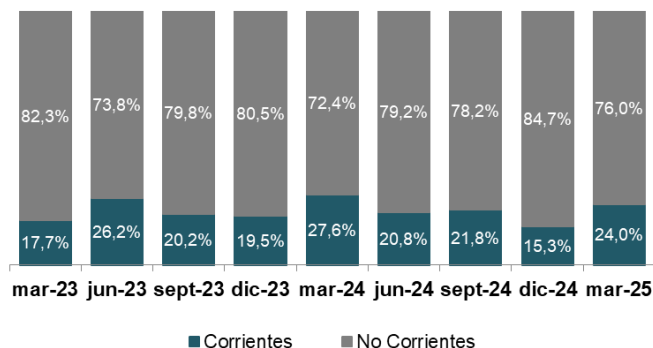


Si bien continuamos con un rendimiento por superficie de venta por debajo de los niveles pre pandemia, el último año ha presentado alzas constantes en el indicador, lo cual evidencia una gran mejora que se espera mantener durante 2025.

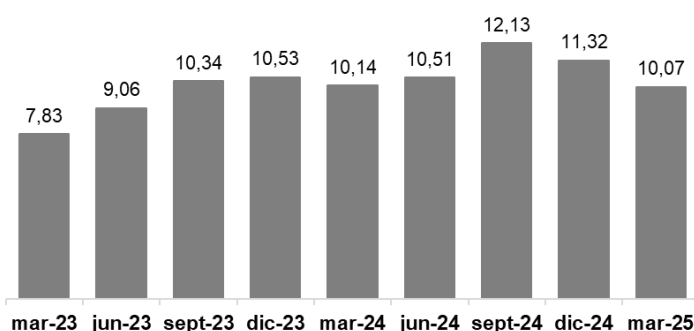
Deuda financiera / Patrimonio (Veces)



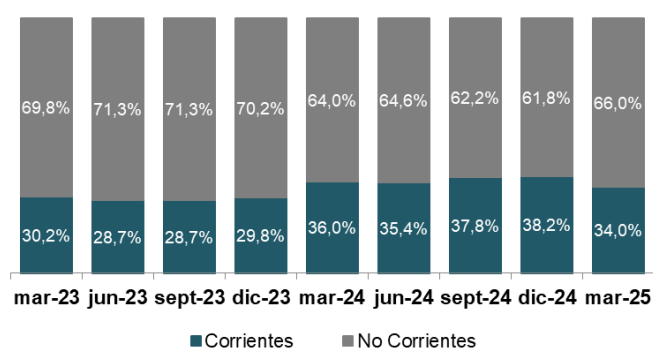
Estructura de Deuda Financiera (% Pasivos Financieros)



Pasivos / Patrimonio (Veces)



Estructura de Pasivos (% Pasivos Totales)

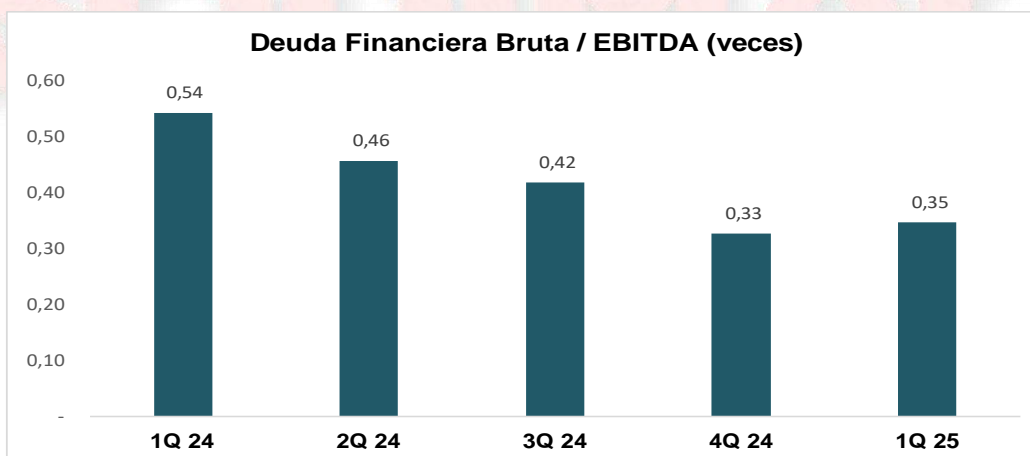


El leverage financiero (Deuda Financiera / Patrimonio) llegó a 0,38 veces, versus 0,37 veces a diciembre de 2024. Disminuye un 13,6% con respecto al año anterior, explicado por una disminución en los pasivos financieros de 11,0%, sumado a un aumento en el patrimonio de 2,9%.

El leverage corriente (Pasivos / Patrimonio) llegó a 10,07 veces de 11,32 en dic-24. Disminuye en 0,7% , dado que el patrimonio aumenta en 2,9%, sumado a un aumento, en menor medida, de los pasivos totales en 2,2%.

En la estructura de deuda financiera, el porcentaje de pasivos financieros no corrientes pasa de 84,7% en dic-24 a 76,0% (mar-25), y los pasivos financieros corrientes pasan de un 15,3% a un 24,0%% (mar-25). Esto se explica porque los pasivos financieros corrientes aumentan por incremento en préstamos bancarios.

La estructura de pasivos varía con respecto al cierre de 2024, lo que se explica porque los pasivos corrientes disminuyen por cuentas comerciales y otras cuentas por pagar por menor saldo de deuda con proveedores del exterior, cuentas por pagar a entidades relacionadas por cambios en la deuda estructurada con Falabella S.A., provisión por beneficios por disminución en provisión de bonos e incentivos y otros pasivos no financieros por disminución del pasivo por venta no despachada a clientes. De esta forma, el total de pasivos corrientes como porcentaje de los pasivos totales cambia desde un 38,2% en el último trimestre del año 2024 a un 34,0% en el primer trimestre de 2025.



La deuda financiera bruta en el primer trimestre de 2025 pasa a representar 0,35 veces el EBITDA, debido principalmente a un aumento en el EBITDA.

Balance Consolidado

| ACTIVOS | 31-03-2025 MM\$ | 31-12-2024 MM\$ |
|--|--------------------|--------------------|
| Activos Corrientes | | |
| Efectivo y equivalentes al efectivo | 10.808.193 | 10.813.593 |
| Otros activos financieros corrientes | 1.231.213 | 1.557.007 |
| Otros activos no financieros corrientes | 5.814.151 | 5.350.326 |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes | 101.386.382 | 105.855.033 |
| Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes | 42.356.746 | 45.599.230 |
| Inventarios | 398.252.557 | 406.244.531 |
| Activos por impuestos corrientes | 5.102.634 | 5.010.993 |
| Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta | 160.439 | 160.439 |
| Activos corrientes totales | 565.112 | 580.591 |
| Activos no Corrientes | | |
| Otros activos financieros no corrientes | 2.537.654 | 1.873.365 |
| Otros activos no financieros no corrientes | 1.461.941 | 1.830.083 |
| Cuentas por cobrar no corrientes | 452.625 | 457.212 |
| Activos intangibles distintos de la plusvalía | 5.054.345 | 5.306.915 |
| Plusvalía | 40.058.041 | 40.058.041 |
| Propiedades, plantas y equipos | 922.729.869 | 941.153.272 |
| Activos por impuestos diferidos | 55.236.665 | 58.014.166 |
| Activos no corrientes totales | 1.027.531 | 1.048.693 |
| Activos totales | 1.592.643 | 1.629.284 |
| PATRIMONIO Y PASIVOS | | |
| Pasivos Corrientes | | |
| Otros pasivos financieros corrientes | 13.270.931 | 7.454.368 |
| Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar | 250.270.050 | 267.736.977 |
| Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes | 106.275.125 | 165.053.578 |
| Pasivos por arrendamientos corrientes | 74.279.484 | 73.563.485 |
| Pasivos por impuestos corrientes | 176.721 | 267.891 |
| Provisiones por beneficios a los empleados corrientes | 27.222.168 | 33.941.414 |
| Otros pasivos no financieros corrientes | 17.220.652 | 19.909.198 |
| Otras provisiones corrientes | 3.624.570 | 3.461.024 |
| Pasivos corrientes totales | 492.340 | 571.388 |
| Pasivos no Corrientes | | |
| Otros pasivos financieros no corrientes | 41.919.735 | 41.379.084 |
| Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes | 139.502.450 | 100.752.450 |
| Pasivos por arrendamientos no corrientes | 733.145.068 | 742.381.994 |
| Otras provisiones no corrientes | 503.390 | 493.422 |
| Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes | 41.400.714 | 40.622.545 |
| Pasivos por impuestos diferidos | 0 | 0 |
| Otros pasivos no financieros no corrientes | | |
| Pasivos no corrientes totales | 956.471 | 925.629 |
| Total Pasivos | 1.448.811 | 1.497.017 |
| Patrimonio | | |
| Capital emitido | 200.769.836 | 200.769.836 |
| Ganancias acumuladas | 31.229.425 | 19.223.400 |
| Otras reservas | - 99.767.207 - | 99.153.067 |
| Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora | 132.232.054 | 120.840.169 |
| Participaciones no controladoras | 11.600.343 | 11.426.607 |
| Patrimonio total | 143.832 | 132.267 |
| Patrimonio y pasivos totales | 1.592.643 | 1.629.284 |

ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DESTACADOS EN SOSTENIBILIDAD

Sodimac concibe su actividad comercial como un avance continuo, equilibrando su desempeño económico, con su compromiso social, medioambiental y de gobernanza. Ello, inserto en su estrategia de negocio y englobando a todos sus públicos de interés (clientes, trabajadores, proveedores y comunidades).

La compañía ha orientado su gestión para desarrollar las mejores prácticas locales e internacionales en materia de sostenibilidad. En 2024, se publicó el 17° Reporte de Sostenibilidad de Sodimac, con el desempeño económico, social, medioambiental y de gobernanza, utilizando los más altos estándares de reportes del Global Reporting Initiative (GRI). Más información en <https://sodimac.falabella.com/sodimac-cl/page/reportes-de-sostenibilidad>

MEDIOAMBIENTE: Sodimac mide y gestiona su huella de carbono desde hace 15 años y asumió el compromiso de ser carbono neutral al 2030 en los alcances 1 y 2; es decir, por emisiones directas y bajo control operacional. Esto se inserta en el compromiso del ecosistema de todas las empresas Falabella de ser cero emisiones netas para 2035 en los alcances 1 y 2.

La compañía busca gestionar también sus emisiones de alcance 3, principalmente las asociadas a los productos que comercializa. Es parte de la iniciativa global “Make it Zero”, que trabaja colaborativamente con proveedores y otras empresas líderes del sector a nivel mundial para reducir esas emisiones. Recientemente, se lanzó el portal web makeit-zero.com para compartir mejores prácticas e información.

Los esfuerzos de Sodimac por disminuir su huella de carbono fueron reconocidos por el Ministerio del Medio Ambiente, cuyo programa “HuellaChile” le entregó el “Sello de Excelencia” por quinto año consecutivo, el único retailer de mejoramiento del hogar en obtenerlo.

Como parte de su programa ambiental, la firma continuó además fortaleciendo su oferta de productos y servicios sostenibles, los que llegaron a más de 7 mil alternativas diferentes. Asimismo, la compañía se abasteció en un 70% con energías renovables, lo que contempla un acuerdo de suministro a nivel nacional y paneles solares en todas sus instalaciones con factibilidad técnica. En su compromiso con la acción climática y la sostenibilidad en general, Sodimac se sumó al programa “Forward Faster” de Pacto Global Chile. La iniciativa busca acelerar la implementación de prácticas sostenibles en áreas clave de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.

SOCIAL: En otro ámbito de inversión social, se ha avanzado en la entrega del Barrio Numero 100 en la comuna de San Bernardo, gracias a la alianza permanente y estratégica de SODIMAC con TECHO que ya tiene más de 16 años.

ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DESTACADOS EN SOSTENIBILIDAD

Paralelamente y en conjunto con las autoridades municipales se entregaron las obras de renovación de dos plazas en las comunas de Lo Espejo y La Pintana, lo que beneficiará a aproximadamente 16.300 personas. Con nuestro apoyo, Fundación Junto al Barrio (JAB) acompañó como entidad patrocinante a los vecinos en el proceso de postulación de ambos proyectos al subsidio D.S.27. Las obras consideran iluminación para mayor seguridad, más áreas verdes, juegos infantiles y mobiliario nuevos, mejor calidad del suelo y accesibilidad universal.

Destacó también el aporte a la formación de los maestros y maestras de la construcción. En su edición número 12, la Gran Feria de Capacitación del CES (Circulo de Especialistas de Sodimac), formó presencialmente a 13.470 especialistas, un 13,7% más que en 2023. Más de 50.261 personas se especializaron de forma online. Además se sumó la capacitación a través del CES, cuyos socios superaron los 975 mil. En 2024 se realizaron más de 230 actividades de capacitación con sobre 20 mil capacitados.

“La Hora Silenciosa” de Sodimac, en tanto, se expandió a 41 tiendas de Arica a Chiloé. La iniciativa busca dar visibilidad a las personas del espectro autista con un espacio de mayor tranquilidad.

GOBERNANZA: La empresa siguió fortaleciendo su gobierno corporativo. Terminó el segundo proceso de “Debida Diligencia en Derechos Humanos y Empresa”, integrando también en este esfuerzo a su oficina en China. A su vez, reforzó internamente los lineamientos en gobierno corporativo y ética empresarial. Ello consideró potenciar las capacitaciones internas en las distintas dimensiones de su Programa de Integridad Corporativo, como relaciones con funcionarios públicos, libre competencia, delitos económicos, derechos de los clientes, entre otros.

Sodimac ha avanzado en su cumplimiento normativo a través de la gestión y desarrollo de Programas y Políticas en distintas materias (Libre Competencia, Prevención de Delitos, Protección de Datos Personales, Derechos Humanos, entre otros), disponibilizando sus políticas a todos sus grupos de interés a través de su página web, y la recertificación de su Modelo de Prevención de Delitos por la entidad externa especializada BH Compliance. Adicionalmente, a través de su Código EticAcción y Canal de Integridad, ha reforzado su cultura basada en principios de integridad y ética corporativa.

Contacto

FABIO DE PETRIS DUARTE

FADEPETRISD@SODIMAC.CL

CARLOS BARRERA

BUSTAMANTE

CHBARRERAB@SODIMAC.CL

SODIMAC S.A.

Av. Presidente Eduardo Frei Montalva 3092, Renca, Santiago

Tel. +56 2 2738 1000

sodimac@sodimac.cl

www.sodimac.cl

