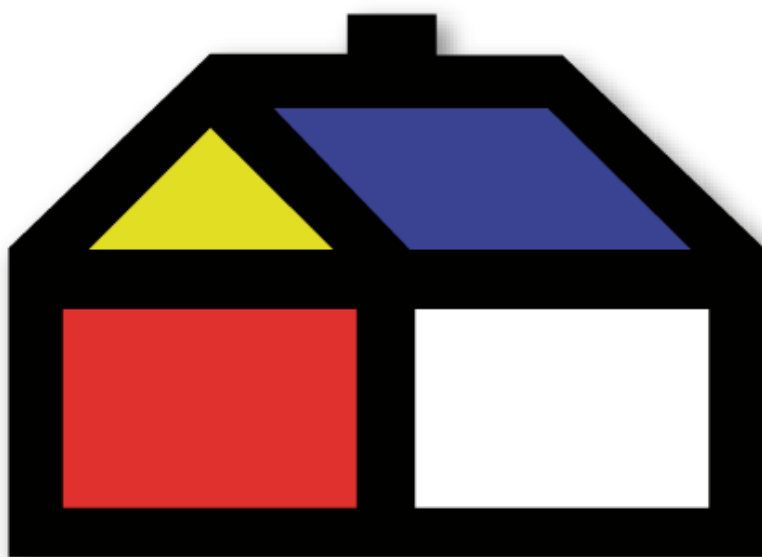


SODIMAC S.A.

Press Release

2^{do} Trimestre 2025



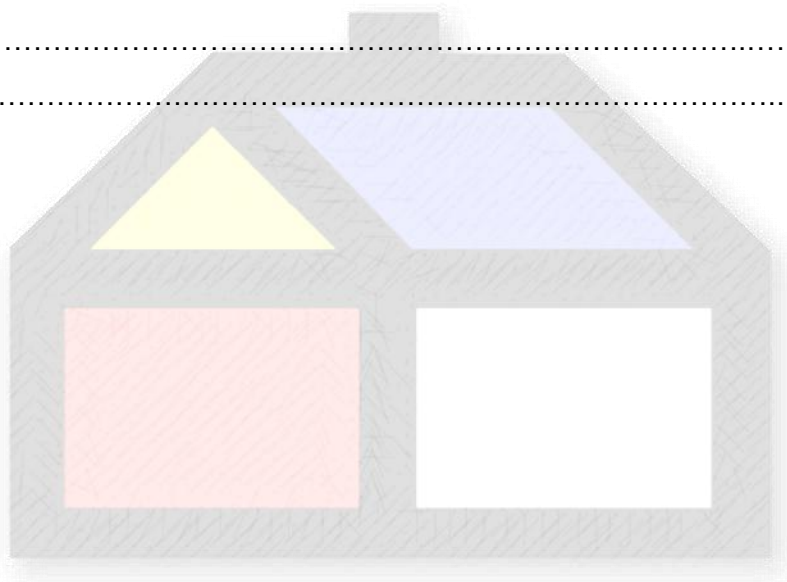
SODIMAC

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 junio aumentan un 7,7% comparado con igual periodo del año anterior, alcanzando los MM\$1.305.176.

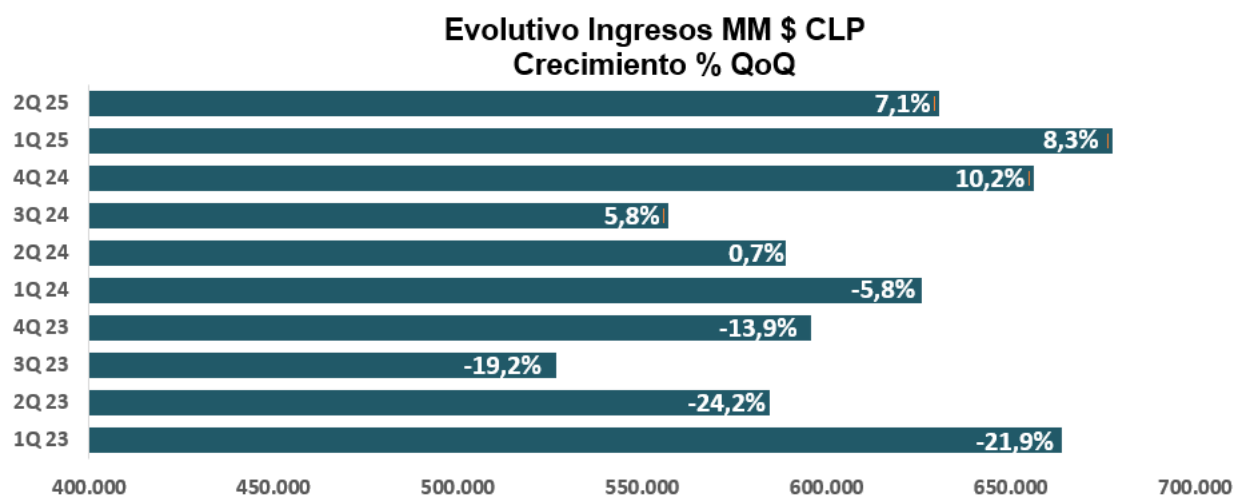
El SSS del segundo trimestre fue de un 4,3%.

EBITDA

El EBITDA acumulado a junio de 2025 aumenta un 20,2% comparado con igual periodo del año anterior, alcanzando los MM\$88.232, lo que representa un 6,8% del total de ingresos.

UTILIDAD

La utilidad acumulada después de impuestos a junio alcanzó los MM\$9.043 lo que representó un 0,7% del total de los ingresos.



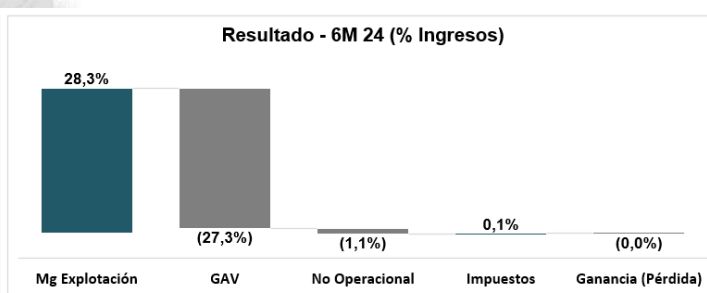
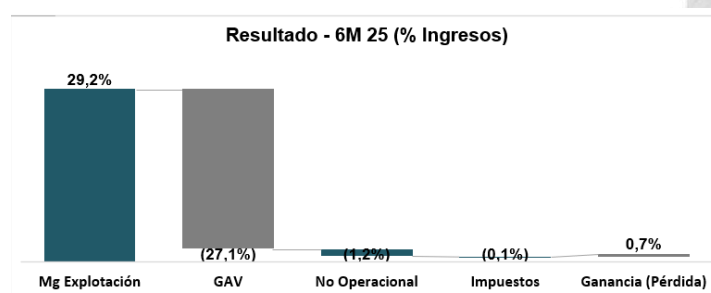
El crecimiento en ventas consolidadas de Sodimac S.A. en el segundo trimestre fue un 7,1%.

Todas las cifras de este reporte son bajo criterio NIIF

Composición Estado de Resultados

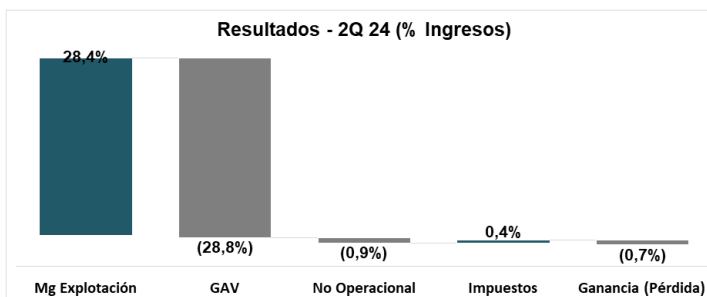
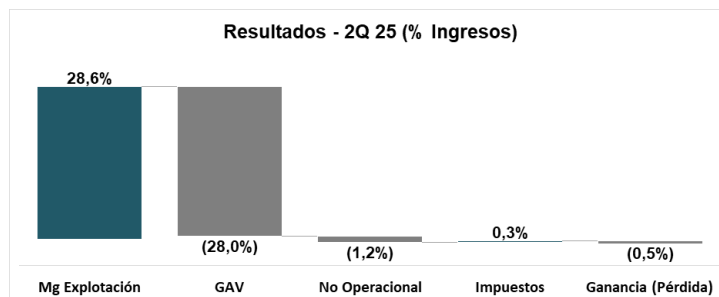
Acumulado a junio

MM\$ CLP	6M 25	6M 24	YoY
Ingresos de Explotación	1.305.176	1.211.718	7,7%
EBITDA	88.232	73.383	20,2%
% ingresos	6,8%	6,1%	
Resultado Antes de Impuesto	11.401	-2.060	653,3%
% ingresos	0,9%	-0,2%	
Ganancia (Pérdida)	9.043	-307	3046,0%
% ingresos	0,7%	0,0%	



Segundo trimestre

MM\$ CLP	2Q 25	2Q 24	YoY
Ingresos de Explotación	629.131	587.349	7,1%
EBITDA	33.845	28.981	16,8%
% ingresos	5,4%	4,9%	
Resultado Antes de Impuesto	-4.107	-7.070	41,9%
% ingresos	-0,7%	-1,2%	
Ganancia (Pérdida)	-2.963	-4.308	31,2%
% ingresos	-0,5%	-0,7%	



Composición Estado de Resultados

MM \$ CLP	6M 25	% ingresos	6M 24	% ingresos	YoY
Ingresos de Explotación	1.305.176	100,0%	1.211.718	100,0%	7,7%
Costos de Explotación	(924.192)	-70,8%	(868.882)	-71,7%	-6,4%
Margen de Explotación	380.984	29,2%	342.835	28,3%	11,1%
Gastos de Administración y Ventas	(353.578)	-27,1%	(331.109)	-27,3%	-6,8%
Resultado Operacional	27.405	2,1%	11.727	1,0%	133,7%
Depreciación y Amortización	(60.827)	-4,7%	(61.657)	-5,1%	1,3%
EBITDA	88.232	6,8%	73.383	6,1%	20,2%
Ingresos Financieros	1.434	0,1%	1.631	0,1%	-12,1%
Gastos Financieros	(26.747)	-2,0%	(21.524)	-1,8%	-24,3%
Otros Fuera Explotación	5.532	0,4%	9.280	0,8%	-40,4%
Diferencia de Cambio y Reajustes	3.778	0,3%	(3.174)	-0,3%	219,0%
Resultado No Operacional	(16.004)	-1,2%	(13.787)	-1,1%	-16,1%
Resultado Antes de Impuesto	11.401	0,9%	(2.060)	-0,2%	653,3%
Impuestos	(1.606)	-0,1%	1.637	0,1%	-198,1%
Ganancia (Pérdida)	9.043	0,7%	(307)	0,0%	3046,0%
Ganancia (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	752	0,1%	(117)	0,0%	745,1%

MM \$ CLP	2Q 25	% ingresos	2Q 24	% ingresos	YoY
Ingresos de Explotación	629.131	48,2%	587.349	48,5%	7,1%
Costos de Explotación	(449.372)	-34,4%	(420.283)	-34,7%	-6,9%
Margen de Explotación	179.759	13,8%	167.066	13,8%	7,6%
Gastos de Administración y Ventas	(176.270)	-13,5%	(168.984)	-13,9%	-4,3%
Resultado Operacional	3.489	0,3%	(1.918)	-0,2%	281,9%
Depreciación y Amortización	(30.355)	-2,3%	(30.899)	-2,6%	1,8%
EBITDA	33.845	2,6%	28.981	2,4%	16,8%
Ingresos Financieros	720	0,1%	(2.953)	-0,2%	124,4%
Gastos Financieros	(12.273)	-0,9%	(10.442)	-0,9%	-17,5%
Otros Fuera Explotación	3.375	0,3%	7.476	0,6%	-54,9%
Diferencia de Cambio y Reajustes	582	0,0%	767	0,1%	-24,1%
Resultado No Operacional	(7.596)	-0,6%	(5.152)	-0,4%	-47,4%
Resultado Antes de Impuesto	(4.107)	-0,3%	(7.070)	-0,6%	41,9%
Impuestos	1.722	0,1%	2.589	0,2%	-33,5%
Ganancia (Pérdida)	(2.963)	-0,2%	(4.308)	-0,4%	31,2%
Ganancia (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	578	0,0%	(173)	0,0%	433,8%

Todas las cifras de este reporte son bajo criterio NIIF

Análisis General

En el segundo trimestre se registró una variación anual de la inflación de 4,1%, levemente mejor a lo esperado por el Banco Central.

Por otro lado, el sector de la construcción ha evidenciado una leve baja en la inversión en infraestructura, así como también un leve aumento en el desempleo. Sin embargo, han aumentado los permisos de edificación, con lo cual se espera que la actividad del sector se estabilice para los próximos meses.

RESULTADO OPERACIONAL

Acumulado a junio, aumenta un 133,7% con respecto al mismo periodo del año anterior, alcanzando los MM\$27.405.

INGRESOS DE LA EXPLOTACIÓN

En el acumulado a junio, la cadena mostró un aumento de un 7,7% respecto a igual periodo del año anterior, alcanzando los MM\$1.305.176.

COSTOS DE LA EXPLOTACIÓN

Acumulado a junio, aumenta un 6,4%, respecto de igual periodo del año anterior, llegando a representar un 70,8% de los ingresos de explotación.

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

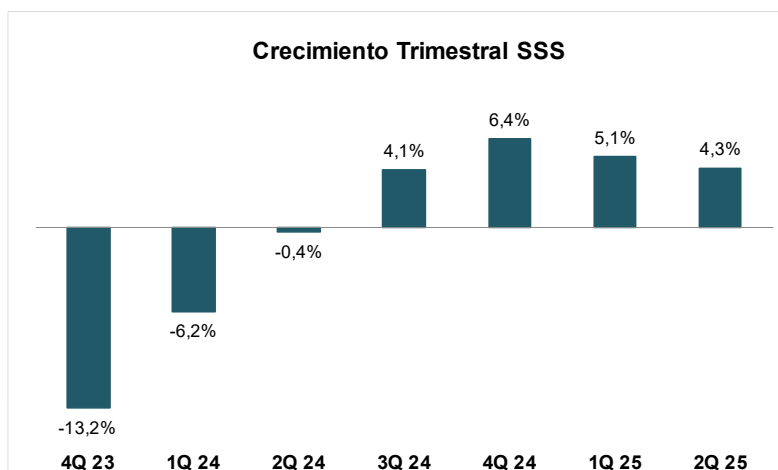
En el acumulado a junio aumentó un 6,8% respecto de igual periodo del año anterior, explicado principalmente por un mayor gasto en costo logístico, remuneraciones, comisiones y publicidad y promoción.

RESULTADO NO OPERACIONAL

Acumulado a junio empeora un 16,1% con respecto al mismo periodo del año anterior, explicado principalmente por pérdida neta asociada a contratos de derivados, compensado por mayor utilidad por tipo de cambio y menores intereses con Falabella.

Indicadores Retail

1

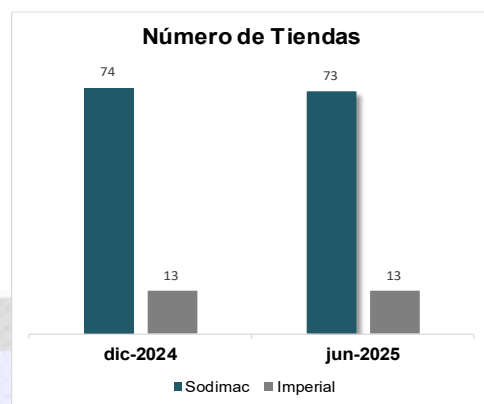
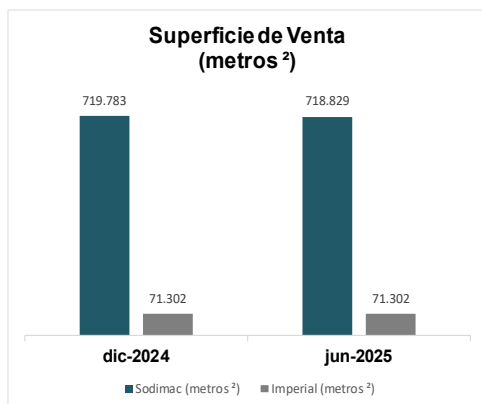


Crecimiento Trimestral SSS. Todos los crecimientos son en términos nominales y en moneda local.

El indicador SSS del 2Q aumentó en 4,3%, manteniendo los niveles alcanzados los últimos 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 5,0% comparado con 5,4% del último informe de la Cámara Chilena de la Construcción (CChC). Lo cual indica una estabilización en el nivel de actividad del sector.

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.



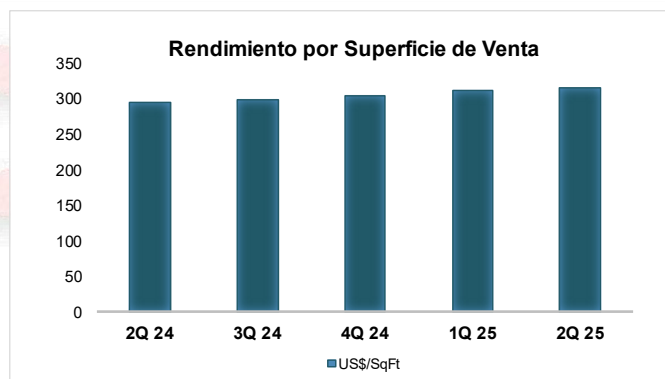
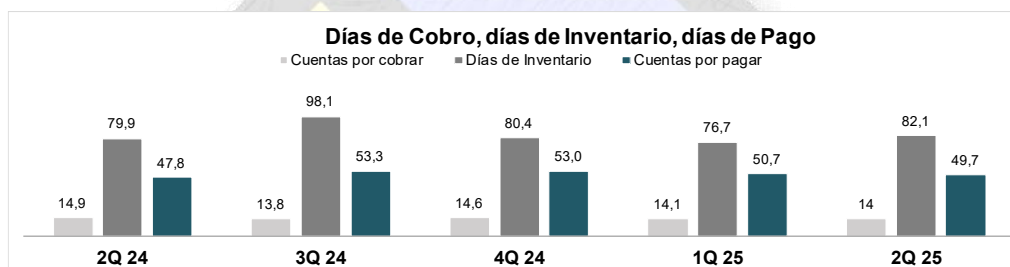
En el mes de octubre de 2024 se concretó la reubicación de la tienda HC Villarica, la cual fue inaugurada el 17 de octubre y contempla una superficie de venta de 11.164 m². Con este cambio se facilita un proceso de compra omnicanal rápido, eficiente y personalizado con ejes digitales.

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 4,47 (Junio 2025).

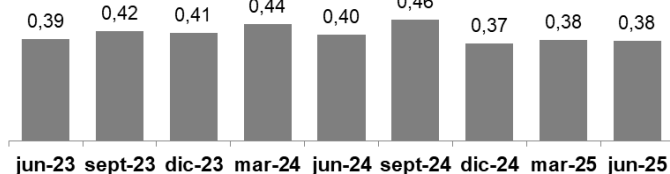
MM\$ CLP	6M 25	6M 24	Variación
Existencias	421.879	373.087	13,1%
Rotación (veces)	4,47	4,43	0,9%



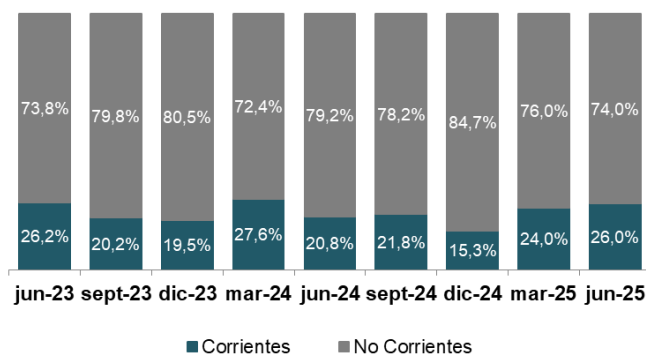
* Cálculo en base a años móviles (Dólares anuales/Superficie de venta en pies cuadrados)

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

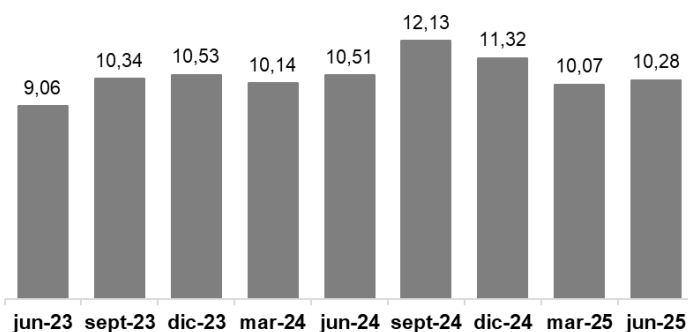
Deuda financiera / Patrimonio (Veces)



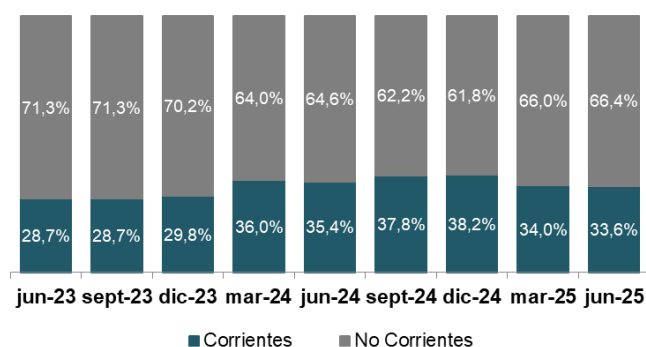
Estructura de Deuda Financiera (% Pasivos Financieros)



Pasivos / Patrimonio (Veces)



Estructura de Pasivos (% Pasivos Totales)

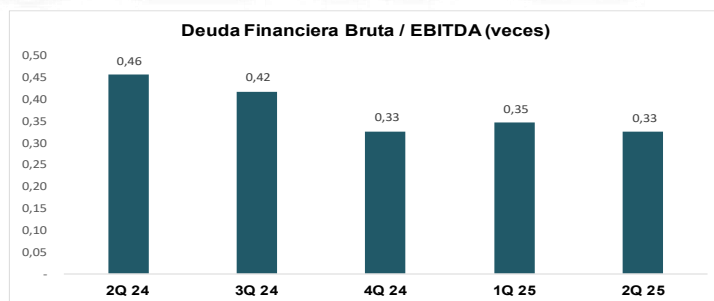
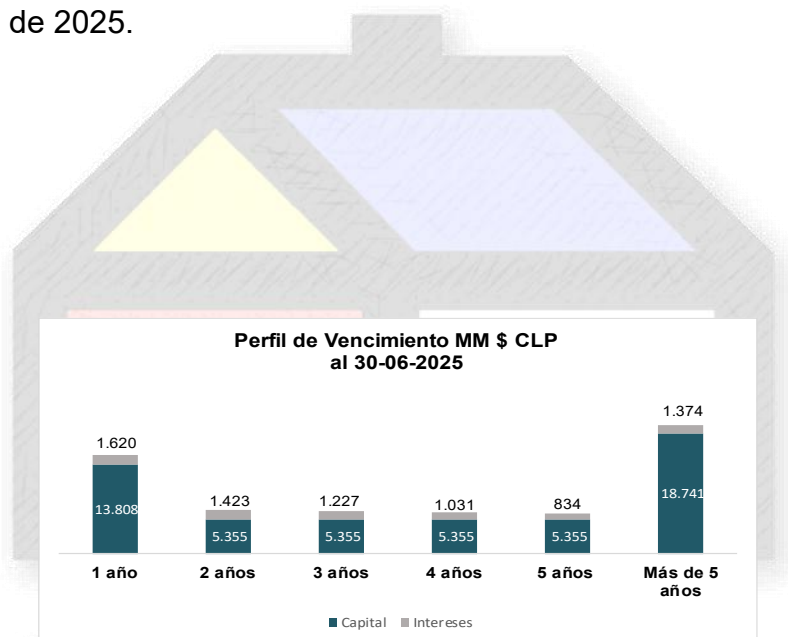


El leverage financiero (Deuda Financiera / Patrimonio) llegó a 0,38 veces, versus 0,37 veces a diciembre de 2024. Aumenta un 2,9% con respecto al año anterior, explicado por una aumento en los pasivos financieros de 9,8%, sumado a un alza en el patrimonio en menor medida de 6,7%.

El leverage corriente (Pasivos / Patrimonio) llegó a 10,28 veces de 11,32 en dic-24. Disminuye un 9,2%, dado que los pasivos totales disminuyen en 3,1%, sumado a un alza en el patrimonio de 6,7%.

En la estructura de deuda financiera, el porcentaje de pasivos financieros no corrientes pasa de 84,7% en dic-24 a 74,0% (jun-25), y los pasivos financieros corrientes pasan de un 15,3% a un 26,0% (jun-25). Esto se explica porque los pasivos financieros no corrientes disminuyen por amortización de la deuda de bonos; mientras que los pasivos financieros corrientes aumentan por alza de préstamos bancarios.

La estructura de pasivos varía con respecto al cierre de 2024, lo que se explica porque los pasivos corrientes disminuyen por menor cuenta comercial debido a una baja en el saldo de la deuda con proveedores nacionales, menor cuenta por pagar a entidades relacionadas, por cambios en la que deuda estructurada con Falabella, menores provisiones corrientes por baja en la provisión de reclamaciones legales de la filial Imperial, menor provisión por bonos e incentivos a empleados y disminución en 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 33,6% en el segundo trimestre de 2025.



La deuda financiera bruta en el segundo trimestre de 2025 pasa a representar 0,33 veces el EBITDA, debido principalmente a un aumento en el EBITDA.

Balance Consolidado

ACTIVOS	30-06-2025 MM\$	31-12-2024 MM\$
Activos Corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	9.666.976	10.813.593
Otros activos financieros corrientes	231	1.557.007
Otros activos no financieros corrientes	4.050.267	5.350.326
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	94.740.898	105.855.033
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	28.985.482	45.599.230
Inventarios	421.878.752	406.244.531
Activos por impuestos corrientes	4.033.191	5.010.993
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta	160.439	160.439
Activos corrientes totales	563.516	580.591
Activos no Corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	2.607.908	1.873.365
Otros activos no financieros no corrientes	1.214.696	1.830.083
Cuentas por cobrar no corrientes	446.913	457.212
Activos intangibles distintos de la plusvalía	4.714.954	5.306.915
Plusvalía	40.058.041	40.058.041
Propiedades, plantas y equipos	921.624.228	941.153.272
Activos por impuestos diferidos	57.057.236	58.014.166
Activos no corrientes totales	1.027.724	1.048.693
Activos totales	1.591.240	1.629.284
PATRIMONIO Y PASIVOS		
Pasivos Corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	13.933.485	7.454.368
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	246.131.239	267.736.977
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	106.268.160	165.053.578
Pasivos por arrendamientos corrientes	72.729.989	73.563.485
Pasivos por impuestos corrientes	105.737	267.891
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	30.965.209	33.941.414
Otros pasivos no financieros corrientes	15.838.587	19.909.198
Otras provisiones corrientes	1.568.663	3.461.024
Pasivos corrientes totales	487.541	571.388
Pasivos no Corrientes		
Otros pasivos financieros no corrientes	39.667.308	41.379.084
Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes	139.502.450	100.752.450
Pasivos por arrendamientos no corrientes	741.255.223	742.381.994
Otras provisiones no corrientes	510.405	493.422
Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes	41.697.759	40.622.545
Pasivos por impuestos diferidos	0	0
Otros pasivos no financieros no corrientes		
Pasivos no corrientes totales	962.633	925.629
Total Pasivos	1.450.174	1.497.017
Patrimonio		
Capital emitido	200.769.836	200.769.836
Ganancias acumuladas	28.265.942	19.223.400
Otras reservas	- 100.148.122 -	99.153.067
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	128.887.656	120.840.169
Participaciones no controladoras	12.178.342	11.426.607
Patrimonio total	141.066	132.267
Patrimonio y pasivos totales	1.591.240	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. A partir del 2024 nuestra memoria anual integra la información financiera y de sostenibilidad en conformidad con la norma N°461 y su modificación N°519 de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), sin incluir los estándares NIIF S1 y S2. El documento abarca el período del 1 de enero al 31 de diciembre de 2024 e incluye a la filial Imperial S.A. Además, cumple con la Comunicación de Progreso del Pacto Global de las Naciones Unidas y refuerza el compromiso de la empresa con sus diez principios. Más información en <https://www.sodimac.cl/sodimac-cl/content/memoria>

MEDIOAMBIENTE:

Sodimac mide y gestiona su huella de carbono desde hace 16 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. Lanzamos, en un codesarrollo con la startup chilena Photio, una nueva línea de esmalte al agua de nuestra marca propia Kölor que contribuye a purificar el ambiente al interior del hogar. Este producto que cuida la salud y el medioambiente es parte de nuestra oferta de más de 6.450 alternativas diferentes en artículos y servicios sostenibles.

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.

ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DESTACADOS EN SOSTENIBILIDAD

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:

El programa “Construyendo Sueños de Hogar” de Sodimac recibió un récord de postulaciones este año 2025, con un total de 1.821 proyectos presentados por organizaciones sociales a lo largo de Chile. Este resultado más que duplicó las últimas postulaciones. Creada hace 18 años, esta es una de las iniciativas de impacto social y voluntariado corporativo más importantes del país, mejorando infraestructura y entornos comunitarios en sectores de mayor vulnerabilidad. Desde su inicio, “Construyendo Sueños de Hogar” ha ejecutado 921 proyectos, favoreciendo directamente a más de 335 mil personas. Ha beneficiado a organizaciones dedicadas a la protección de niños, adultos mayores, personas en situación de calle y con discapacidad; colegios, salas cuna y jardines infantiles; juntas de vecinos; centros de salud y deportivos; e instalaciones de bomberos, entre otras. Sodimac entrega materiales y su transporte, a lo que se suma la labor de una red de alrededor de 3.300 voluntarios de la empresa y el rol de las propias comunidades.

Con el apoyo de Sodimac, Fundación Junto al Barrio (JAB) acompañó como entidad patrocinante a los vecinos de la Junta de Vecinos Andes del Sur, que a través del D.S. 27 – Programa de Mejoramiento de Viviendas y Barrios, impulsado por el SERVIU Metropolitano, desarrolló la renovación de la Plaza Roberto Parra. El nuevo espacio cuenta con diversos beneficios para la comunidad, promoviendo la integración, el uso familiar y el fortalecimiento del tejido social. Esta obra beneficiará directamente a alrededor de 2 mil vecinos.

En el marco de la Semana de la Construcción, la Cámara Chilena de la Construcción destacó a una trabajadora de Sodimac con el premio “Mujer Construye” en la categoría Mujer en la Cadena de Valor. El premio es también un reconocimiento a Sodimac por su compromiso con la participación femenina en la industria.

En la premiación estuvo la ministra de la Mujer y la Equidad de Género, Antonia Orellana, y el presidente de la Cámara Chilena de la Construcción, Alfredo Echavarría, entre otras autoridades.

Sodimac tiene el compromiso de avanzar en equidad de género al interior de la organización, para lo cual cuenta con una política especial y acciones concretas. Asimismo, promueve la participación femenina en la construcción, capacitando anualmente a miles de maestras en su Círculo de Especialistas y la Gran Feria de Capacitación.

ELEMENTOS ESTRATÉGICOS DESTACADOS EN SOSTENIBILIDAD

Destacó también el aporte a la formación de los maestros y maestras de la construcción. En su edición número 13, la Gran Feria de Capacitación del CES (Círculo de Especialistas de Sodimac), formó presencialmente a 12.900 especialistas y más de 47.000 personas se especializaron de forma online. En el marco de la Feria se logró superar la cantidad de 1.000.000 de socios del Círculo de Especialistas Sodimac (CES).

La Gran Feria de Capacitación 2025 contó con la participación de 88 marcas auspiciadoras y ofreció 167 capacitaciones gratuitas organizadas en seis salas temáticas.

“La Hora Silenciosa” de Sodimac se expandió a 55 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.

Adicionalmente, Sodimac recibió las siguientes distinciones en 2025:

- Marcas más valoradas por las personas en el estudio CHILE3D 2025, al ser destacada como “Marca de Excelencia” y ganar la categoría “Mejoramiento del Hogar y Construcción”.
- La organización Acción Empresas premió a Sodimac por su compromiso con la sostenibilidad en el marco del Encuentro Anual de Socios en el que se celebraron los 25 años de Acción.
- La empresa lideró en la categoría “Mejoramiento del Hogar” de Marcas Ciudadanas 2005-Primer Semestre de Cadem y ganó en el segmento “Hogar” de B-Brands 2025.
- Además, se premió su espíritu innovador y apoyo a startups en el ranking Best Venture Builder 2025.

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

