

Memoria Anual 2025



► Identificación de la entidad

Sodimac S.A.

Rut:	96.792.430-K
Dirección:	Avda. Presidente Riesco 5685, piso 14, Las Condes, Santiago
Teléfono:	+56 2 27381000
Casilla:	3110-Santiago
Sitio web:	www.sodimac.com
E-mail:	sodimac@sodimac.cl
Clasificadores de riesgo:	Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Ltda. Clasificadora de Riesgo Humphreys Ltda.
Auditores externos:	Deloitte Auditores y Consultores Ltda.
Contacto Investor Relations (IR):	Gerenta de Administración, Control de Gestión, Desarrollo y Proyectos: Francisca Núñez Regauer, fnunezreg@sodimac.cl, teléfono: +56 2 27381000

► Sobre este informe

Tras 17 años elaborando separadamente memorias anuales financieras y reportes de sostenibilidad para dar cuenta de la gestión económica, social y ambiental, conforme a la opción Esencial de los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI), este documento es la segunda Memoria Anual Integrada de Sodimac S.A.

Este informe, que se elaboró de acuerdo con la norma N°461 y su modificación N°519 de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), sin incluir en esta versión anual estándares NIIF S1 y S2, da cuenta del periodo desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2025 (reportes anteriores en Sodimac.cl) e incluye la gestión de la filial Imperial S.A.

El documento permite cumplir con la Comunicación de Progreso del Pacto Global de las Naciones Unidas y el compromiso de la organización con los diez principios que éste define, que buscan fortalecer los derechos humanos, las normas laborales, la protección del medioambiente y la lucha contra la corrupción.

Agradecemos sus comentarios y sugerencias:

Juan Carlos Corvalán R.
Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento
E-mail: jcorvalan@sodimac.cl

Marcela Erazo P.
Jefa de Sostenibilidad e Impacto Social
E-mail: merazo@sodimac.cl

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

▶ **Contenidos**

1. CARTA DEL PRESIDENTE 4

2. LA CASA DE CHILE: CIFRAS 2025 6

3. CADENA DE VALOR 7

4. PRESENCIA NACIONAL 8

5. SODIMAC CHILE: BALANCE DE LA GESTIÓN 2025 9

6. IMPERIAL: BALANCE DE LA GESTIÓN 2025 12

7. PERFIL DE SODIMAC 14

Documentos constitutivos y marco normativo

Propósito, Misión, Visión y Valores

Historia

Estrategia de Sodimac y ecosistema Falabella

Principales premios y reconocimientos 2025

Propiedad

Dividendos

8. GOBIERNO CORPORATIVO 24

Marco de gobernanza

Directorio

Comités del Directorio

Pagos al Directorio

Organigrama organizacional

Ejecutivos principales

Remuneraciones e incentivos: Movilizando a los líderes

Marco ético e integridad

Gestión de riesgos

Compromiso con los derechos humanos

Gobernanza en materia tributaria

9. SOSTENIBILIDAD 52

Política de sostenibilidad

Hitos y avances en la integración de la sostenibilidad

Gestión de sostenibilidad

Estructura interna para la gestión de impactos

Medición: Índice de Sostenibilidad

Relacionamiento con grupos de interés

Alianzas

Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

10. DESARROLLO DEL NEGOCIO 65

Mercado y segmentos de negocio

Investigación y desarrollo

Innovación

Políticas de inversión y financiamiento

Plan de inversiones anual

Equipamiento

Propiedades

Seguros

Contratos relevantes con subsidiarias y asociadas

Marcas y patentes

Actividades financieras

11. PERSONAS 72

Nuestro equipo

Nuevas contrataciones y empleabilidad local

Tasa de rotación y contratación

Gestión de talento y desarrollo integral

Desarrollo profesional

Brecha salarial

Cultura y clima laboral

Calidad de vida

Diversidad

Prevención y seguridad laboral

Relación con sindicatos

Subcontratación

12. GESTIÓN DE PROVEEDORES 92

Gestión sostenible de la cadena de suministro

Autorregulación: Transparencia Comercial Sodimac

Política de pagos

Evaluación de proveedores

Impulsando la sostenibilidad en la cadena de valor

Productos y servicios sostenibles

Logística

13. CLIENTES 101

Experiencia de compra y satisfacción de clientes

Gestión de requerimientos y reclamos

Comercio y marketing responsable

Retiro preventivo de productos

Laboratorio de experiencia de uso

Normativa legal y causas judiciales

Educación y consumo responsable

Círculo de Especialistas Sodimac

Centro de Experiencia del Mueble de Imperial

14. COMUNIDAD 110

Gestión territorial

Inversión social

Alianzas sociales

15. MEDIOAMBIENTE 117

Acción climática

Logística sostenible

Comercio carbono neutral

Ecoeficiencia operacional

Gastos e inversiones ambientales

Residuos y circularidad

Promoviendo la sustentabilidad

Cumplimiento de gestión ambiental

16. ANEXOS 129

Resumen hechos esenciales del periodo

Inventario de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)

Tiendas

Índice NGC 461

Índice SASB

Índice GRI

17. ESTADOS FINANCIEROS 144



Juan Pablo del Río G.
Presidente

“Este año mostró avances en crecimiento y rentabilidad, junto con mejoras en la experiencia de los clientes y en sostenibilidad, los tres pilares que orientan nuestra estrategia”.

► Carta del Presidente

El año 2025 tuvo un significado especial para nuestra empresa, al ser un período de desafíos y avances significativos, marcado por el cierre de una etapa y el inicio de una nueva.

Quiero comenzar expresando mi agradecimiento a Eduardo Mizón, quien, tras más de 30 años en Sodimac y dos décadas como gerente general en Chile, cerró un ciclo de liderazgo ejemplar. Su capacidad para conducir la compañía en contextos complejos, formar equipos sólidos y proyectarla con visión, rigor y determinación fue determinante para el posicionamiento que hoy tiene Sodimac.

Con esa misma convicción, destaco el regreso de Sebastián Simonetti para asumir la gerencia general. Él cuenta con una trayectoria profesional sólida, basada en una profunda comprensión del negocio. Estoy seguro de que, junto a nuestros equipos, continuará promoviendo la generación de valor para clientes, trabajadores, proveedores y la sociedad.

En términos de desempeño, 2025 mostró avances en crecimiento y rentabilidad, junto con mejoras en la experiencia de los clientes y en sostenibilidad, los tres pilares que orientan nuestra estrategia.

El año cerró con un desarrollo sólido del negocio, con ventas por US\$ 2.809 millones, que aumentaron 5,5%, y

un margen que mejoró 8,2%, dando cuenta de una gestión enfocada en la eficiencia y en una propuesta comercial alineada con las necesidades de los clientes.

El canal digital registró resultados muy positivos, con ingresos que crecieron a un ritmo superior al 30% respecto de 2024. Esto se sustentó en el desarrollo de Sodimac Super Store, una propuesta especialista que amplió la variedad de productos, el número de sellers y la oferta de marcas para el mundo hogar y de la construcción. A ello se sumaron mejoras en los tiempos de despachos y accesibilidad del retiro en tienda.

En las tiendas físicas, avanzamos en la actualización comercial y operacional, a través de remodelaciones y optimizaciones orientadas a mantener una oferta que genere valor, acorde con las expectativas de las familias y de los profesionales de la construcción.

Las marcas propias ganaron protagonismo, reforzando su participación en la venta total. La oficina comercial en China, que celebró 20 años de operación, cumple un rol estratégico en la estructuración de esos productos, como también en la búsqueda de nuevas firmas proveedoras y el resguardo de los estándares de calidad.

Los resultados comerciales alcanzados fueron posibles gracias al trabajo conjunto con nuestros proveedores, con quienes hemos construido una relación fundada en

la confianza y colaboración de largo plazo. En ese marco, seguimos promoviendo un vínculo responsable con ellos, generando oportunidades de expansión y asegurándoles el pago oportuno, particularmente necesario en un escenario económico más exigente como el que vivimos.

Integramos nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, en distintos procesos, con el propósito de mejorar la eficiencia operativa, habilitar la toma de decisiones y elevar la calidad del servicio.

Durante el período, como siempre pusimos al cliente en el centro, profundizando el conocimiento de sus necesidades para robustecer la propuesta de valor y la experiencia. Este trabajo se evidenció en la expansión del programa de fidelización “Círculo de Especialistas”, que superó el millón de socios.

El canal “Hágalo Usted Mismo” se posicionó como una plataforma clave para asesorar a las personas en sus proyectos y entregarles consejos enfocados en hogares más sostenibles, con más de 2,4 millones de suscriptores en YouTube.

Los logros de este año se reflejaron también en el posicionamiento de la marca. Sodimac reforzó su reconocimiento entre clientes y otros públicos de interés, destacando en más de 30 estudios de percepción, marca y reputación, y liderando la categoría de mejoramiento del hogar.



“El canal digital registró resultados muy positivos, con ingresos que crecieron a un ritmo superior al 30% respecto de 2024. Esto se sustentó en el desarrollo de Sodimac Super Store, una propuesta especialista que amplió la variedad de productos, el número de sellers y la oferta de marcas”.

Con una visión estratégica de largo plazo, consolidamos la integración de la sostenibilidad como un eje transversal de nuestro quehacer.

Renovamos nuestro compromiso con el bienestar y la formación de nuestros trabajadores, profundizando las acciones de aprendizaje continuo. Realizamos más de 280 mil horas de capacitación en Sodimac e Imperial. Este esfuerzo se complementó con la entrega de distintos beneficios para ellos y sus familias, junto con iniciativas orientadas a mejorar las viviendas de los trabajadores que más lo necesitan.

Fortalecimos nuestro aporte social hacia los clientes. A través del “Círculo de Especialistas” y de la “Gran Feria de Capacitación”, entregamos más de 82 mil capacitaciones gratuitas a maestros y maestras de la construcción.

Trabajamos además para generar un impacto positivo en las comunidades donde estamos presentes, con la participación de una red de más de 3 mil trabajadores voluntarios. Desarrollamos iniciativas para renovar infraestructura y espacios de organizaciones sociales, recuperar espacios públicos, apoyar proyectos de vivienda definitiva y fomentar el deporte en niños y jóvenes.

En el ámbito ambiental, redujimos nuestra huella de carbono y lanzamos un programa orientado a acompañar a los proveedores en la medición y disminución de sus emisiones. En conjunto con nuestros socios comerciales, ampliamos la oferta de productos y servicios sostenibles, que superó las 9.500 alternativas y representó más del 21% de las ventas en Sodimac.

Asimismo, dimos pasos relevantes en materia de integridad y cumplimiento, sobre la base de la ética, la transparencia y una administración responsable de los riesgos.

Deseo hacer un reconocimiento especial a nuestros trabajadores, protagonistas de los logros obtenidos. Su dedicación, profesionalismo y vocación de servicio han sido fundamentales para mantener al cliente en el centro de las decisiones. A cada uno de ellos, mi más sincero agradecimiento.

Proyectamos el futuro con confianza, iniciando una nueva fase de crecimiento e innovación, orientada a seguir creando valor de largo plazo para quienes confían en nosotros y para la sociedad en su conjunto.

Juan Pablo del Río G.
Presidente

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS



► La Casa de Chile:
Cifras 2025

87 Tiendas

74 Sodimac

13 Imperial



791.967

m² superficie de ventas
(100% es arrendada)

Sodimac **719.665** m²

Imperial **71.302** m²



444.438

m² infraestructura logística
(55% es arrendada)

Sodimac **390.338** m²

Imperial **54.100** m²



12.874

trabajadores

11.856 Sodimac

880 Imperial

Corporativo y otras filiales: 138



+280 mil

horas destinadas a su
capacitación

Sodimac **+235** mil

Imperial **+45** mil



\$ 2.555.786

millones ventas 2025*



*Las operaciones fuera de Chile no se reflejan en los Estados Financieros de Sodimac S.A. contenidos en este documento, sino que forman parte de los Estados Financieros de la compañía matriz Falabella S.A.

Las cifras consolidadas incluyen Imperial y otras filiales.

(Cifras al 31 de diciembre de 2025)

► Cadena de valor

► Cadena de suministro

- **1.587** proveedores de productos y servicios en Sodimac.
- **66%** de origen nacional.
- **466** de los proveedores son Pymes.
- **Más de 3.800 sellers** en comercio electrónico, bajo modelo de Super Store especialista, que complementan la oferta.
- **771 proveedores** inscritos con membresía activa en Sedex.
- **115 proveedores evaluados** en 2025 (incluyendo estándares laborales, de salud y seguridad de trabajadores, DD.HH. y medioambiente).
- Única empresa chilena del sector retail con un **Laboratorio Corporativo de Control de Calidad** (certificado bajo la filosofía LEAN 5S), para probar la seguridad y funcionalidad de productos.
- **Código de autorregulación con proveedores:** Transparencia Comercial Sodimac.
- Sodimac fue reconocida por 3er año consecutivo con el **premio “Mejores Empresas Pagadoras”** que entregan la Bolsa de Productos y la Asociación de Emprendedores de Chile.

► Logística

- En Chile: **15 centros de distribución y bodegas.**
- **390.338 m² almacenamiento total** en Sodimac y **54.100 m²** en Imperial.
- **Áreas click & collect en 100% de las tiendas**, 8 de ellas con entregas robotizadas por Butlers y **1 tienda** con sistema de entrega **100% autónoma**; **26 puntos click & collect** en otras instalaciones del grupo Falabella; **82 puntos de devolución** en otras instalaciones del grupo y **más de 900 en couriers externos.**
- **41,7%** de despachos en **menos de 24 horas** y **67,3% en plazo menor a 48 horas.**
- **94,9% OTIF** (entregas a tiempo y completas).
- **100% despachos última milla** a clientes de Sodimac Chile son carbono neutral.
- Toda la flota de su principal centro de **distribución es eléctrica.**
- **Huella de carbono: 90% emisiones de GEI** de Sodimac S.A. son generadas por transporte de carga y los productos comercializados. Empresa obtuvo los Sellos de Cuantificación, Reducción y el Sello Excelencia de Huella Chile (Min. Medio Ambiente) por gestión de GEI.

Sodimac integra la sostenibilidad en toda su cadena de valor, desde el suministro a los clientes hasta el ciclo final de vida de los productos que comercializa.

► Comercial

- **162 mil productos y servicios (SKU)** disponibles para la venta en nuestros canales Sodimac e Imperial. **Más de 9.500 productos y servicios sustentables.**
- **Super Store Especialista** (comercio online) con más de **500 mil productos** (comercializados directamente por Sodimac y por sellers o vendedores externos).
- **87 tiendas:** 74 Sodimac y 13 Imperial.
- Empresa se abastece en **86% con electricidad renovable.** 49 tiendas y otras instalaciones tienen **paneles fotovoltaicos.**
- **791.967 m²** superficie de ventas.
- **Más de 46,7 millones** de transacciones en 2025.
- **Sobre 300 millones** de visitas anuales a Sodimac.com.
- **Más de 1.800.000 usuarios activos mensuales** de la App Sodimac.
- **Servicio de asesoría virtual:** **Más de 147.294 atenciones** (videollamada + WhatsApp), con un nivel de **satisfacción del 88,5%.**
- **Mercados:** Mejoramiento del hogar y especialista.

• 5 formatos:



- **35 marcas** desarrolladas por Sodimac y su filial Imperial:

Sodimac



Imperial



► Uso y posconsumo

- **Clientes:** Familias; maestros contratistas y pequeños especialistas; empresas constructoras medianas y grandes.
- **1.037.788 socios en Chile** del programa Círculo de Especialistas (CES), **25% mujeres**, **285 actividades de formación** que beneficiaron a más de **21 mil personas en 2025.**
- Centro de Experiencia del Mueble de Imperial en **9 regiones:** **Benefició** a más de **6 mil clientes** con cursos y capacitaciones.
- Gran Feria de Capacitación 2025: **Más de 10 mil** asistentes presenciales y sobre **57 mil** visitantes virtuales; casi **12.900** capacitaciones presenciales y más de **47.600** online.
- **2,55 millones de suscriptores** canal de YouTube tutoriales Sodimac.
- **222 mil suscriptores** canal de YouTube de Sodimac Constructor Chile.
- **NPS** en tiendas y canales de contacto mide satisfacción y experiencia de clientes. **1%** de aumento respecto a 2024 en Sodimac. En Imperial, el **NPS** en tiendas superó los **70 puntos.**

- Reclamos representan **0,37%** del total de transacciones en Sodimac y **0,34%** en Imperial.
- Red Nacional de **18 Puntos Limpios** en tiendas, **11** ya traspasados a la operación del sistema de gestión colectivo **ReSimple** para ayudar a cumplir las metas de reciclaje en Chile: **1.996 toneladas** recuperadas en 2025, **280.295** visitas de comunidad.
- En 2025 se reciclaron **10.141 unidades** de neumáticos (110 toneladas); **7.077 unidades de baterías** de vehículos (93 toneladas); se recuperaron **19.996 muebles** y **50.947** aparatos de línea blanca y pequeños aparatos electrónicos en desuso de clientes.
- Servicio para mantención de **13 tipos** de herramientas para promover consumo responsable y disminuir residuos: **1.348** mantenciones en el año.
- Se reutilizaron **250 toneladas** de pallets de desechos de la operación y residuos de plantas y maderas de tiendas, produciendo **1.195 m³** de mulch y **6.478 m³** de compost, evitando su disposición en rellenos sanitarios.
- En Imperial, **318.580 kilos** de aserrín (principal fuente de residuos) se reconvirtieron en Biomasa.

► Presencia nacional

► Oficinas:

Sodimac Chile

Av. Presidente Riesco 5685, piso 14
Las Condes, Santiago, Chile.
Teléfono: +56 22 7381000
www.sodimac.com

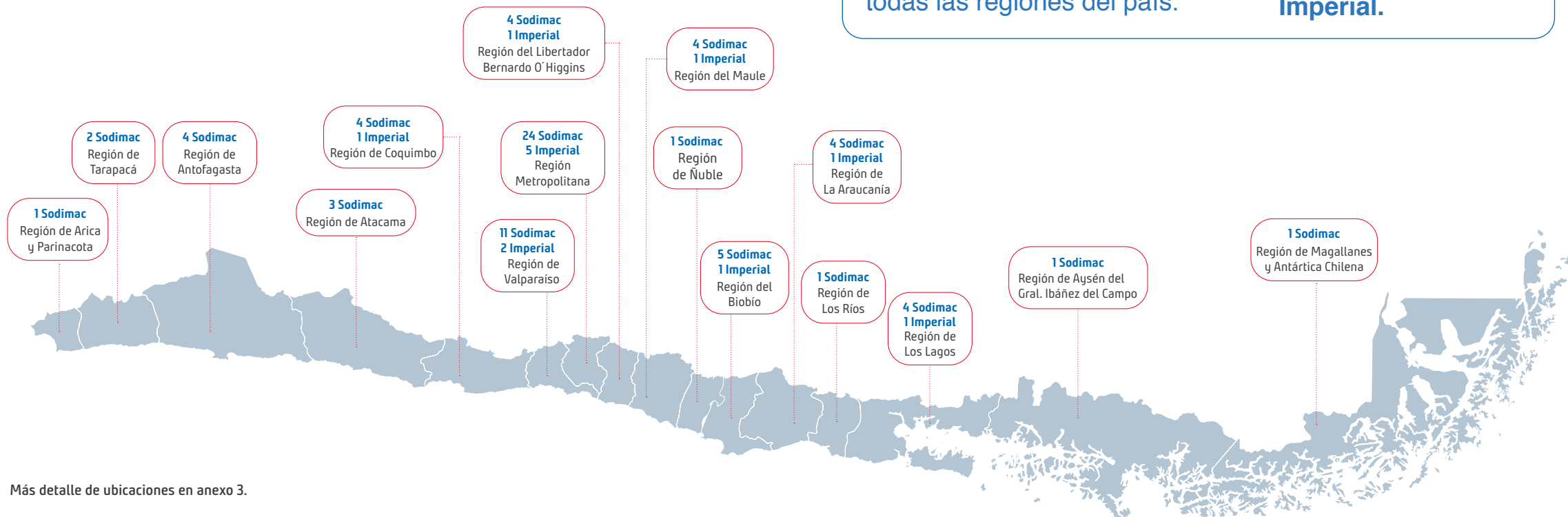
Imperial

Avda. Santa Rosa 7850
La Granja, Santiago, Chile
Teléfono: +56 22 3997000
www.imperial.cl

Sodimac tiene

87 tiendas distribuidas
en **42** localidades, en
todas las regiones del país.

74 de estas operan bajo
la marca **Sodimac** y
13 pertenecen a la filial
Imperial.



Más detalle de ubicaciones en anexo 3.

► Sodimac Chile: Balance de la gestión 2025

Eduardo Mizón,
gerente general Sodimac Chile

"2025 fue un año de avances sólidos en la propuesta omnicanal para los clientes hogar y profesionales, lo que se reflejó en los resultados, con un crecimiento destacado del canal digital. El lanzamiento de Sodimac Super Store da cuenta de nuestra vocación permanente por innovar, sobre la base de una gestión responsable enfocada en el bienestar de los trabajadores y en progresos en materia ambiental, social y de gobernanza".

El período estuvo marcado por una trayectoria sólida del negocio, con un desempeño consistente en rentabilidad y crecimiento, progresos en la experiencia del cliente y logros en materia de sostenibilidad, los tres pilares de la estrategia de desarrollo de Sodimac.

El año cerró con una expansión relevante tanto en ventas como en contribución, acompañada por un aumento sostenido de la base de clientes. Este crecimiento fue equilibrado entre el segmento profesional y el cliente hogar, junto con una mayor actividad transaccional, reflejando la capacidad de convocatoria de la propuesta comercial.

El negocio digital mostró un resultado destacado, con una expansión de los ingresos superior al 30% respecto de 2024. Este avance estuvo marcado por el lanzamiento de Sodimac Super Store, que, bajo un enfoque especialista, robusteció significativamente el surtido de terceros (3P) a través de la red de sellers, además de fortalecer la comercialización directa con proveedores nacionales y marcas exclusivas. En este contexto, los sellers superaron los 3.800, lo que representó una oportunidad de desarrollo para un amplio número de Pymes.

Como resultado, la variedad de productos y marcas aumentó de forma importante para los clientes hogar, los especialistas de la construcción y las grandes empresas. En menos de un año,

el total de artículos se multiplicó por siete, pasando de 80 mil alternativas de venta directa a más de medio millón al cierre del período, incluyendo la oferta completa de sellers en Sodimac.com. Estos productos cumplen con las certificaciones legales y los estándares de calidad exigidos.

Asimismo, se amplió el surtido especialista en múltiples categorías, con una expansión especialmente relevante en ferretería, terminaciones, hogar, herramientas, dormitorio, muebles, aire libre y jardín.

Velocidad en despachos y retiro en tiendas

Se registraron logros relevantes en conveniencia de entregas y velocidad. El servicio de retiro en tienda en menos de 90 minutos estuvo disponible en todo Chile, a través de las 74 tiendas. Además, se lanzó el despacho en menos de dos horas, habilitado en toda la Región Metropolitana y en determinadas regiones, con el objetivo de replicarlo a nivel nacional en 2026.

La App continuó fortaleciéndose bajo un enfoque omnicanal, incorporando nuevas funcionalidades que permiten conectar de mejor manera a los clientes con el entorno digital y con las

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

El negocio digital mostró un desempeño destacado, con un aumento de los ingresos por sobre el 30% respecto de 2024. Con el lanzamiento de Sodimac Super Store, creció significativamente la variedad de productos, sellers y marcas para los clientes hogar, los especialistas de la construcción y las grandes empresas.



tiendas físicas. Esta plataforma alcanzó más de 1,8 millones de usuarios activos mensuales.

Los eventos masivos de comercio electrónico, como Cyber Day, Cyber Monday y Black Friday, tuvieron un rol clave en el crecimiento alcanzado, con desempeños superiores al mercado en cada uno de estos hitos, junto con altos niveles de cumplimiento en los tiempos de entrega.

El tráfico digital siguió aumentando, superando los 300 millones de visitas anuales. Este resultado se apoyó en una recuperación relevante del tráfico orgánico, junto con una estrategia eficiente en medios pagados, que mostró un desempeño favorable en costo por inversión.

Finalmente, se agilizó de manera significativa la experiencia de compra, con foco en simplificar los procesos de navegación, búsqueda, asesoría, compra y postventa para los clientes.

Propuesta comercial, marcas y campañas

En tiendas físicas, la empresa impulsó remodelaciones y actualizaciones en la propuesta comercial y operacional, para continuar ofreciendo experiencias diferenciadas y una oferta de valor permanentemente vigente.

El fortalecimiento de las marcas propias se mantuvo como un pilar relevante del negocio, alcanzando una participación significativa del 35,8% de las ventas totales.

A ello se sumaron campañas comerciales exitosas en categorías estacionales y de alta demanda, como parrillas, Navidad, jardín y aire libre, junto con un refuerzo permanente de la propuesta dirigida al cliente profesional. En el ámbito digital, destacó la campaña de Sodimac Super Store, con videos que superaron los 10 millones de visualizaciones en TikTok.

El Círculo de Especialistas alcanzó un hito relevante al superar el millón de socios, evidenciando la preferencia y confianza de los especialistas de la construcción. Asimismo, la Gran Feria de Capacitación destacó por su nivel de convocatoria, la amplitud de su oferta formativa y la activa participación de marcas.

El canal “Hágalo Usted Mismo” siguió consolidándose como un referente global en contenidos de proyectos, superando los 2,4 millones de suscriptores en YouTube.

En línea con este foco en la experiencia, el indicador NPS (Net Promoter Score) mantuvo un muy buen desempeño, registrando un crecimiento en comparación con 2024.

Estos resultados se reflejaron también en el posicionamiento de la marca, con presencia destacada en más de 30 mediciones de



La innovación fue un motor de crecimiento, con foco en soluciones digitales, herramientas de apoyo a la venta y optimización de procesos, donde la inteligencia artificial jugó un rol muy importante.

percepción, marca y reputación, y un liderazgo sostenido en la categoría de mejoramiento del hogar.

Inteligencia artificial

En logística, la compañía cumplió con la primera etapa de implementación del nuevo sistema de Planificación de la Demanda y Reposición (Demand and Replacement), que permite incorporar inteligencia artificial a los procesos de compra y reposición en toda la red de tiendas, entre otras innovaciones. Este proceso sienta las bases para potenciar el trabajo colaborativo con proveedores a nivel nacional e internacional en el corto plazo.

La inteligencia artificial se incorporó también en distintos puntos de la propuesta de valor, con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes y aumentar la eficiencia operativa. Estas iniciativas abarcaron la asesoría comercial en tiendas y canales digitales, la optimización de precios, la producción de contenidos visuales y el apoyo a la toma de decisiones.

En el ámbito de datos y analítica, se avanzó en el desarrollo de modelos predictivos basados en aprendizaje automático para apoyar la Planificación de Ventas y Operaciones (S&OP). Adicionalmente, se fortalecieron la planificación operativa en centros de distribución y la digitalización de procesos comerciales y de tienda mediante proyecciones, recomendaciones y alertas basadas en analítica avanzada.

Proveedores y sostenibilidad

Los buenos resultados comerciales tuvieron como base la alianza estratégica de largo plazo con los proveedores. Se realizaron dos de los tradicionales Encuentros de Proveedores, instancias en las que la compañía compartió su estrategia con representantes de empresas de distintos tamaños y sectores orientadas a potenciar la propuesta de valor en beneficio de los clientes.

Sodimac fue nuevamente distinguida por su pago oportuno a proveedores pyme en la categoría Retail, reconocimiento otorgado por la Bolsa de Productos de Chile y la Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH).

El desarrollo conjunto de productos y servicios sostenibles con las empresas proveedoras fue otro eje prioritario, con un crecimiento significativo de la oferta, que superó las 9.500 alternativas disponibles.

Estos avances se enmarcan en la determinación de Sodimac de integrar la sostenibilidad en la gestión del negocio. Durante el período, se profundizaron las iniciativas orientadas al bienestar de los trabajadores, con especial énfasis en la formación y el desarrollo de capacidades. A su vez, la compañía avanzó en la reducción de su huella de carbono mediante un programa integral de gestión ambiental, reforzó su aporte social en beneficio de clientes y comunidades, y perfeccionó sus prácticas de gobierno corporativo.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS



Rodrigo Fuenzalida,
gerente general Imperial

“Durante 2025, Imperial consolidó avances que fortalecieron su liderazgo en la especialidad del mueble, impulsados por mejoras en la operación de tiendas y un sólido desempeño del canal digital, que registró un crecimiento relevante en ingresos. Este resultado fue posible gracias al compromiso de nuestros equipos, a una relación cercana con los clientes y a una alianza sólida con proveedores, sentando bases firmes para seguir desarrollándonos de manera rentable y sostenible”.

► Imperial: Balance de la gestión 2025

Imperial logró capitalizar su modelo especialista, reforzando su posicionamiento como referente en el mundo del mueble y sentando fundamentos claros para su desarrollo futuro.

La empresa registró resultados destacados en el negocio digital, que creció un 39% en ingresos respecto de 2024, impulsado por una estrategia que integró de manera efectiva los canales digitales con las tiendas físicas.

Los eventos Cyber mostraron resultados positivos tanto en ventas como en rentabilidad, mientras que las mejoras en la experiencia de usuario se reflejaron en mayores tasas de conversión en el sitio web y la aplicación móvil. A ello se sumó el fortalecimiento de la integración con el marketplace del grupo Falabella, lo que permitió incrementar las ventas y asegurar un alto nivel de percepción de los clientes.

El período también estuvo marcado por avances en la evolución del formato de tiendas, con la consolidación del modelo de autoservicio en locales estratégicos. Esta propuesta se implementó en las tiendas de Vespucio y Santa Rosa, junto con el inicio de las operaciones en Concepción, permitiendo una operación más ágil y eficiente, con una mejor calidad de atención.

En paralelo, se trabajó de manera sistemática en la identificación y resolución de fricciones en el proceso de venta, lo que se tradujo en una mejora sostenida del indicador NPS (Net Promoter Score) de tiendas, que alcanzó su nivel más alto desde que se mide.

Desempeño comercial

La cadena dio pasos clave en su avance hacia la omnicanalidad, con una estrategia orientada a la generación de ventas a través de canales digitales y al impulso del tráfico a tiendas físicas, reforzando campañas dirigidas a especialistas, público final y emprendedores.

Uno de los ejes centrales fue el fortalecimiento de la propuesta comercial. La firma continuó ampliando su portafolio, ofreciendo a sus clientes la mayor variedad de tableros del mercado y consolidando la marca Kutz como un referente de conveniencia, calidad e innovación en quincallería y soluciones de organización de cocina.

La relación con los proveedores siguió siendo un pilar estratégico para el crecimiento y la sostenibilidad del negocio. A través de alianzas de largo plazo, Imperial pudo abordar de manera conjunta los principales desafíos del año. En este contexto, destacaron las Ferias de Capacitación para contratistas, realizadas mensualmente en todas las tiendas, que registraron una alta participación y se consolidaron como una instancia relevante de formación, intercambio y vinculación con los clientes.

El desarrollo de los Centros de Especialista del Mueble (CEM) fue otro de los hitos relevantes del período. Se concretaron dos nuevas aperturas, en Reñaca y Concepción, alcanzando un total de cinco CEM a nivel nacional. Estos espacios se consolidaron como polos



La empresa tuvo resultados destacados en el negocio digital, que creció un 39% en ingresos respecto de 2024, impulsado por una estrategia que integró de manera efectiva los canales digitales con las tiendas físicas.

Uno de los ejes centrales de Imperial fue el fortalecimiento de la propuesta comercial. La compañía continuó ampliando su portafolio, ofreciendo a sus clientes la mayor variedad de tableros del mercado y consolidando la marca Kutz como un referente de conveniencia, calidad e innovación en quincallería y soluciones de organización de cocina.

de inspiración, asesoría técnica y capacitación, permitiendo acompañar de mejor manera a mueblistas, contratistas y emprendedores en sus proyectos, lo que se reflejó en cifras récord de participación en los cursos impartidos.

Foco en innovación

Durante el año se realizó un levantamiento profundo de las necesidades, hábitos de trabajo y expectativas de los clientes mueblistas, lo que permitió identificar oportunidades concretas para mejorar su experiencia en las etapas de diseño, cotización y desarrollo de proyectos.

A partir de este diagnóstico, se inició el desarrollo de una herramienta digital de diseño de muebles. La iniciativa se proyecta como un hito estratégico para fortalecer la especialidad del mueble y posicionar a la compañía con una propuesta más innovadora y competitiva en el mercado.

Otro avance relevante del período fue la consolidación del servicio de dimensionado, que se posicionó como un componente central de la propuesta de valor en la especialidad del mueble.

Proyectos logísticos

Se desarrollaron proyectos relevantes en el ámbito logístico, orientados a fortalecer la eficiencia operativa y el nivel de servicio.

Entre ellos destacó la incorporación del sistema PTL (Put to Light), que permitió aumentar en un 35% la productividad en el envío a tiendas, optimizando los procesos de picking, reduciendo los errores en el despacho y mejorando la disponibilidad de productos en tiendas.

En el centro de distribución se llevó a cabo la ejecución del proyecto Lean 5S, que posibilita orden, limpieza y una mejora continua de los procesos en cada zona.

Destacó también la implementación del TMS (Sistema de Gestión de Transporte) en el centro de distribución, orientado a perfeccionar la trazabilidad de los pedidos, otorgar información más detallada a los clientes y optimizar la administración de cargas y destinos.

Como parte del fortalecimiento de los sistemas que soportan la operación, se avanzó en el Proyecto de Migración Jadapi, logrando traspasar más de 700 controles al ERP (Enterprise Resource Planning) que opera con tecnología Java. Esto mitigó riesgos asociados a la obsolescencia tecnológica y sentar las bases para el desarrollo de servicios multiplataforma.

Gestión responsable

La gestión de personas fue un pilar central de la sostenibilidad de Imperial, con foco en el fortalecimiento de la escucha interna y el desarrollo del liderazgo, junto con avances en formación, movilidad interna, diversidad e inclusión. Este enfoque se tradujo en una mejora del clima laboral, reflejada en el crecimiento del indicador eNPS (Employee Net Promoter Score) respecto de 2024.

La compañía fortaleció su vínculo con las comunidades donde opera mediante iniciativas en todas sus tiendas. Además, avanzó en materia medioambiental, orientada a promover prácticas sostenibles y reducir su impacto operativo, en cuyo marco formalizó su adscripción al Sistema de Gestión de Residuos a través de ReSimple. En paralelo, se impulsó el aprovisionamiento responsable mediante capacitación a proveedores y se avanzó en gobierno corporativo y ética empresarial, con la aprobación de la Política y el Programa de Protección de Datos Personales.

Perfil de Sodimac





► Documentos constitutivos y marco normativo

Sodimac S.A. está inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) de Chile, bajo el N° 850, de fecha 22 de octubre de 2004. La empresa se constituyó inicialmente como Sociedad Anónima Cerrada el 20 de mayo de 1996, ante el notario público Félix Jara Cadot, con el nombre de “Fados S.A.”, inscribiéndose un extracto de esa escritura en el Registro de Comercio de Santiago a fojas 11.989, N° 9.726. Posteriormente, ante el notario público Enrique Morgan Torres, el 26 de agosto de 1996 se redujo a escritura pública el acta de la Junta Extraordinaria de Accionistas en que se acordó el cambio de la razón social por la de “Casa y Hogar S.A.”.

En Junta Extraordinaria de Accionistas del 31 de julio de 2002, cuya acta se redujo a escritura pública ese mismo día ante el notario Alberto Mozó Aguilar, se acordó cambiar nuevamente la razón social por la de Homestore S.A. y modificar su objeto, estableciendo como giro principal de la sociedad operar, directa o indirectamente, una cadena de tiendas para desarrollar el negocio de venta al por menor y al por mayor de materiales de construcción y productos de decoración, ornamentación y mejoramiento del hogar.

Posteriormente, en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el 30 de abril de 2004, cuya acta se redujo a escritura pública en la misma fecha ante el notario Alberto Mozó Aguilar, se acordó aumentar el capital de la sociedad, incremento que fue pagado, en parte, mediante el aporte que efectuaron los accionistas de la totalidad de acciones que poseían en la sociedad Sodimac Uno S.A., la que se disolvió absorbiendo de este modo Homestore S.A. el total de sus activos y pasivos. Se modificó, además, el nombre de la sociedad, que pasó a llamarse Sodimac S.A., y se acordó someterla a las normas de las sociedades anónimas abiertas.

Según lo acordado en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el 1 de junio de 2017, cuya acta fue reducida a escritura pública esa misma fecha

en la Notaría de Santiago de Francisco Leiva Carvajal, Sodimac S.A. es una sociedad anónima cerrada que se rige por sus estatutos y las disposiciones legales que le fueran aplicables.

La Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el 30 de noviembre de 2021 aprobó la modificación de los estatutos de la sociedad, según consta en la escritura pública de esa misma fecha en la Notaría de Roberto Antonio Cifuentes Allel, extracto que se inscribió a fojas 96.867 N° 44.637 del Registro de Comercio de Santiago del año 2021. Sin afectar la capacidad de la sociedad para desarrollar su negocio y giro habitual, se aprobó la división de la sociedad, surgiendo una nueva sociedad de responsabilidad limitada denominada “Inversiones Sodimac Limitada”.

► Marco normativo:

Sodimac S.A. es una sociedad anónima cerrada que se encuentra sujeta a las disposiciones de la Ley N° 18.046 sobre Sociedades Anónimas, la Ley N° 18.045 de Mercado de Valores y la normativa de la Comisión para el Mercado Financiero de Chile (CMF). La empresa, en el desarrollo de sus actividades específicas, también se encuentra sometida a las disposiciones de la Ley de Protección al Consumidor; las normas que resguardan la libre competencia y las normas de la Superintendencia de Electricidad y Combustibles (SEC), entre otras.



► Propósito, misión, visión y valores

► Propósito

El propósito común para todas las unidades de negocio de Falabella es

“Simplificar y disfrutar más la vida”.

“Juntos construimos sueños y proyectos de hogar”,

es el propósito específico de Sodimac.

► Misión

Desarrollarnos con innovación y sostenibilidad, ofreciendo los mejores productos, servicios y asesoría, al mejor precio del mercado, para inspirar y construir los sueños y proyectos de nuestros clientes.

► Visión

Ser la empresa líder de proyectos para el hogar y construcción que, mejorando la calidad de vida, sea la más querida, admirada y respetada por la comunidad, clientes, trabajadores y proveedores en América.

► Valores

REIR

Junto con los valores del **REIR** que caracterizan la cultura Sodimac (**R**ESPETO, **E**XCELENCIA, **I**NTEGRIDAD y **R**ESPONSABILIDAD), la empresa tiene los siguientes valores Falabella que sustentan el propósito y son desafíos compartidos de todos los negocios y países:

- Somos un solo equipo
- Nos movemos ágilmente
- Nos apasionamos por el cliente
- Cuidamos el futuro

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

► Historia

Sodimac se fundó hace más de 70 años como una cooperativa, en respuesta al desabastecimiento que generó en Chile la Segunda Guerra Mundial. José Luis del Río Rondanelli (Dersa) la adquirió en 1982 y formó la sociedad Sodimac. Desde entonces, conservando su cultura distintiva e innovando sistemáticamente para mantenerse a la vanguardia, la empresa

ha desarrollado un modelo de negocio y distintos formatos de tiendas y canal online que le han permitido satisfacer las necesidades de sus clientes familias, maestros contratistas y pequeños especialistas, así como constructoras medianas y grandes, y consolidarse como líder del mercado de mejoramiento del hogar.

► Hitos

► 1952

En Chile nace Sodimac, como una cooperativa abastecedora de empresas del rubro de la construcción.

► 1982

Dersa compra los activos operacionales de Cooperativa Sodimac y forma la Sociedad Sodimac.

► 1988

La empresa introduce el formato de venta al detalle Homecenter, para satisfacer en un solo punto de venta las necesidades de mejoramiento del hogar.

► 1992

Se crea el formato Sodimac Constructor, dirigido a contratistas, maestros especialistas y pequeñas empresas constructoras.

► 2000

Se inaugura un nuevo estilo de tiendas, que combina un local Homecenter, una sala y patio Constructor.

► 2002

Homecenter Sodimac se integra al Marketing Hall of Fame como Mejor Marca Actual.

► 2003

Se firma la fusión empresarial de Sodimac con Falabella.

► 2005

Apertura de la oficina comercial en China.

► 2007

La empresa complementa su oferta a especialistas con la compra del 60% de la cadena Imperial, líder en distribución de maderas y tableros en Chile.

► 2008

Sodimac obtiene el premio Carlos Vial Espantoso, que distingue a las empresas que construyen relaciones laborales de confianza y valoran el aporte de las personas en sus resultados.

► 2009

Sodimac inaugura Homecenter Copiapó, primera tienda del rubro en Latinoamérica en obtener la certificación LEED del US Green Building Council.
Se lanza Homy, una nueva propuesta de tienda que busca masificar el diseño y la decoración.

► 2010

Sodimac Chile es la primera firma de retail en América Latina en lograr la máxima calificación internacional en reportes de sostenibilidad: Nivel A+ GRI Checked, con verificación externa.
Sodimac es una de las primeras empresas de la región en adherir y comenzar a implementar los lineamientos de la nueva Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social.

► 2011

Sodimac Chile mide por primera vez su huella de carbono, transformándose en la primera firma de retail del país que incorpora en esta medición a clientes, proveedores y trabajadores.
Sodimac se suma como empresa fundadora de la Bolsa del Clima de Santiago (SCX), iniciativa pionera en Latinoamérica.

► 2013

La empresa se integra a Sedex, organización internacional sin fines de lucro, cuyo objetivo es impulsar mejoras en las prácticas empresariales en materia de ética y responsabilidad de sus cadenas de suministro.

► 2016

Sodimac fue invitado a integrar la comunidad Gold del Global Reporting Initiative (GRI), que tiene por objetivo impulsar la transparencia en las empresas del mundo.

► 2017

Se incorporan sistemas de automatización de última generación al proceso de despacho a domicilio en el Centro de Distribución (CD) Lo Espejo y se pone en operación un patio de contenedores propio.

Se avanza en la incorporación de energías renovables (ER) con la instalación de paneles solares en las tiendas y mediante el acuerdo de la compañía matriz Falabella para abastecer instalaciones con ER.

► 2018

Sodimac ingresa a "The Circular Economy 100" (CE100) de la Fundación Ellen McArthur, comunidad que busca impulsar una economía circular a nivel mundial.

► 2019

Se incorpora nuevo sistema automatizado de robots Super Butler System (SBS) en el CD Lo Espejo, incrementando la eficiencia en la preparación de productos y disminuyendo los esfuerzos de reposición en tiendas.

Sodimac Chile lanza su Primer Programa de Innovación Abierta con startups.

En el marco de los esfuerzos contra el cambio climático, todos los despachos de productos a clientes en Chile son carbono neutral.

Sodimac adhiere al "Pacto Chileno de los Plásticos", sumándose a los esfuerzos de colaboración para proponer nuevas formas de fabricación, uso, reutilización y reciclaje.

► 2020

Sodimac inaugura nuevo espacio Jardín PRO e inicia piloto de tienda Express.

Se lanzan los servicios de Asesoría en Decoración Online (asesoría personalizada en decoración) y Venta Online Asistida (asesoría de vendedores a través de videollamada). En conjunto con la startup Lazarillo, esta última innovación se hizo también disponible para personas con discapacidad visual.

Se pone en marcha Servicio Same Day Delivery.

La empresa recibe la certificación del programa Giro Limpio de la Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE), que distingue a las compañías que transportan al menos el 50% de su carga en camiones con sello Giro Limpio, comprometidos con la eficiencia energética y disminución de emisiones. Fue seleccionada para participar en la nueva Aceleradora de Electromovilidad.

► 2021

Se lanzó Sodimac Media, un nuevo modelo de negocios para conectar con proveedores y clientes de manera diferenciada, con acciones exclusivas por marca, a través de un portafolio de productos digitales y publicidad en tiendas.

Se incorporaron los primeros corners Imperial en tiendas Sodimac Homecenter, ampliando la oferta al cliente profesional mueblista.

► 2022

Se lanzaron las guías "Empaques y Embalajes" y "Sistema de Productos Sostenibles", para compartir buenas prácticas con proveedores y profundizar los esfuerzos en conjunto en estas materias.

La Bolsa de Clima de Santiago (SCX) y Deloitte reconocieron a Sodimac entre las cinco empresas con más avances en la medición y reducción de su huella de carbono. El informe, que se presentó en el pabellón chileno de la COP27 de Egipto, evaluó a las 100 compañías de mayor tamaño en Chile.

► 2023

Sodimac se transformó en el primer retailer en Latinoamérica en obtener la certificación FSC, que reconoció la gestión responsable de su madera marca Timbermac.

Pacto Global Chile reconoció a Sodimac por su programa de Debida Diligencia en el respeto a los derechos humanos de sus grupos de interés, como parte de los Reconocimientos Empresariales Conecta 2023 que destacaron iniciativas del sector privado con impacto positivo en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

► 2024

Se relanza Sodimac.com como un sitio independiente, fortaleciendo el posicionamiento especialista.

Se pone en marcha Sodimac Trends, nuevo programa para generadores de contenido que busca acercar los productos a los clientes e inspirarlos en sus proyectos de hogar.

Concluye un segundo proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos, incluyendo la oficina comercial en China.

► 2025

Implementación de inteligencia artificial en puntos clave de la propuesta de valor para mejorar la experiencia de los clientes:

- IA Generativa para potenciar la asesoría en distintos puntos de contacto con el cliente durante su viaje de compra (vía el Asesor IA "Pedro").
- Precios, para reforzar posicionamiento como el lugar más conveniente para comprar.
- Ambientación de fotos y producción de marketing, para mayor agilidad y eficiencia.
- Análisis de información para la toma de decisiones.

El Círculo de Especialistas Sodimac (CES) superó el millón de socios en Chile, 25% de ellos son mujeres.

Sodimac fue la primera gran empresa del país en obtener el Sello Ley Karin Nivel 2, la acreditación más exigente que entrega la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) para validar la implementación de políticas y protocolos de prevención frente a acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo.

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

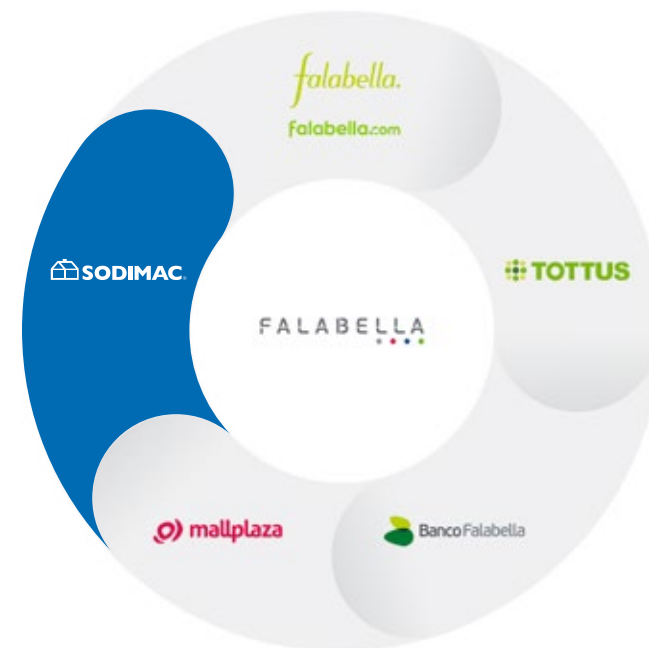


► Estrategia de Sodimac y ecosistema Falabella

La estrategia de Sodimac Chile se centra en tres pilares: experiencia del cliente, rentabilidad y crecimiento, y sostenibilidad, con metas, soportadas por el ecosistema físico-digital del grupo Falabella, buscando fortalecer la oferta de valor y entregar soluciones diferenciadoras. La estrategia de sostenibilidad está incorporada en el proceso formal de planificación en el que participan directivos y los distintos estamentos de la empresa.

En 2025 se continuaron priorizando los siguientes ámbitos de acción: impulsar una organización cada vez más efectiva y productiva; focalizar las decisiones de inversión y asignación de capital en potenciar la rentabilidad; e implementar la estrategia digital y desarrollo del ecosistema, pensando siempre en la experiencia del cliente y avanzando también en paralelo en la gestión responsable de impactos ambientales, sociales y de gobernanza.

Sodimac es uno de los cinco motores del grupo Falabella



► Construyendo la Casa del Futuro

Nuestra Casa cuenta con tres pilares que sostienen nuestra estrategia:



PILAR 1

Experiencia del cliente:

Trabajamos para ser el aliado que acompaña a nuestros clientes en cada paso, desde la planificación hasta la realización de sus ideas. Nos esforzamos para que el cliente se sienta acompañado en todo momento, y que su experiencia sea resolutive y sin fricciones.



PILAR 2

Rentabilidad y crecimiento:

Nos desafiamos constantemente para crecer de forma rentable y superar nuestras metas. Cuando Nuestra Casa crece, también crecen nuestros trabajadores, clientes y proveedores.



PILAR 3

Sostenibilidad:

En esta Casa somos respetuosos de todos quienes nos rodean: trabajadores, proveedores, comunidades, clientes y medioambiente. Juntos construimos un futuro mejor.

Para lograr nuestra estrategia, ponemos atención en tres focos:



1. Productividad operacional y logística:

Buscamos continuamente simplificar, agilizar y automatizar nuestros procesos para brindar la mejor experiencia a nuestros clientes mientras continuamos creciendo de forma rentable.



2. Experiencia omnicanal sin fricciones:

Potenciamos nuestros canales físicos y digitales para ofrecer a nuestros clientes una propuesta de valor personalizada y diferenciadora que resuelva sus requerimientos en el menor tiempo posible.



3. Portafolio innovador:

Buscamos tener los productos y marcas que los clientes aman y necesitan, al mejor precio, siempre.

Y no podríamos lograr esto sin:

1. Personas
2. Tecnología
3. Infraestructura

La Casa la hacemos todos. Somos el motor del cambio y lo hacemos viviendo el REIR. Por ello, nos esforzamos en conformar el mejor equipo humano y en generar un excelente ambiente laboral, fomentando una cultura ágil que promueva la colaboración, innovación,

trabajo en equipo y el empoderamiento, siempre colocando a nuestros clientes y proveedores al centro.

De la misma forma, nuestra infraestructura física en tiendas, bodegas y oficinas, y digital

en nuestra página web y app son una parte fundamental para materializar nuestra propuesta de valor. Finalmente, nuestra tecnología nos permite optimizar operaciones y procesos a la par que promueve la innovación y la creación de nuevas capacidades.



Juntos Construimos Sueños y Proyectos de Hogar.





► Principales premios y reconocimientos 2025

- 1er lugar en la categoría "Mejoramiento del Hogar" del estudio "Marcas Ciudadanas 2025-Primer Semestre", Cadem.
- 1er lugar en la evaluación de los clientes en el sector "Mejoramiento para el Hogar" del "Índice Nacional de Satisfacción de Clientes Procalidad 2025", premio entregado por Praxis Customer Engagement y UAI.
- 1er lugar en el sector "Retail" en Merco Responsabilidad ESG Chile, estudio que destaca a las empresas más responsables (medición 2024 entregado en 2025).
- 1er lugar en la categoría "Hogar" de B-Brands 2025 de la consultora Better Brands, estudio que mide las percepciones de los consumidores sobre las marcas y su contribución al entorno según los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU.
- 1er lugar en la categoría "Hogar y Construcción" del Monitor Sostenibilidad Empresarial de Ipsos Chile, que mide de la percepción de los consumidores en materia de sostenibilidad.
- 1er lugar en la categoría "Mejoramiento del Hogar y Construcción" y "Marca de Excelencia" del estudio CHILE3D, que evalúa las marcas mejor valoradas.
- Reconocimiento como una de las "Mejores Empresas Pagadoras", premio entregado por la Bolsa de Productos y la Asociación de Emprendedores. Fue una de las tres empresas distinguidas en el sector "Retail".
- Líder entre firmas de mejoramiento del hogar en Merco Talento Chile 2025. Subió 35 puestos respecto a 2024, situándose en el lugar 24.
- Reconocimiento al canal "Hágalo Usted Mismo" en el Ranking de Sostenibilidad Brinca-UAI 2025, al destacar como iniciativa ejemplar al fomentar la autoconstrucción sostenible.
- Entre las firmas mejor evaluadas del Praxis Xperience Index 2025 que mide la calidad de experiencia de los clientes. Resaltó por la "muy buena experiencia" en su e-commerce al ubicarse en el lugar 23 entre 135 marcas.
- En el top 20 de las marcas que más emocionan, según un estudio de Critería y el Centro de Experiencias y Servicios de la Universidad Adolfo Ibáñez. Se situó en el lugar 14 entre las marcas con un vínculo cercano con sus clientes, y en el siete en la dimensión "Confianza".
- 8° lugar en ranking Best Venture Builder 2025 en la categoría "Venture Client", ranking elaborado por MIC Business Consulting y ESE Business School.
- Reconocimiento del Ministerio del Medio Ambiente y la Cámara de Comercio de Santiago por el aporte en la gestión de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos bajo la Ley REP.
- Reconocimiento en la categoría "Cadena de Valor" en los premios "Mujer Construye" de la Cámara Chilena de la Construcción.
- Reconocimiento de Chile Green Building Council (Chile GBC) por su contribución para avanzar hacia una industria de la construcción más sostenible.
- Premio de Acción Empresas por la trayectoria, visión y liderazgo en la generación de impactos positivos para el desarrollo sostenible en Chile.
- Certificación "Mejores Lugares para Trabajar LGTBI+", al obtener uno de los mejores resultados del Índice Equidad CL de Pride Connection, Fundación Igual y Human Rights Campaign.
- Total Brands: Sodimac lideró la categoría "Tiendas Hogar" del estudio Total Brands 2025, que realiza Critería y BBK Group.

- Liderazgo femenino: La distinción “Leading Women Chile 2025”, otorgada por segundo año por Ad Age y Adlatina, reconoció a la gerente de marketing de Sodimac, Carola Auad, entre mujeres destacadas en la industria de la comunicación y el marketing.
- Innovación: Sodimac se situó entre 50 empresas líderes en transformación e innovación en Chile en la tercera edición del estudio “Thought Leaders” elaborado por Horse, consultora en estrategia basada en big data. La compañía lideró en el sector de mejoramiento del hogar.
- En reconocimiento a las acciones para reducir el impacto de sus emisiones, Sodimac logró el Sello de Excelencia del programa “HuellaChile” del Ministerio del Medio Ambiente por sexto año consecutivo, además de los de Cuantificación y Reducción de gases de efecto invernadero (GEI). La empresa se transformó nuevamente en la única empresa de mejoramiento del hogar en recibir la máxima distinción y una de las dos firmas del sector comercio junto a Falabella Retail.
- 6to lugar en Estudio Empresas Humanas 2025 (elaborado por True Brands y Nielsen IQ). La empresa fue destacada como una de las marcas consistentemente humanas (9ª en 2023, 10ª en 2024 y 6ª en 2025).
- En el marco del 50 Aniversario de OTIC-Cámara Chilena de la Construcción, esta entidad reconoció al Gerente General de Sodimac Chile, Eduardo Mizón, entre los “50 Líderes Desarrollando Talento”, en la categoría “Impulsor del Aprendizaje y Desarrollo del Talento”.
- Sodimac fue reconocida por el Ministerio del Trabajo, por adjudicarse el Programa de Ley Karin: Fortaleciendo la Equidad de Género con Diálogos Sociales con los Sindicatos de la Empresa.
- Sodimac fue reconocida por sexto año consecutivo con el primer lugar en la categoría “Mejoramiento del Hogar” del Ranking Most Innovative Companies Chile 2025, que elaboran ESE Business School y MIC Business Consulting.

- Sodimac lideró en la categoría mejoramiento del hogar en el estudio EmpatiA, desarrollado por las consultoras DobleA y Betterbrands, y estuvo entre las 20 marcas líderes de distintos rubros que destacan por lograr un equilibrio ideal entre humanidad y tecnología.
- El Summit “Conexión Sostenible, Medios y Marketing” entregó un reconocimiento al gerente de sostenibilidad y cumplimiento de Sodimac, Juan Carlos Corvalán, como “Embajador por la Sostenibilidad” en la categoría “Empresa”.
- Fundación Proyecto B reconoció a Sodimac con el “Sello Transforma” por capacitar y dar empleo a jóvenes, ex infractores de ley, en su proceso de reinserción laboral y social.
- La Cámara Chilena de la Construcción Osorno reconoció a Sodimac y a otras siete empresas socias por su gestión ejemplar en materia de seguridad y salud ocupacional. Esto se realizó en el marco del lanzamiento regional de la “Semana de la Seguridad y Salud Laboral 2025”, iniciativa nacional impulsada por el gremio.
- Sodimac lideró en la categoría “Mejoramiento del Hogar” del estudio “Marcas Ciudadanas- Segundo Semestre 2025” de Cadem, subiendo al lugar 23 del ranking general respecto al primer semestre.
- Sodimac fue destacada como una de las organizaciones en la que más confían los chilenos, al ubicarse en el tercer lugar del estudio ICREEO 2025 que lideró Bomberos.
- Sodimac fue destacada como una de las empresas del sector “Retail y Centros Comerciales” con iniciativas sociales y comunitarias con más impacto, según el Índice de Impacto Social Empresarial elaborado por BSponsor. La empresa se ubicó en el segundo lugar en la categoría.
- Pacto Global Chile de la ONU reconoció a Sodimac en los premios Conecta 2025 al ganar la categoría “Alianzas”. La entidad destacó el trabajo conjunto de Sodimac y Junto al Barrio para el mejoramiento de espacios

- públicos en sectores de mayor vulnerabilidad, aportando a los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS) de la ONU.
- Sodimac fue el cliente mejor valorado por las agencias creativas y de medios sobre las marcas y compañías con las que trabajan, en el estudio Marketer Scope realizado por primera vez en Chile por la consultora Scopen.
 - Ranking de reputación corporativa Merco Empresas 2025: En la 16ª edición de este estudio, Sodimac ocupó el lugar 41 del ranking general (1º en mejoramiento del hogar).
 - Encuesta Nacional de Voluntariado y Solidaridad: En el estudio que realiza la fundación Trascender, Sodimac ocupó el segundo lugar después del Hogar de Cristo entre las marcas más conocidas por realizar voluntariado corporativo.
 - 1er lugar en mejoramiento del hogar y 12º en el ranking general del Estudio de Reputación Corporativa de IPSOS e INC Consultores.
 - 1er lugar en mejoramiento del hogar y 7º en el ranking general del estudio Marcas Empáticas, desarrollado por Critería y las consultoras Gestión Social y Parla.
 - La ACHS entregó a Sodimac el “Sello de Buen Trato”, en reconocimiento a su gestión en capacitación y programas que fortalecen el respeto y el buen trato interno, junto con la implementación de la Ley Karin. Durante la entrega de este reconocimiento, la ACHS también destacó la baja sostenida en su accidentabilidad durante 15 años.
 - Sodimac y las otras empresas del grupo Falabella fueron reconocidas en la tercera versión del Índice de Desarrollo Empresarial Sostenible (IDES) de Sofofa.
 - TECHO-Chile entregó a Sodimac un reconocimiento como aliado histórico por 17 años y un premio especial al gerente general, Eduardo Mizón, por su trayectoria.

► Propiedad

Sodimac S.A. es filial de Falabella S.A., matriz de uno de los principales conglomerados de retail de América Latina.

La empresa es una sociedad anónima cerrada, sus acciones son de una sola serie y no transa sus acciones en bolsa de valores.

Su compañía matriz controla el 100% de la propiedad a través de las siguientes sociedades:

Acciones de Sodimac S.A.

NOMBRE	RUT	N° Acciones	%
Inversiones y Prestaciones Venser Seis Limitada	76.042.509-5	17.758.157.950	99,9999986%
Inversiones Parmin SpA	76.020.385-8	252	0,0000014%
Total Controladores		17.758.158.202	100%

En consecuencia, los ejecutivos principales y directores de Sodimac S.A. no poseen participación en la propiedad del emisor Sodimac S.A..

Al 31 de diciembre de 2025, su matriz Falabella S.A. no poseía un controlador, conforme a las disposiciones contenidas en el Título XV de la Ley N°18.045. Lo anterior, tras la terminación el 1 de julio de 2025, por expiración de su plazo de vigencia, del pacto de accionistas en cuya virtud un grupo controlador había controlado dicha sociedad desde el 23 de octubre de 2003.

► Dividendos

La Junta Ordinaria de Accionistas, celebrada el 16 de abril de 2025, acordó por unanimidad y conforme a lo dispuesto en la Ley N°18.046 sobre Sociedades Anónimas y en los estatutos de la sociedad, distribuir anualmente como dividendo en dinero a sus accionistas a lo menos el 30% de las utilidades líquidas de cada ejercicio. También facultó al directorio para que durante el ejercicio y de acuerdo con las necesidades de la sociedad y la disponibilidad de caja social, reparta dividendos provisorios con cargo a la utilidad del ejercicio.

Para determinar la utilidad líquida distribuable a considerar para el cálculo de los dividendos mínimos y obligatorios requeridos por las leyes vigentes en Chile, se ha optado como política que no se efectuarán ajustes a “la ganancia (pérdida), atribuible a los propietarios de la controladora”, presentada como tal en el Estado de Resultados Integrales anuales de la compañía, preparados de acuerdo con normas internacionales de información financiera.

Utilidad Distribuible	M\$
Utilidad del ejercicio	11.397.346
Utilidad Distribuible	11.397.346
Div. Provisorio pagado en el ejercicio	-
Total dividendos pagados	-
Dividendos pagados sobre utilidad distribuible (%)	-



Año	Dividendos pagados por acción	Fecha de pago	Pesos	Periodo utilidades
2022	Dividendo definitivo pagado en abril	25 abril 2022	7,7868	Utilidades del 2021
	Dividendo provisorio pagado en octubre	10 octubre 2022	0,7607	Utilidades del 2022
2023	Dividendo definitivo pagado en abril	24 abril 2023	0,8605	Utilidades del 2022
2024	No se distribuyeron dividendos en el ejercicio	-	-	-
2025	Dividendo definitivo pagado en abril	30 de abril 2025	0,0285	Utilidades del 2024

Otros valores emitidos por la entidad, distintos de las acciones vigentes al cierre del ejercicio 2025

Para ver el detalle de Otros Pasivos Financieros, ir a la Nota 15 de los Estados Financieros Consolidados de Sodimac S.A.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

**Gobierno
corporativo**



► Marco de gobernanza

Sodimac entiende que contar con un buen gobierno corporativo, de acuerdo con estándares internacionales, es condición fundamental para una gestión eficaz y un desarrollo responsable y sostenible.

El gobierno corporativo de Sodimac se estructura a partir de un directorio con 9 integrantes (ocho hombres y una mujer), sin suplentes, que ejercen el cargo por tres años desde la fecha de su elección por la junta de accionistas. El actual directorio fue elegido en la Junta Ordinaria de Accionistas del 17 de abril de 2024 por el

periodo estatutario de 3 años. Su nombramiento se comunica a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), tras lo cual, según protocolos establecidos por la matriz, se someten a un proceso de inducción que incluye la política de sostenibilidad de la compañía.

Los directores establecen los lineamientos generales que guían la conducción de la empresa, velan por su cumplimiento y responden frente a los accionistas. Tanto el directorio como la plana ejecutiva han adoptado el modelo de sostenibilidad como una

herramienta estratégica, conforme a los Principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la OIT; los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU; los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas; los principios del Global Reporting Initiative (GRI); los compromisos asumidos voluntariamente como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); la norma ISO 26000; y las líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales.

El directorio supervisa el desempeño y la gestión de la empresa en sus diversos ámbitos, recibiendo en cada sesión reportes del gerente general y los máximos ejecutivos. Por política interna, ningún director desempeña cargos administrativos en la compañía.

Tanto Sodimac Chile como su filial Imperial tienen sus respectivos comités ejecutivos o equipos gerenciales, que controlan y gestionan su desarrollo económico, social y medioambiental.

► Ranking Merco Responsabilidad ESG

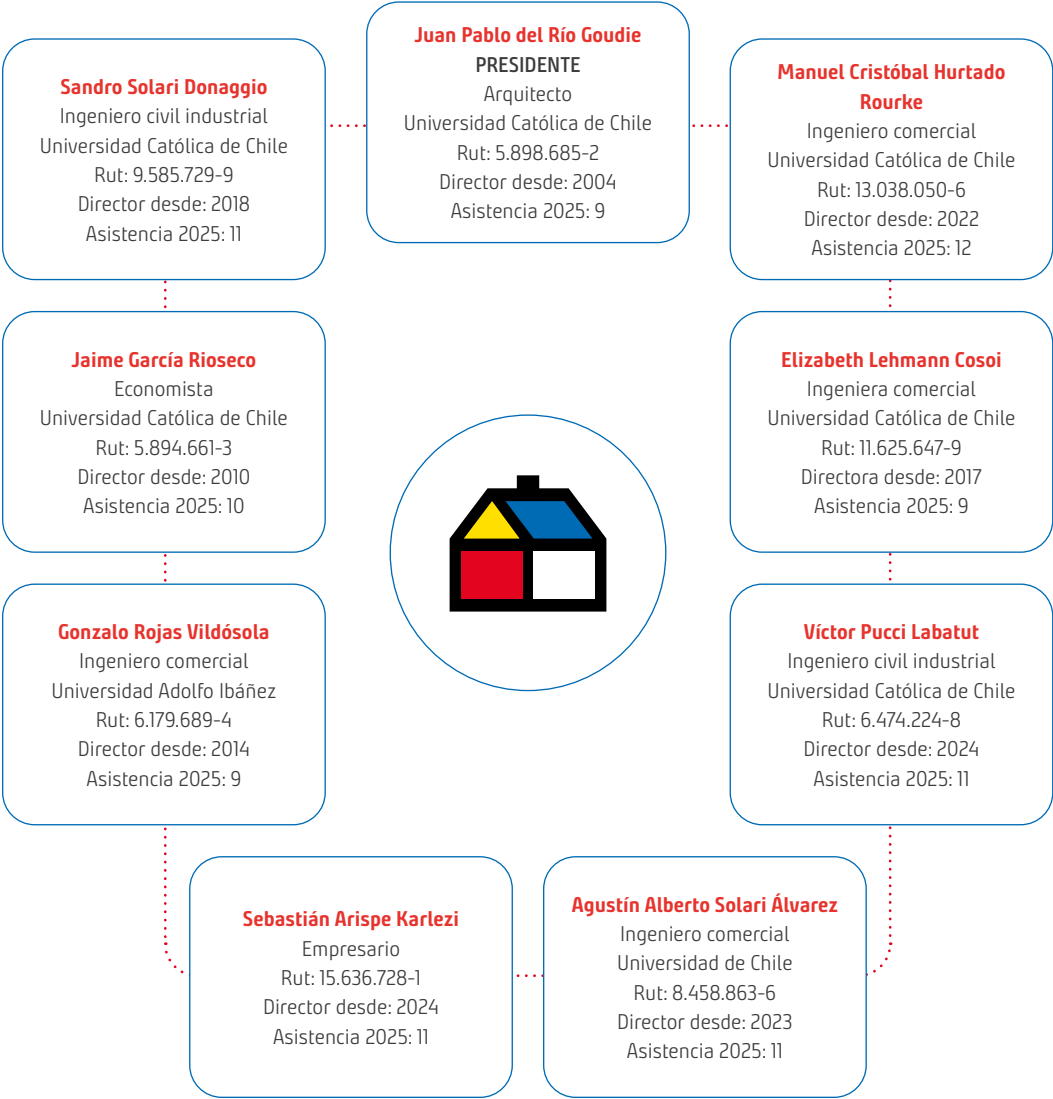
Sodimac fue reconocida como una de las Empresas Más Responsables en términos ESG de Chile, según Merco (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa). Este estudio evalúa criterios medioambientales, sociales, de ética y gobierno corporativo.

Sodimac lideró en los sectores retail y mejoramiento del hogar, y se ubicó en el lugar 12 del ranking general. En las dimensiones social y gobierno corporativo ocupó el puesto 13 y el 19 en medioambiente. El estudio se realizó entre abril de 2023 y marzo de 2024, y se basó en 54.049 encuestas a 25 diversas fuentes, entre las que se incluyen trabajadores, asociaciones de consumidores, sindicatos, ONG, representantes de Gobierno, directivos de empresas, expertos en sostenibilidad, analistas financieros, periodistas y social media managers. Adicionalmente, se analizaron las políticas de cada empresa en los ámbitos analizados.

► “Caminatas”

El gerente general, la plana ejecutiva principal (y otras jefaturas) tienen la práctica de realizar “caminatas” semanales a tiendas y otras instalaciones a lo largo del país, para conocer su estado y funcionamiento, así como entender las preocupaciones y recoger retroalimentación directa de los trabajadores que allí se desempeñan para introducir mejoras. Estas visitas se realizan habitualmente cada jueves y a algunas de estas se suman integrantes del directorio.

En 2025 no hubo visitas formales de directores a tiendas y centros de distribución que estén registradas en la empresa.



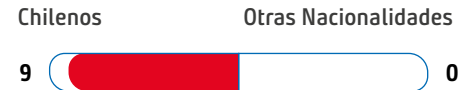
Distribución

Número de personas por género

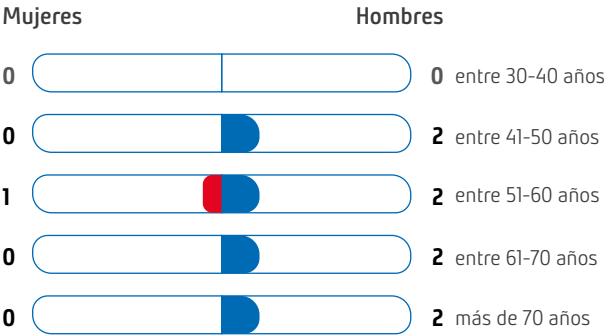


No existen cuotas de género para la selección de candidatos al directorio ni para la elección de estos, optando por quienes mejor representen a los accionistas o puedan aportar dada su experiencia y trayectoria, sin importar su género.

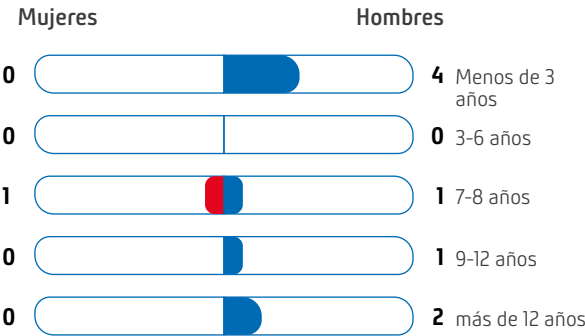
Número de personas por nacionalidad



Número de personas por rango de edad



Número de personas por antigüedad



Ningún miembro del directorio es una persona con discapacidad y no hay directores suplentes.
No hay directores independientes.



De acuerdo con los estatutos de la compañía, las sesiones ordinarias de directorio se deben celebrar al menos mes por medio. En 2025 se realizaron 12 sesiones. Los directores pueden acceder, a través de una aplicación electrónica de acceso remoto, a los informes de gestión y documentación de respaldo, respecto de todas las materias tratadas en las reuniones. La información de estos informes y documentos, así como de las actas, se registran a través de medios digitales, disponibles de manera segura y remota para el directorio.

El directorio de la compañía acordó que las sesiones que consideren participación remota se realicen mediante llamado telefónico en conferencia o por los sistemas Zoom, Teams, Webex o Skype, o una combinación de ellos, para que quienes asistan lo puedan hacer a través de ordenadores personales, hardware de videoconferencia, tablets, teléfonos celulares u otros medios tecnológicos. Además, acordó que cuando en una sesión del directorio la mayoría de sus miembros esté presente en el mismo lugar físico, esa reunión se entenderá celebrada en dicho lugar, y que cuando la mayoría de sus miembros participe mediante medios tecnológicos, tal sesión se entenderá celebrada en aquel lugar virtual conformado por la concurrencia del sistema de transmisión y recepción que permitió la interacción de los directores en tiempo real y de manera simultánea. Asimismo, también decidió que, salvo acuerdo contrario adoptado en la sesión, todas las actas y constancias del directorio, y las declaraciones de responsabilidad de sus miembros, sean suscritas mediante firma electrónica simple. Estas decisiones surgen a partir de lo establecido por la Norma de Carácter General N°450 de la Comisión para el Mercado Financiero, que imparte instrucciones respecto de los medios tecnológicos autorizados para la celebración de sesiones de directorio.

Asimismo, el directorio acordó su forma de operación en situaciones de contingencia o crisis, con el detalle de las notificaciones, reuniones y acciones que deben adoptarse.

Matriz de conocimientos, habilidades y experiencia del Directorio de Sodimac S.A.

Directores con dos periodos o más en el Directorio de Sodimac S.A.	2
Directores con cinco periodos o más en el Directorio de Sodimac S.A.	5
Directores con estudios universitarios	8
Directores con estudios de postgrado	5
Directores con participación en el comité de directores (Comisión de Auditoría)	3
Directores con participación actual o pasada en otros directorios	9
Directores con participación en organizaciones sin fines de lucro	5
Directores con experiencia en cargos ejecutivos	9

Evaluación y capacitación al Directorio

Cuando asumen el cargo, los nuevos directores se someten a un proceso de inducción, que incluye la descripción y entrega de documentos y antecedentes relevantes sobre la operación de la organización, para que conozcan de primera mano los principales aspectos relacionados con la gestión, negocios y riesgos de la compañía, así como su política de sostenibilidad.

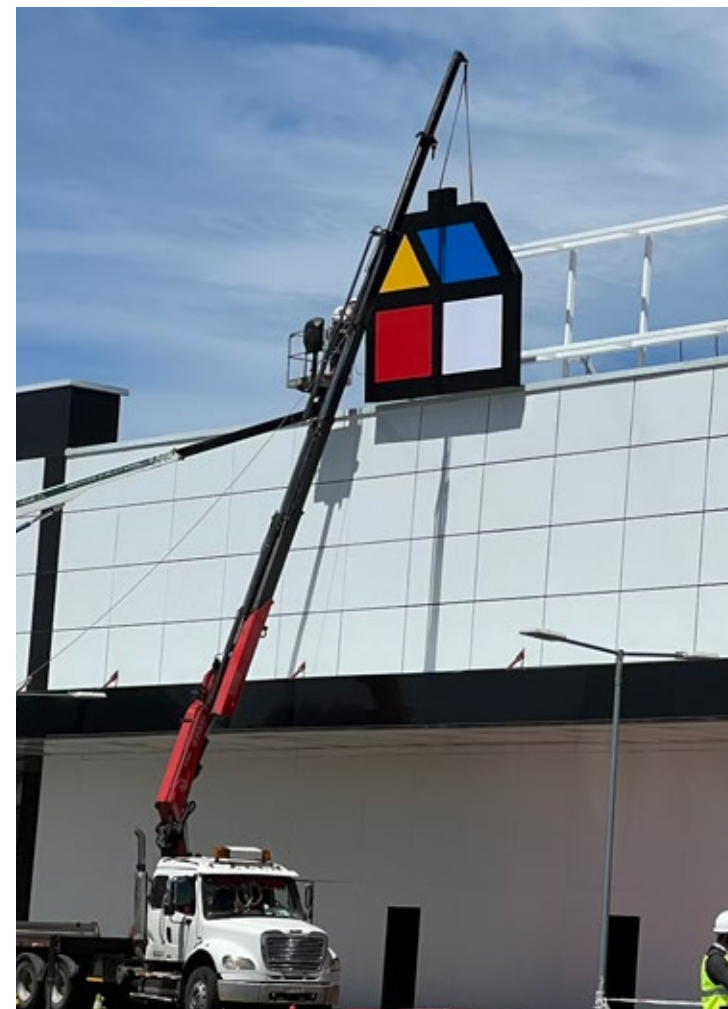
El grupo Falabella organiza dos jornadas de capacitación al año para directores de la matriz y filiales, a las que asisten los directores de Sodimac. Además, existe una plataforma con cursos digitales disponibles para todos los directores, en materias relacionadas con la prevención de delitos, libre competencia y protección de datos personales.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

► Comités del Directorio

Si bien Sodimac es una sociedad anónima cerrada y no está obligada a tener un comité de directores de conformidad al artículo 50 bis de la Ley N.º 18.046 sobre Sociedades Anónimas, cuenta con una Comisión de Auditoría compuesta por 3 miembros. Al 31 de diciembre de 2025, dicha comisión estaba integrada por los directores Jaime García Rioseco, Sandro Solari Donaggio y Gonzalo Rojas Vildósola, quienes también ejercieron esa responsabilidad en 2024. Durante el año, revisó materias propias de su competencia encargadas por el directorio, incluidas la gestión contable; correcta aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera; informes de los auditores externos, el balance y demás estados financieros; cumplimiento de planes y avances en auditoría interna; gestión de riesgos de la sociedad y revisión trimestral para ver la evolución en los planes de acción para mitigarlos; actividades y programas de Gobernanza Ética y Cumplimiento; programa de Prevención del Delito; así como el examen de operaciones con partes relacionadas conforme al título XVI de la LSA y la política de habitualidad de la compañía.

- La Gerencia de Contraloría reporta las situaciones de interés a lo menos trimestralmente a la Comisión de Auditoría.
- Cada semestre se efectúa una presentación al Directorio, con las situaciones relevantes.
- La gestión de impactos es supervisada por el directorio y la Comisión de Auditoría, a través de reuniones mensuales.
- Dos directores, entre ellos el presidente, participan también en el comité consultivo de “Construyendo Sueños de Hogar”, uno de los programas emblemáticos de la empresa en el ámbito social.
- El Comité de Compensación y Talento de la compañía matriz Falabella S.A. analiza y propone políticas de compensación para los ejecutivos de la compañía y de otras unidades del grupo, tomando como base la información interpretada por la consultora global Mercer, un organismo independiente a la compañía, con experiencia en materia de compensaciones. Las estructuras salariales y políticas de compensación e indemnización del Gerente General y demás ejecutivos principales son aprobadas anualmente por el directorio de Falabella S.A. Los accionistas de Sodimac S.A. sólo se pronuncian con respecto a la remuneración de los directores en la Junta Ordinaria de Accionistas que se celebra cada año. Por su parte, es el directorio quien fija y determina la remuneración de los miembros de la Comisión de Auditoría de Sodimac S.A.
- La sociedad no cuenta con planes de compensación o beneficios especiales dirigidos exclusivamente a sus ejecutivos principales. La estrategia de compensación se basa en principios de equidad y competitividad, y asigna una compensación de acuerdo con el rol de responsabilidad y desempeño de cada posición en la compañía.



► Pagos al Directorio

Durante la Junta Ordinaria de Accionistas realizada el 16 de abril de 2025 se aprobó mantener la dieta mensual de 55,56 UF brutas que reciben los directores y en el caso del presidente, la dieta mensual de 333,33 UF brutas.

Remuneraciones del Directorio (valores brutos)

	2024 M\$	2025 M\$
Juan Pablo del Río Goudie	149.709	156.750
Jaime García Rioseco	24.974	26.127
María Cecilia Karlezi Solari	7.258	-
Elizabeth Lehmann Cosoi	24.974	26.127
Gonzalo Rojas Vildósola	24.974	26.127
Sandro Solari Donaggio	24.974	26.127
Catalina del Río Silva	7.258	-
Manuel Cristóbal Hurtado Rourke	24.974	26.127
Agustín Solari Álvarez	24.974	26.127
Sebastián Arispe Karlezi	16.888	26.127
Víctor Pucci Labatut	14.783	26.127
Total	345.738	365.766

Nota: Sebastián Arispe Karlezi y Víctor Pucci Labatut se integraron al directorio de Sodimac S.A. el 17 de abril de 2024 en reemplazo de Cecilia Karlezi Solari y Catalina del Río Silva, respectivamente.

A excepción del presidente, según lo acordado en la Junta de Accionistas, no hay diferencias en la dieta asignada a cada integrante del directorio, por lo que no existe brecha salarial por género.

El directorio no contrató asesorías durante el período. No se contrataron asesorías a la firma auditora externa.

Comisión de Auditoría

En sesión ordinaria del Directorio de fecha 30 de abril de 2024, se acordó que los miembros del Directorio que forman parte de la Comisión de Auditoría perciban una remuneración de 17 UF líquidas por cada sesión a la que asistan.

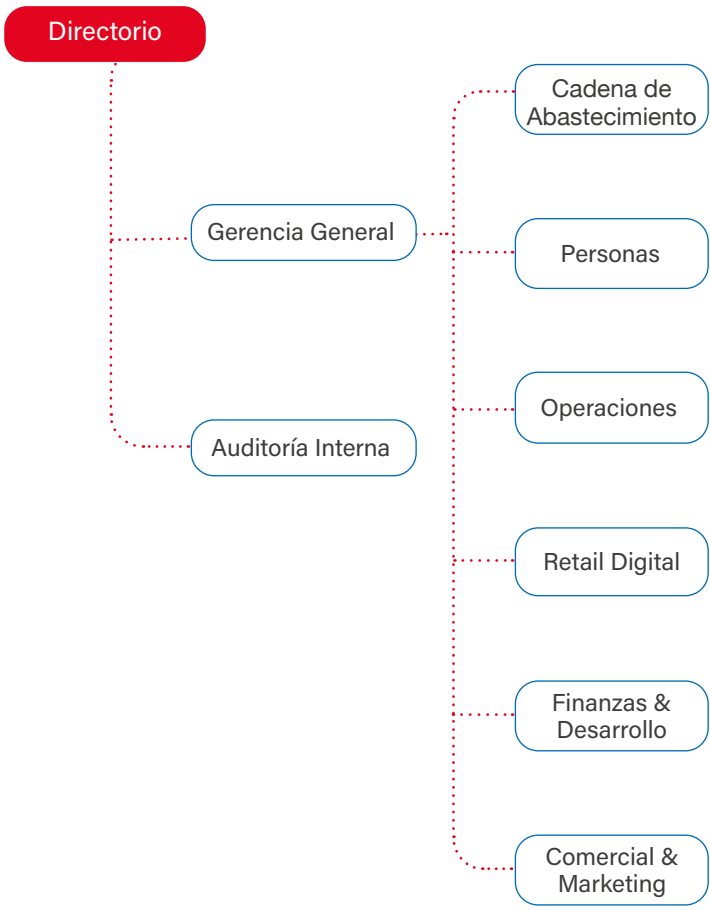
Durante 2025, la Comisión de Auditoría celebró cinco reuniones para abordar materias de su competencia, entre ellas, examinó los reportes de auditoría interna, el balance y demás estados financieros trimestrales y anual de la sociedad, incluyendo los informes presentados por los auditores externos, pronunciándose respecto de estos en forma previa a su presentación al directorio, y en su caso a los accionistas, para su aprobación.

La Comisión de Auditoría no contrató asesorías durante el período. No se contrataron asesorías a la firma auditora externa.

Remuneraciones Comisión de Auditoría (valores brutos)

	2024 M\$	2025 M\$
Jaime García Rioseco	2.781	2.925
Gonzalo Rojas Vildósola	2.781	2.925
Sandro Solari Donaggio	2.781	2.925
Total	8.343	8.775

► Organigrama organizacional



Ejecutivos principales

Comité ejecutivo corporativo

(Al 31 de diciembre de 2025)

Comité ejecutivo corporativo para el negocio de mejoramiento del hogar de Falabella S.A., en virtud del contrato con Falabella S.A. de otorgamiento de franquicia para el uso de su Sistema Retail y Marcas.



Alejandro Arze Safian
Gerente General Corporativo Mejoramiento del Hogar
Ingeniero comercial
Rut: 12.232.048-0
Fecha nombramiento: 15 de marzo de 2020



Carolina Bascuñán Vargas
Gerenta Corporativa de Personas
Ingeniera Civil Industrial
Rut: 9.774.356-8
Fecha de nombramiento: 1 de febrero de 2024



Magdalena Hevia Marcet
Gerenta Corporativa de Retail Digital
Bachiller de Ciencias Sociales y Diseñadora
Rut: 16.937.824-K
Fecha de nombramiento: 1 de abril de 2025



Fabio De Petris Duarte
Gerente Corporativo de Finanzas y Desarrollo
Ingeniero civil industrial
Rut: 15.325.237-8
Fecha nombramiento: 1 de septiembre de 2018



Francisco Javier Pirozzi Jabat
Gerente Corporativo de Cadena de Abastecimiento
Ingeniero civil industrial
RUT: 10.971.697-9
Fecha de nombramiento: 1 de octubre de 2023



Mariano Imberga
Gerente Corporativo de Operaciones
Ingeniero industrial
Rut: 24.547.340-0
Fecha nombramiento: 1 de abril de 2025



Francisco Torres Larrain
Gerente Corporativo Comercial y Marketing
Ingeniero civil industrial
Rut: 7.006.016-7
Fecha nombramiento: 1 de agosto de 2006



Fernando Valenzuela del Río
Gerente Contralor Corporativo
Ingeniero comercial
Rut: 9.571.294-0
Fecha nombramiento: 1 de marzo de 2020

(Nota: Desde el 1 de enero de 2026, Matías Pizarro Ivanyi asumió la Gerencia Corporativa de Finanzas y Desarrollo, en reemplazo de Fabio De Petris Duarte).

► **Comité ejecutivo Sodimac Chile**
(Al 31 de diciembre de 2025)

Supervisa el desempeño económico, social y medioambiental de la empresa en Chile. Realiza una reunión semanal de seguimiento y evalúa trimestralmente la planificación estratégica, informando los resultados al gerente general, quien luego los comunica al directorio. También mantiene canales de diálogo con los trabajadores a través de sus representantes, dando curso al directorio de sus inquietudes o recomendaciones.



Eduardo Mizón Friedemann
Gerente General
Ingeniero civil industrial
Rut: 9.586.083-4
Fecha nombramiento: 1 de agosto de 2006



Jonathan Barbarach Cabrera
Gerente de Retail Digital
Ingeniero comercial
Rut: 17.326.246-9
Fecha de nombramiento: 1 de enero de 2025



Claudia Castro Hruska
Gerenta de Personas
Ingeniera comercial
Rut: 9.122.599-9
Fecha nombramiento: 1 de octubre de 2014



Juan Carlos Corvalán Reyes
Gerente de Sostenibilidad y Cumplimiento
Abogado
Rut: 8.662.785-K
Fecha nombramiento: 1 de agosto de 2006



Cristián Andrés Huidobro Alarcón
Gerente de TI Chile
Ingeniero civil de industrias mención en computación
Rut: 12.721.807-2
Fecha nombramiento: 4 de noviembre de 2019



Mariano Imberga
Gerente de Operaciones
Ingeniero industrial
Rut: 24.547.340-0
Fecha nombramiento: 1 de septiembre de 2019



Ignacio Monteverde
Gerente Comercial y Marketing
Ingeniero civil industrial
Rut: 23.421.767-4
Fecha nombramiento: 1 de septiembre de 2019



Francisca Núñez Regauer
Gerenta de Administración, Control de Gestión, Desarrollo y Proyectos
Ingeniera civil industrial
Rut: 16.478.370-7
Fecha nombramiento: 1 de marzo de 2022



Francisco Javier Pirozzi Jabat
Gerente de Cadena de Abastecimiento
Ingeniero civil industrial
RUT: 10.971.697-9
Fecha de nombramiento: 1 de abril de 2025

(Nota: Desde el 1 de enero de 2026, Sebastián Simonetti Vicuña asumió la Gerencia General, en reemplazo de Eduardo Mizón Friedemann).

► Remuneraciones e incentivos: Movilizando a los líderes

El sistema de incentivos es una herramienta que busca alinear a los gerentes y ejecutivos en torno a los objetivos estratégicos definidos. Éstos reciben bonos de retribución de acuerdo con el cumplimiento de metas económicas y vinculadas a materias ambientales y sociales específicas. Éstas incluyen variables cuantitativas, como los planes de ventas y de resultados; y cualitativas, como la calidad de servicio, el clima laboral y la evaluación de desempeño, entre otras. Sodimac incorpora en las compensaciones variables de los gerentes generales y sus equipos ejecutivos de todas las unidades de negocio los resultados del Índice de Sostenibilidad, que mide anualmente los avances en la gestión de sostenibilidad en las dimensiones económica, social y ambiental.

La plana gerencial de Sodimac S.A. y filiales, compuesta por gerentes de comité ejecutivo, gerentes y subgerentes de área y gerentes de negocios, recibió durante 2025 remuneraciones e incentivos que alcanzaron M\$25.175.508, mientras que en 2024 totalizaron M\$22.884.064.

En tanto, las indemnizaciones pagadas a ejecutivos ascendieron a M\$2.454.320 en 2025 y a M\$338.795 en 2024.

► Marco ético e integridad

Marco ético

La valoración y consideración de la persona humana, su dignidad y derechos fundamentales se sitúan en la base del accionar corporativo. La empresa desarrolla su negocio según valores y principios éticos y un rechazo absoluto a prácticas de corrupción.

Programas de cumplimiento e integridad corporativa

Sodimac cuenta con siete programas de ética y cumplimiento, constituidos por políticas, procedimientos y mecanismos internos destinados a prevenir, detectar y corregir eventuales incumplimientos de leyes, regulaciones y compromisos corporativos. Estos programas aseguran una conducta ética y legal en todas las operaciones, y abarcan los ámbitos de prevención de delitos, libre competencia, derechos de los consumidores, datos personales, medioambiente, ética e integridad, y derechos humanos.

Cada programa considera cuatro tipos de elementos:

- Normativos, que establecen estándares, directrices y acciones obligatorias.
- De comunicación, orientados a difundir e informar sus contenidos.
- De ejecución, que operacionalizan los elementos de los programas.
- De control, destinados a monitorear y evaluar su cumplimiento.

En ese sentido, Sodimac cuenta con un Programa de Integridad Corporativa

que permite identificar, prevenir y abordar eventuales situaciones que contravienen los valores de la empresa. El sistema busca prevenir fraudes, conflictos de intereses y abusos de poder, entre otras conductas, e incorpora las variables contempladas por la Ley N°20.393 y sus modificaciones posteriores sobre responsabilidad penal de las personas jurídicas en caso de delitos.

También contempla una plataforma web y canales de contacto directos para recibir denuncias y consultas, garantizando la confidencialidad del emisor, la investigación y una apropiada solución. Asimismo, el anonimato y la no represalia al denunciante y a todos quienes participen en el proceso investigativo son principios fundamentales de este canal. El modelo contempla representación y estructura formal en los distintos niveles de la compañía, incluyendo al Directorio, y asegura una adecuada investigación de cada hecho denunciado, su registro y la información de sus resultados, resguardando siempre la debida confidencialidad.

En relación con los programas de cumplimiento que buscan prevenir conductas en los ámbitos de prevención de delitos, libre competencia, derechos de los consumidores, medioambiente, datos personales y derechos humanos, la empresa no tuvo sanciones en 2025 por incumplimientos regulatorios.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

Durante el año, la compañía continuó fortaleciendo su gobierno corporativo, destacando la actualización de los Programas de Ética, Datos Personales, Medio Ambiente y Derechos del Consumidor, todos aprobados por el Directorio. Además, se desarrolló una nueva normativa orientada a mitigar riesgos asociados a la libre competencia en el ámbito del comercio electrónico y en inteligencia artificial, incentivando la innovación y, a la vez, un manejo responsable y ético de esta herramienta.

En paralelo, se reforzaron los lineamientos en materia de gobierno corporativo y ética empresarial, mediante la difusión de contenidos a toda la organización y la realización de capacitaciones dirigidas a cargos expuestos en los programas de integridad y cumplimiento de la compañía.

Se actualizaron también las matrices de riesgos de cumplimiento, incorporando tanto los cambios estructurales recientes de Sodimac como nuevas normativas que exigen la implementación de controles específicos para la adecuada mitigación y gestión de riesgos.

► Ley de Protección de Datos Personales

De cara a la entrada en vigencia de la nueva Ley de Protección de Datos Personales en diciembre de 2026, se inició un proceso de revisión integral de políticas, procedimientos y procesos internos. Este trabajo busca asegurar el cumplimiento normativo y privacidad de las personas, fortaleciendo los derechos de los titulares de datos y mejorando los mecanismos de trazabilidad y transparencia, lo que ha implicado ajustes en procesos, tecnologías y cultura organizacional.

Durante el año se llevaron a cabo comités trimestrales de Ética y Cumplimiento, los cuales han permitido un seguimiento cercano de los avances en los distintos programas, así como la identificación de desafíos y oportunidades de mejora. Esta instancia de comunicación directa entre el equipo de cumplimiento y la alta dirección ha sido clave para posicionar la ética y el cumplimiento normativo como ejes estratégicos de Sodimac, promoviendo una toma de decisiones informada y proactiva.

En materia de prevención de delitos y anticorrupción, se mantuvo la colaboración y monitoreo continuo por parte de BH Compliance -entidad autorizada por la Comisión para el Mercado Financiero- reafirmando el compromiso de la empresa con la ética y la transparencia. Todas las pruebas revisadas durante el año 2025 arrojaron resultados satisfactorios, sin identificar brechas ni requerir planes de acción. Además, la compañía mantiene la recertificación con duración de dos años recibida por esta entidad el año 2024, la que da cuenta de la implementación, administración y supervisión por parte de Sodimac del modelo de prevención de delitos orientado a prevenir las infracciones señaladas en la Ley N°20.393.

Durante el año, Sodimac participó en el IX Foro Regional de Empresas y Derechos Humanos para América Latina y el Caribe, realizado en Sao Paulo, Brasil. El encuentro se centró en el rol de las empresas y el Estado en la debida diligencia en derechos humanos, con foco en las personas y el medio ambiente.

Asimismo, Sodimac se convirtió en la primera gran empresa del país en obtener el Sello Ley Karin Nivel 2, el más exigente otorgado por la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS). Esta acreditación, que abarca las 74 tiendas, 8 centros de distribución y la oficina central, valida la implementación de políticas, protocolos y buenas prácticas alineadas con la ley para prevenir, atender y gestionar denuncias de acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo.

La compañía participó como expositora en la X Semana Regional de Integridad Empresarial en América Latina, realizada en Buenos Aires, Argentina, instancia que reunió a actores públicos, privados y de la sociedad civil en torno a la ética corporativa y la sostenibilidad, contribuyendo al diálogo regional sobre conductas empresariales responsables y, al mismo tiempo, reafirmando la convicción con la ética e integridad como ejes centrales de la gestión de la compañía.

Sodimac tiene una serie de normativas éticas y procedimientos de control:

- **Código de Integridad (EticAcción):**

Expone claramente los derechos y obligaciones de cada integrante de la organización. Su última actualización fue en 2024, para ajustarlo a los nuevos estándares y normativa de la Ley Karin.

- **Reglamento de Orden, Higiene y Seguridad:**

Contiene los principios que rigen a todo el personal en términos de conducta ética, derechos y obligaciones, confidencialidad, seguridad laboral, probidad, relaciones con autoridades y la comunidad, entre otros.

- **Política y Procedimiento General de Investigación:**

Ambos documentos establecen los principios y directrices a seguir en caso de realizar investigaciones de carácter éticos. Ambos documentos se adecuan a la Ley Karin, incorporando dentro de los principios formativos de toda investigación la perspectiva de género, así como se establece que los casos de acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo cuentan con un plazo distinto a los demás investigados, conforme a esa normativa.

- **Manual de proveedores:**

Las relaciones de Sodimac con sus proveedores se desarrollan en un marco de ética y transparencia, de acuerdo con los lineamientos establecidos en el documento público Transparencia Comercial Sodimac (TCS). Éste se enfoca tanto en la relación comercial como en las conductas y normas de operación responsable y de sostenibilidad con los proveedores, permitiendo un trabajo conjunto basado en reglas claras. La Contraloría de Sodimac es la entidad interna a cargo de garantizar el cumplimiento de este código de autorregulación y además los proveedores tienen acceso directo al Canal de Integridad de la empresa. El texto completo del TCS se puede descargar en www.sodimac.cl.

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

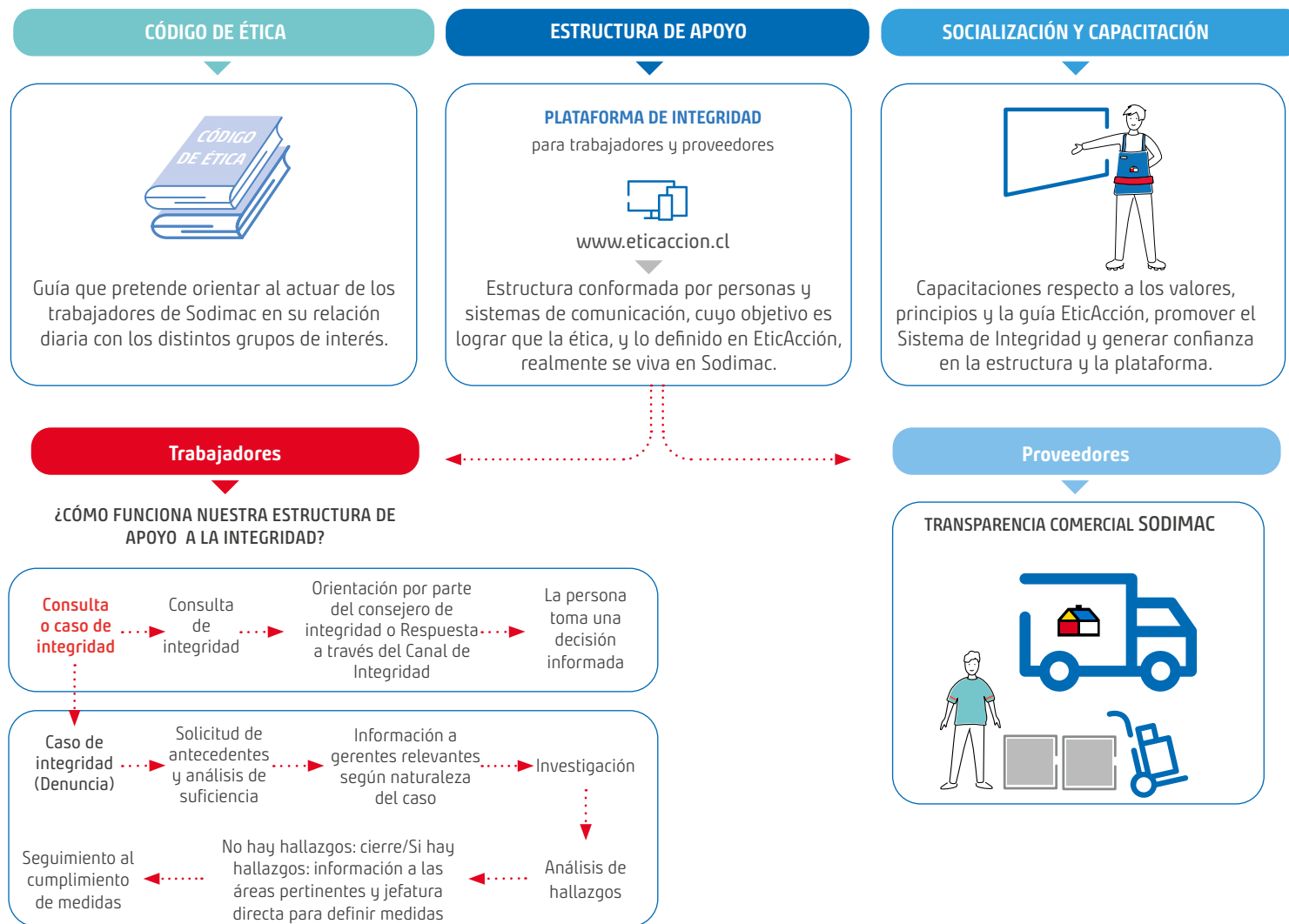
CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS



En 2025 se recibieron 475 contactos en el Canal de Integridad: 41 consultas y 434 denuncias.

• **Canal de Integridad:**

Los trabajadores y otros grupos de interés disponen de una plataforma web, que funciona las 24 horas del día, donde pueden formular denuncias o consultas sobre temas de integridad, garantizando la confidencialidad, la investigación de cada caso y una adecuada solución. Los trabajadores también pueden conversar directamente con un consejero de integridad, función que desarrollan los asistentes sociales de la empresa, quienes fueron especialmente capacitados para asesorarlos y canalizar sus inquietudes y denuncias.

La plataforma web de denuncias y consultas opera de manera externa a Sodimac y de forma común para las empresas del grupo Falabella, reforzando de esta manera la imparcialidad, la objetividad y la confidencialidad. Se entrega información estadística de este canal al menos semestralmente al Directorio y trimestralmente al Comité de Riesgos. También la analiza trimestralmente el Comité de Ética y Cumplimiento.

En 2025, esta plataforma web recibió 475 contactos (consultas y denuncias) respecto a comportamiento inapropiado, acoso laboral, acoso sexual, conflictos de intereses, infracciones a la normativa interna de regalos e invitaciones y discriminación, entre otros.

Las consultas o denuncias se clasifican en “éticas” y “no éticas”. Entre las primeras, en el año se presentaron 324 denuncias, de las cuales 83 fueron acreditadas adoptándose las medidas correspondientes.

Año 2025	Cantidad	Abiertas	Cerradas	Con medidas adoptadas
Consultas	41	0	41	0
Denuncias	434	67	367	83
Total	475	67	408	83

Fuente: Sodimac

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

Medidas adoptadas por situaciones de integridad

Temas Denunciados 2025	Desvinculación	Retroalimentación	Amonestación escrita	Amonestación verbal	Plan de trabajo	Capacitación	Observación de conducta	Refuerzo con la denunciada	Trabajo en protocolos y mejoras	N/A
Acoso laboral	0	0	10	0	0	0	0	0	0	0
Comportamiento inapropiado	1	19	17	7	2	2	1	1	1	0
Comportamiento inapropiado con connotación sexual	0	0	2	1	0	0	0	0	0	0
Conflicto de interés	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Discriminación	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0
Respeto a la vida privada y protección de los datos de carácter personal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Temas laborales con connotación ética	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Acoso sexual	2	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Violencia en el Trabajo	0	0	0	0	0	3	0	0	0	5
Robo o hurto	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Infracciones a la normativa interna	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0
Violación a la confidencialidad	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Violencia en el lugar de trabajo	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Total	4	20	35	9	2	5	1	1	1	5

Fuente: Sodimac



Comercio y marketing responsable

La empresa adhiere voluntariamente a las normas del Código de Ética Publicitaria y los principios del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR). Además, suscribe el Código de Autorregulación de la Asociación de Marketing Digital y Data de Chile (AMDD)

respecto a materias generales de responsabilidad y ética en actividades asociadas al marketing directo, contando con la certificación del código de autorregulación AMD.

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

► Gestión de riesgos

Sodimac desarrolla sus operaciones en un entorno dinámico y en constante evolución, caracterizado por desafíos económicos, políticos y sociales, lo que lo hace estar expuesto de manera inherente a diversos riesgos que, de materializarse, podrían afectar el cumplimiento de los objetivos estratégicos y la sostenibilidad del negocio. La gestión de riesgos busca proteger el logro de los objetivos y el valor creado, lo que exige mantener una gestión continua.

Considerando la exposición de la compañía a riesgos de diversa naturaleza que pueden comprometer sus objetivos de negocio y la relación con sus grupos de interés, se ha implementado un modelo de gestión de riesgos que identifica y evalúa dichos riesgos, los mecanismos de control y establece las responsabilidades para prevenirlos y/o mitigarlos.

El modelo de gestión de riesgos se encuentra formalizado en la Política de Gestión Integral de Riesgos y en la Política de Auditoría Interna, que establecen los lineamientos para la identificación, prevención y mitigación de riesgos.

La Política de Gestión Integral de Riesgos se fundamenta en estándares nacionales e internacionales en materia de riesgos, tales como, ISO 31000 y COSO ERM, definiendo los pilares del modelo, las responsabilidades de los roles clave y los procesos para asegurar la coherencia y consistencia en la aplicación de las prácticas de gestión de riesgos en todas las áreas y niveles de la organización. Asimismo, establece canales oficiales y líneas de reporte para la comunicación efectiva relativa a la información de riesgos, incluyendo la alta dirección y el Directorio. Esta política se encuentra aprobada por el directorio de Sodimac.

Durante el año 2025, el trabajo se concentró en la aplicación de la política, fortalecer la adherencia en los distintos procesos para asegurar su implementación y mejoras. Adicionalmente, se focalizó en seguir avanzando en la gestión de riesgos de alto nivel, específicamente en el análisis de los controles, implementación y su evaluación.



1. Modelo de gestión integral de riesgos

La gestión de riesgos se basa en el Modelo de las Tres Líneas del Instituto de Auditores Internos, que establece estructuras claves para asegurar un gobierno sólido en esta materia y guía en la gestión efectiva de riesgos. Este enfoque permite definir roles y responsabilidades claras en cada línea, garantizando que los distintos tipos de riesgos, estratégicos, operativos, de cumplimiento, tecnológicos, entre otros, sean gestionados de manera coherente y coordinada en todos los negocios.

Este modelo se basa en una cultura tone at the top fomentando desde los niveles más altos de liderazgo, como lo es el Directorio y la alta administración, el tono, visión y expectativas en relación con la identificación, evaluación y gestión efectiva de los riesgos, permeando a toda la organización.

El modelo se implementa a través de:

Órganos de gobierno: El Directorio asume la responsabilidad última de la gestión de riesgos, incluyendo la aprobación de políticas y tolerancia al riesgo, supervisión, establecimiento de estructuras y procesos, y la promoción de una cultura de gestión de riesgos. Se complementa con el trabajo de comités en los cuales el Directorio delega responsabilidades en esta materia, conservando la supervisión y responsabilidad.

Dirección: Compuesta por la primera línea, que se centra en la entrega de los productos y servicios hacia los clientes, a cargo de los dueños de cada proceso; y, la segunda línea, que proporciona asistencia, monitoreo y asesoramiento para la gestión de riesgos. Estas áreas se encuentran en diferentes posiciones dentro de la organización, de manera de ejercer un rol independiente en materia de gestión de riesgos.

Auditoría interna: Al ser independiente de la administración, proporciona un aseguramiento objetivo sobre la adecuación y eficacia de la gestión de riesgos, con la finalidad de verificar que el ambiente de control sea adecuado.

Estas líneas trabajan en conjunto para garantizar la eficacia de la estrategia de gestión de riesgos.

2. Estructura

Para desarrollar el Modelo de Gestión Integral de Riesgos, se definió una estructura que es lo suficientemente independiente y que, a su vez, está integrada en el negocio para conocer de forma sustancial los principales desafíos que enfrenta la empresa.

Sodimac cuenta con una Sub-Gerencia de Prevención de Riesgos, encargada de proporcionar directrices y orientaciones estratégicas al negocio en su ámbito de acción. Esta está alineada a la compañía matriz Falabella S.A. y actúa como punto focal y centralizador de la gestión de riesgos, promoviendo una visión y actuación coherente entre las diferentes áreas y la gestión de riesgos, en línea con los objetivos generales de la empresa.

A nivel de grupo Falabella, existen expertos para cada categoría de riesgo definida, tales como: riesgos tecnológicos y operativos, de seguridad de la información, financieros, de crédito, de personas, de cumplimiento, y de cambio climático. Estos especialistas entregan lineamientos y soporte a cada vertical de negocio, incluyendo a Sodimac S.A., en coordinación con el área de riesgos corporativa. Su función principal consiste en actuar como un control por oposición, brindando una perspectiva independiente y crítica para fortalecer la gestión de riesgos realizada en los negocios.

Esta estructura integral asegura que las actividades de gestión de riesgos sean rigurosas, independientes y alineadas con las mejores prácticas en la disciplina de gestión de riesgos empresariales (ERM). La combinación de orientación corporativa, especialización por área de negocio y roles de especialistas, garantiza una gestión proactiva y adaptativa de los riesgos, fundamentada en la comprensión detallada y la evaluación continua.

La estructura en Sodimac considera su propio Comité de Riesgos que sesiona trimestralmente. Este comité está conformado por los principales ejecutivos de cada gerencia que integran el comité ejecutivo, incluyendo al Gerente General.

Adicionalmente, se cuenta con el equipo de Auditoría Interna que depende directamente del Directorio. Este equipo realiza trabajos de auditoría interna, de acuerdo con los planes aprobados por el Directorio. Los resultados de estas auditorías se informan a las unidades auditadas y al Directorio, y son analizadas en la Comisión de Auditoría, según corresponda.

3. Proceso

La empresa cuenta con un listado de riesgos de alto nivel (estratégicos), que contempla los principales riesgos del negocio; considera diferentes ámbitos, tanto financieros como no financieros, de origen interno como externo. Este listado se revisa y actualiza al menos anualmente, con la participación del personal clave, en función del escenario y los desafíos que se presentan.

Adicionalmente, se actualiza la evaluación del riesgo inherente, a través de parámetros objetivos, tales como, probabilidad e impacto. Para evaluar el impacto, se consideran diversos criterios, abarcando aspectos financieros, reputacionales, legales, de personas y medioambientales, entre otros.

Durante 2025, se siguió avanzado en la medición, gestión y reporte de riesgos, presentando la información respectiva en los comités de riesgo. Para cada riesgo crítico, se avanzó en identificar las estrategias, controles y/o medidas que ayudarán a reducir de manera efectiva la exposición. De esta forma se mitigan las posibles consecuencias y refuerza la capacidad de adaptación y resiliencia frente a desafíos emergentes.

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

Listado de riesgos de alto nivel

El consumo de los hogares, principal motor de ingresos para Sodimac continúa siendo sensible a la percepción sobre la evolución de la economía. Factores como la inflación, el leve crecimiento del PIB, el desempleo, las tasas de interés y el nivel de ingresos siguen siendo determinantes, aunque en 2025 se sumaron elementos como la confianza del consumidor y la estabilidad cambiaria, que influyen en las decisiones de gasto.

Por su parte, el segmento de Obras Nuevas mantiene una alta correlación con los ciclos del sector construcción, impactado por la inversión en proyectos habitacionales y de infraestructura pública y privada. En el contexto actual, la reactivación de proyectos inmobiliarios y las políticas de incentivo a la construcción sostenible son variables clave que condicionan su desempeño.

Bajo este contexto, los principales riesgos están definidos por:

Escenario político y económico incierto

El escenario político y económico presenta riesgos relevantes que pueden afectar la actividad de la empresa, tales como modificaciones en políticas económicas gubernamentales; niveles y trayectorias de inflación y las medidas para contenerlos; fluctuaciones del tipo de cambio; tasas de interés; ajustes arancelarios; condiciones del mercado laboral; y, factores geopolíticos, en un contexto global caracterizado por fragilidad financiera y persistencia de tensiones.

Estos elementos no sólo podrían impactar las operaciones internas, sino que también el comportamiento financiero de clientes y proveedores. La

incertidumbre podría generar cambios en los patrones de consumo que afecten la demanda de productos y servicios, así como variaciones en la capacidad de pago de los clientes, incidiendo en indicadores de crédito (morosidad, provisiones) y en el costo de fondos.

Para gestionar este riesgo, a nivel Grupo Falabella se mantiene un monitoreo sistemático del entorno económico, político y social, complementado con análisis internos de escenarios macro y sensibilidad, y asesorías externas especializadas. Se cuenta con una gobernanza robusta que incluye el Comité de Riesgos Corporativos, lo que permite priorizar acciones, calibrar exposiciones y ajustar decisiones de manera oportuna frente a cambios imprevistos.

Nuevas normativas o cambios normativos más exigentes

Sodimac desarrolla sus operaciones en múltiples países con contextos legales y regulatorios diversos y dinámicos, lo que implica una exposición constante a cambios normativos que pueden incrementar las exigencias para el desarrollo de sus actividades. Estos cambios regulatorios pueden limitar o restringir modelos de negocio, aumentar costos operativos, y afectar la rentabilidad y viabilidad de la operación, lo que exige una gestión proactiva y anticipada para mitigar estos riesgos.

Para gestionar este riesgo, a nivel de Grupo Falabella se mantiene un enfoque integral y robusto que incluye:

- Monitoreo legislativo continuo y especializado: Un equipo especializado realiza seguimiento permanente de los movimientos regulatorios, lo que permite a los negocios gestionar los cambios necesarios para cumplir con la nueva regulación.

- Evaluación del impacto transversal: Al identificar potenciales nuevas regulaciones y normativas con impacto relevante para la operación del Grupo, se analizan y evalúan los efectos, facilitando la adaptación y cumplimiento por parte de los negocios.
- Comunicación y gobernanza efectiva: Los resultados del monitoreo y evaluación se reportan periódicamente en directorios, comités ejecutivos, de cumplimiento y a las áreas expuestas, según sea el caso, para la toma de decisiones estratégicas y operativas.

Incumplimiento de normativas y/o regulaciones

Las operaciones podrían verse enfrentadas a impactos legales, regulatorios y reputacionales en caso de constatarse incumplimientos en materia de prevención de delitos, libre competencia, medioambiente, derechos de los consumidores y datos personales u otros, así como a sanciones como resultado de investigaciones de los reguladores. Los resultados de dichas contingencias son inciertos, y podrían afectar negativamente los resultados financieros y la reputación de Sodimac.

Para la gestión de dichas contingencias, la compañía cuenta con programas de cumplimiento en las materias antes señaladas. Cada uno de ellos establece las conductas esperadas de parte de los colaboradores, así como las consecuencias en caso de incumplimiento. Adicionalmente, se realizan actividades de comunicación y capacitación para difundir las expectativas de conducta a lo largo de toda la organización y se incorporan iniciativas que permiten la aplicación práctica de dichos programas.

Además, se gestionan y reportan periódicamente indicadores de cumplimiento que permiten evaluar la efectividad de los programas.

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS



Incapacidad para atraer y retener talentos

Para mantener un alto nivel profesional en la compañía y continuar superando las expectativas de los clientes, se debe contar con personas altamente calificadas y comprometidas en todas las áreas y niveles de la organización.

La gestión de talentos puede verse impactada por un mayor dinamismo en el mercado laboral, una competencia agresiva, y la mayor necesidad de perfiles que conozcan y se adapten a nuevas necesidades comunicacionales, negociadoras, tecnológicas, entre otras; o mejores condiciones del mercado para atraer profesionales competentes, con experiencia o con habilidades particulares. Asimismo, se puede ver afectada por cambios en los beneficios (económicos, de jornada laboral, presencialidad, etc.) o cambios demográficos, entre otros factores, afectando la operación, calidad de los servicios y la rentabilidad de los negocios.

Como parte de las medidas de monitoreo y de mitigación desarrolladas en este ámbito, se encuentran:

- Compensaciones y beneficios competitivos: Para atraer y retener talento en un mercado laboral dinámico.
- Política de reclutamiento basada en una marca empleadora potente, una selección asertiva, oferta dentro de lo flexible, para ampliar el alcance, atraer el

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

- mejor talento y adaptarse a distintas necesidades.
- Planes de formación, para asegurar que los equipos desarrollen las capacidades que el negocio requiere.
- Una cultura sólida, donde las personas están al centro.
- Agenda de liderazgo, para fortalecer habilidades críticas que impulsen la gestión de personas y el desempeño organizacional.
- Mediciones de cultura a través de una encuesta anual y Pulso.

Estas medidas, junto con indicadores específicos permiten monitorear periódicamente este riesgo, se revisan en diferentes instancias, para poder identificar si existe alguna alerta importante que requiera adoptar un plan de acción.

Seguridad de la información

En 2025, la seguridad de la información continuó siendo un pilar crítico en la estrategia de gestión de riesgos, en un entorno marcado por la aceleración digital, la expansión del comercio electrónico, la adopción acelerada de inteligencia artificial generativa y el uso intensivo de tecnologías emergentes. Este riesgo abarca amenazas que podrían comprometer la confidencialidad, integridad y disponibilidad de los datos y sistemas, incluyendo ciberataques sofisticados, accesos no autorizados, vulnerabilidades en la infraestructura tecnológica, fallas en sistemas críticos y riesgos

asociados al uso de la Inteligencia Artificial (IA), con impactos potenciales en la operación, reputación y los resultados financieros.

Las medidas de mitigación consideran:

- Fortalecimiento de protección mediante la implementación de nuevos casos de uso de control de fuga de información, orientados a resguardar datos sensibles y elevar la madurez de seguridad en el negocio. Estos casos abarcan desde la protección frente a cargas indebidas en herramientas de IA, el resguardo de contraseñas y grabaciones de reuniones, hasta el control de información asociada a Giftcards, claves de API y archivos de respaldo. Esta iniciativa refuerza la prevención de fugas y el cumplimiento corporativo.
- Además, se realizan capacitaciones y ejercicios de ethical phishing para elevar la conciencia en seguridad de la información.

El compromiso con la protección de la información se refleja en resultados concretos: durante 2025 se mantuvo la integridad de los sistemas sin registrar incidentes significativos que puedan afectar a los clientes.

Datos personales

Sodimac tiene un Programa de Cumplimiento de Protección de Datos Personales estructurado sobre la base de un enfoque de gestión de riesgos auditado

anualmente. Este establece las directrices para determinar, comunicar y guiar la conducta en esta materia. El 1 de diciembre de 2026 empezará a regir la Ley 21.719 sobre protección de datos personales que modifica a la Ley 19.628 sobre protección de la vida privada y la empresa ya ha trabajado para adecuar sus procesos, protocolos, políticas y programas internos para adecuarse oportunamente al nuevo marco legal.

La Política de Protección de Datos Personales contempla los principios generales que rigen el actuar de Sodimac en este ámbito, entre los cuales se encuentran:

- El tratamiento de los datos personales de manera leal y lícita.
- Únicamente de aquellos datos que sean adecuados, relevantes y limitados a los fines informados a sus titulares.
- El tratamiento de los datos para las finalidades y por los destinatarios consentidos por los titulares, cuando corresponda, e informados en la Política de Privacidad publicada en el sitio web de Sodimac.
- Los nuevos derechos y exigencias: Acceso, Rectificación, Supresión, Oposición, Portabilidad y Bloqueo.

La empresa aplica exigentes protocolos internos, programas de capacitación y sistemas de seguridad para asegurar la absoluta reserva de todos los datos personales de sus clientes y prohíbe entregar esta

información a terceros, cumpliendo estrictamente la normativa al respecto.

En 2025, no hubo reclamos o denuncias formales por violación a la privacidad o fuga de información.

Capitaciones gestión de riesgo y cumplimiento

Uno de los pilares del Modelo de Gestión Integral de Riesgos es la cultura de riesgos, en donde las capacitaciones y jornadas toman un rol fundamental para concientizar y sensibilizar a la organización sobre los riesgos que se enfrentan y cómo se están abordando. Se realizan diversas reuniones para potenciar la Política de Gestión Integral de Riesgos y su aplicación en las diversas áreas o procesos.

En el año 2025, se participó en el “Segundo Encuentro de Riesgos Falabella” a nivel regional, el cual fue un espacio de conversación y acercamiento entre los equipos de riesgos y control interno del Grupo, en donde se abordó el modelo de gestión de riesgos actual a nivel corporativo y los desafíos de su implementación en cada negocio. Dicha instancia, contó con la participación de todos los equipos de riesgos de los negocios y los especialistas de cada tipo de riesgo.

Por otro lado, durante el año se realizaron 22 capacitaciones sobre prevención de delitos, libre competencia, derecho del consumidor, medioambiente,

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

ética, derechos humanos y datos personales. En dichos entrenamientos se logró el 100% de cumplimiento a todos los cargos expuestos en los distintos riesgos asociados a sus funciones. De esta misma forma, se realizó una capacitación a todos los proveedores de Sodimac que tuvo como objetivo profundizar las temáticas abordadas en estos programas de Cumplimiento. Todos los proveedores e instituciones beneficiadas con donaciones de la compañía contaron con una revisión de integridad, de manera previa a su contratación.

A su vez, se realizó nuevamente una capacitación de libre competencia obligatoria para los colaboradores que participan en asociaciones gremiales.

En materia de riesgos físicos se realizaron periódicamente capacitaciones en tiendas y bodegas, las que tienen como objetivo reforzar la cultura preventiva en el cuidado de colaboradores y clientes.

Adicionalmente, se desarrollaron instancias de capacitación y reforzamiento mediante ejercicios de ethical phishing, con el objetivo de fortalecer la conciencia en materia de seguridad de la información. Estas actividades, ejecutadas de forma remota y de manera transversal para equipos de tiendas, centros de distribución y Oficina de Apoyo, permitieron reforzar conceptos esenciales relacionados con estándares

corporativos, buenas prácticas y riesgos vigentes, tales como phishing, uso adecuado de contraseñas y manejo seguro de medios de almacenamiento.

Como complemento, el grupo Falabella mantiene diversos canales para la capacitación de directores en materias tales como gestión de riesgos y cumplimiento de normativas.

Fallas o caídas de sistemas clave

La estrategia del grupo Falabella ha incrementado la dependencia de sistemas críticos y plataformas digitales, lo que eleva la relevancia de este riesgo. Una falla o interrupción en algún sistema crítico podría afectar algunos procesos esenciales, impactando la continuidad operativa, experiencia del cliente y rentabilidad del negocio. Actualmente se cuenta con una infraestructura híbrida, que combina entornos on-premise y en la nube, lo que permite soportar operaciones en un contexto altamente competitivo. Sin embargo, este riesgo se ve potenciado por la creciente complejidad tecnológica, la interconexión y dependencia de proveedores externos, y la necesidad de garantizar disponibilidad y resiliencia en todas las operaciones.

Para mitigar este riesgo y asegurar la resiliencia, se han implementado las siguientes acciones:

- Migración y redundancia tecnológica: Se avanzó en la migración a la nube y fortalecer la redundancia en infraestructura crítica, complementada con planes de contingencia robustos.
- Monitoreo proactivo: Se cuenta con sistemas avanzados que permiten monitorear y alertar de forma preventiva ante incidentes, facilitando una respuesta rápida para minimizar impactos.
- Planes de mantenimiento y actualización: Se ejecutan programas mensuales y anuales para mantener actualizados los componentes tecnológicos (red, cómputo, almacenamiento, nube y servidores de aplicaciones) asegurando estabilidad y seguridad.
- Seguridad y automatización: Se refuerzan los controles de seguridad en redes, aplicaciones y servidores, incrementando la automatización de tareas para reducir riesgos y mejorar la eficiencia.
- Gestión del cambio y estandarización: Se estandarizan políticas de gestión de cambios, incidentes y problemas, disminuyendo brechas y acelerando la capacidad de respuesta ante eventos críticos.

Estas acciones fortalecen la capacidad para enfrentar los desafíos tecnológicos y garantizar la continuidad operativa en un entorno altamente competitivo.

Obsolescencia tecnológica

La constante evolución tecnológica tiene un impacto significativo en los sistemas y en la infraestructura que respalda sus operaciones. Por esta razón, la empresa realiza un proceso continuo para incorporar oportunamente nuevas herramientas, adaptándose ágilmente a los cambios tecnológicos, siendo el enfoque mitigar cualquier impacto negativo en la experiencia del cliente.

Para enfrentar este riesgo, se implementan estrategias que priorizan la estabilidad de procesos críticos mediante el monitoreo permanente y la inversión en modernización tecnológica. Entre ellas destacan el proyecto de migración a la nube, el fortalecimiento de la infraestructura híbrida y la incorporación de nuevas herramientas, manteniendo la seguridad y la gestión de riesgos como ejes centrales en la toma de decisiones.

Asimismo, se cuenta con planes de mantenimiento en todas las capas de infraestructura (red, cómputo, almacenamiento, nube y servidores de aplicaciones) que aseguran actualizaciones periódicas y la mitigación continua de vulnerabilidades. El monitoreo avanzado permite anticipar incidentes y reducir el impacto que la obsolescencia pueda generar en las operaciones, garantizando resiliencia y continuidad en un entorno altamente competitivo.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

► Riesgos Financieros

La situación financiera y los resultados operacionales dependen de las condiciones económicas impactadas por diversos factores externos. Debido a esto, la organización está expuesta a:

• Riesgo de tipo de cambio:

En el pasado, el peso chileno y el resto de las monedas de los países en los que Sodimac opera han estado sujetas a grandes devaluaciones y apreciaciones, y podrían estar sujetas a fluctuaciones significativas en el futuro.

Una gran parte de los productos que se venden son importados y denominados en divisas extranjeras, principalmente el dólar americano, lo que genera una exposición al riesgo cambiario. Adicionalmente, las fluctuaciones en los tipos de cambio de las distintas monedas con respecto al peso chileno pueden afectar el valor de la inversión neta en el extranjero.

Para mitigar el riesgo cambiario de las compras en dólares, se cuenta con una política de cobertura que permite mitigar los impactos de las variaciones en el tipo de cambio. Por otro lado, se busca traspasar toda la deuda emitida en dólares a

la moneda funcional a través de operaciones de derivados. Adicionalmente, la mayor parte de la deuda financiera se contrata en moneda local.

• Riesgo de inflación:

El aumento de la inflación puede afectar negativamente en la rentabilidad del negocio y generar una eventual contracción del consumo. Por otro lado, Sodimac cuenta con una deuda financiera indexada a inflación (principalmente deuda en Unidades de Fomento en Chile), presentando una cobertura natural al riesgo de inflación.

• Riesgo de tasa de interés:

Corresponde a la exposición a pérdida, ocasionada por cambios adversos en las tasas de interés de mercado, y que podrían verse afectadas por eventos políticos y económicos a nivel global, regional o local, impactando negativamente en los costos y gastos.

Para mitigar este riesgo, la mayor parte de la deuda financiera está a tasa de interés fija de manera de evitar la exposición a fluctuaciones que puedan ocurrir en las tasas de interés variable.

• Riesgo de liquidez:

Es la brecha temporal existente entre los flujos de efectivo por pagar y por recibir, generando una escasez repentina o inesperada de fondos, impactando en un incremento de costos para mantener la operación.

A nivel Grupo se cuenta con una serie de herramientas para mantener el riesgo de liquidez acotado. Entre ellas, la mantención de suficiente efectivo y equivalentes al efectivo para afrontar las obligaciones en las operaciones habituales. Adicionalmente, la empresa tiene alternativas de financiamiento bancario disponibles, tales como líneas de sobregiro y préstamos, así como la posibilidad de acceder rápidamente a instrumentos de deuda en el mercado de capitales a través de líneas inscritas de bonos y efectos de comercio.

La atomización y diversificación de la cartera de crédito y sus mecanismos de control contribuyen a mantener los flujos por cobrar esperados dentro de rangos adecuados.

Todo lo anterior entrega suficientes alternativas y fuentes de financiamiento para afrontar las obligaciones operacionales y financieras.

• Riesgo de crédito:

Es la posibilidad de incurrir en una pérdida asociada al evento de que la contraparte no cumpla con sus obligaciones contractuales (riesgo de no pago). El negocio crediticio se enfoca en personas jurídicas que obtienen líneas de crédito para sus compras realizadas a través de las áreas de ventas a empresas.

Las ratios de mora pueden verse afectados por variables exógenas (macroeconómicas, geopolíticas y sociales, entre otras), que van más allá de las decisiones estratégicas y las prácticas de gestión de riesgo de la empresa. Por ello, no se puede asegurar que los índices de morosidad no aumentarán, requiriendo más provisiones y afectando de forma adversa los resultados del negocio.

Por lo anterior, para mitigar esos impactos, se han aplicado acciones restrictivas sobre perfiles de mayor riesgo, así como potenciar y promover los procesos de renegociación con los clientes para aliviar su carga financiera.

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

Disrupciones en la cadena de valor debido a los riesgos físicos del cambio climático y los de transición a una economía baja en carbono

El cambio climático es un riesgo potencial que expone a impactos desfavorables sobre las personas, activos físicos y sectores económicos, producto de la ocurrencia de condiciones climáticas adversas, tales como temperaturas altas y precipitaciones extremas, sequía o aumento del nivel del mar. Adicionalmente, la transición a una economía baja en carbono puede traer consecuencias para las actividades del negocio y mayores costos en la cadena de valor.

Sodimac integra la gestión de riesgos de cambio climático en el Modelo de Gestión Integral de Riesgos, alineados a las recomendaciones del Task-Force on Climate-related Financial Disclosures (Grupo de Trabajo sobre Divulgaciones Financieras Relacionadas con el Clima) y a través del uso de las instancias de gobierno, líneas de reporte, procesos, roles y metodologías establecidas.

En 2025 se actualizaron los riesgos de cambio climático, focalizando el análisis con información derivada de modelos climáticos validados por la ciencia para enriquecerlo y poder priorizar los riesgos según su probabilidad e impacto inherente. Resultado de este proceso, se cuenta con la identificación y evaluación inherente de riesgos de cambio climático actualizada con base objetiva.

Durante el año, en los comités desarrollados y en coordinación con la gestión de riesgos de cumplimiento, se siguieron monitoreando los requerimientos regulatorios existentes y emergentes, con un foco en cambio climático.

Incongruencia entre lo declarado y ejecutado en materia ambiental, social y de gobernanza (ESG)

En 2025, la gestión ambiental, social y de gobernanza (ESG) siguió siendo un eje estratégico, y comunicar los avances y compromisos en la materia es clave para generar confianza con los grupos de interés. En un contexto donde las distintas audiencias y las regulaciones internacionales exigen mayor transparencia, trazabilidad y consistencia en los compromisos corporativos, comunicar es una oportunidad, pero también un riesgo, que se puede materializar de dos maneras:

Existe el riesgo de ser inconsistentes entre lo prometido y lo ejecutado; y también el riesgo de comunicar con estándares poco precisos, cayendo en diferentes tipos de “sustainability washing”. Ambos escenarios pueden afectar la reputación, credibilidad y sostenibilidad del negocio, especialmente considerando la creciente fiscalización normativa y la sensibilidad del mercado frente a la conducta empresarial responsable.

Para mitigar este riesgo se han implementado las siguientes medidas:

- **Modelo corporativo único de gestión de metas ESG:** se consolidó un sistema integrado y estándar para todos los negocios, que permite evaluar la alineación efectiva entre las metas declaradas y su implementación, asegurando aprobación, alineación, coherente y trazabilidad.
- **Gobernanza y roles:** Se designó un responsable corporativo de este riesgo, que se encarga de dar lineamientos, asegurar que los compromisos se encuentren validados por los responsables en esa materia (a nivel local y corporativo) y en instancias de gobierno, y supervisar el adecuado cumplimiento.

• **Indicadores y monitoreo continuo:** Este año se avanzó en la definición de las métricas para evaluar el nivel de cumplimiento y riesgo residual, alineadas a los estándares IFRS S1 y S2, fortaleciendo la reportabilidad y la transparencia. Lo anterior, se presenta continuamente en los comités de riesgos correspondientes.

• **Manual de comunicaciones ESG:** Se implementó y difundió un manual corporativo que establece criterios claros para la comunicación responsable, evitando prácticas de greenwashing y asegurando la consistencia en todos los negocios del grupo, además de crear flujos de aprobación para estandarizar la comunicación responsable.

Capacitación y cultura de integridad: Se desarrollaron programas de formación para líderes y equipos clave, orientados a reforzar la importancia de la coherencia entre lo declarado y lo ejecutado en materia de ESG.

Daños en infraestructura afectando la seguridad física de instalaciones y la continuidad operacional

En el desarrollo de las actividades, operan diversas instalaciones físicas: tiendas, centros de distribución y oficinas. Estas instalaciones, están sujetas a la ocurrencia de eventos que podrían perjudicar su operatividad, como incendios, inundaciones y otro tipo de desastres naturales o eventos dañinos. Algunos de estos eventos y sus efectos, son susceptibles de ser controlados o contenidos. El daño a las instalaciones podría inhabilitarlas temporal o permanentemente, lo que podría resultar en pérdidas económicas, dependiendo del alcance del evento y de la cobertura de las pólizas de seguros contratadas. Los daños a las personas que asisten a las instalaciones sean clientes, trabajadores, proveedores u

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

otros, podrían dar lugar a impactos legales, económicos y reputacionales en la compañía.

Entendiendo lo importante que resulta tener monitoreados y mitigados estos riesgos es que se han implementado las siguientes medidas:

- Mantenciones preventivas y correctivas: Ejecución y monitoreo de la realización de los planes periódicos para asegurar la integridad de las instalaciones y equipos críticos, para reducir la probabilidad de fallas.
- Inspecciones y monitoreos de activos: Inspecciones regulares y seguimiento de indicadores que reflejan el estado de las instalaciones, priorizando inversiones en infraestructura crítica.
- Cobertura aseguradora: Existen pólizas contratadas con compañías de primera línea que cubren riesgos de deterioro, paralización y otros impactos sobre activos y patrimonio.
- Incorporación del criterio de obsolescencia de activos para que sea considerado en los análisis de las mantenciones y recambios de activos. Esto es parte de los monitoreos de los indicadores que dan cuenta del estado de condición de los principales activos de los negocios y asegurar que las inversiones sean focalizadas correctamente.

Posibles fallas en la cadena de abastecimiento e inventarios

Es fundamental mantener niveles de inventarios óptimos para operar el negocio con éxito, evitando tanto las faltas como los excesos de stock, en especial dado el tiempo de suministro de importaciones de los proveedores que abastecen desde fuera de Chile.

Por lo tanto, una muy buena proyección de venta, sumada a una adecuada estimación de la demanda de los productos, resultan ser elementos clave para la correcta administración de los inventarios. Por lo anterior, en Sodimac se implementaron durante el año 2025 dos pilares estratégicos en la gestión del inventario:

Por un lado, la renovación del sistema de Demand & Fulfillment, que busca potenciar el proceso de proyección (forecast) y reposición, a través del uso de herramientas de Inteligencia Artificial y de la integración de todas las variables relevantes del negocio. Y, por otro lado, se reforzaron los procedimientos asociados a la ejecución de compras de inventario, con el compromiso de todas las áreas involucradas, con el fin de asegurar el cumplimiento de la venta objetivo de la compañía y el control del capital de trabajo.

Accidentes y/o enfermedades

La salud y seguridad de los trabajadores es primordial. Dado esto se implementó un sistema de gestión de seguridad y salud laboral basado en la ISO 45001. Se fomenta el bienestar integral, incluyendo la salud mental y se desarrollan acciones como, inducciones, capacitaciones, simulacros e inspecciones regulares, además de mantener actualizada la Gestión de Riesgos de Desastres y/o planes de emergencia, que abarca preparación, mitigación, respuesta y recuperación ante emergencias.

Asimismo, se impulsa la participación de los trabajadores en comités de seguridad y se reconocen las buenas prácticas, consolidando así una cultura organizacional centrada en el bienestar y la seguridad de todos, fortaleciendo así una cultura preventiva sólida y sostenible.

Sodimac cuenta con el seguro social obligatorio administrado por la Asociación Chilena de Seguridad, que cubre las lesiones de trabajadores

directos y trabaja en la prevención de este tipo de siniestros para mantener el riesgo asociado bajo control.

Relacionamiento con proveedores que no cumplan estándares mínimos

La empresa cuenta con proveedores de productos y servicios claves para la operación. Si los proveedores violan las leyes aplicables, regulaciones, normativa interna, no cumplen con estándares mínimos o implementan prácticas consideradas poco éticas, inseguras o peligrosas para el medioambiente o las comunidades, podrían afectar la reputación, limitar el crecimiento y afectar negativamente los resultados operativos de Sodimac.

En 2025, la gestión responsable de la cadena de suministro siguió siendo prioritaria, en un contexto donde los grupos de interés y las regulaciones internacionales exigen mayor transparencia y trazabilidad en las prácticas empresariales.

Para gestionar dichos riesgos, se cuenta con un proceso de validación y creación de proveedores de forma centralizada, que permite realizar una revisión de sus antecedentes en distintos aspectos, tales como su inclusión en listas de restringidos, incumplimientos regulatorios, la comisión de delitos y vulneración de normativa de libre competencia o laboral.

Adicionalmente, se tienen cláusulas específicas en contratos que exigen el cumplimiento de estándares éticos, ambientales y sociales, alineadas con los principios ASG y normativas internacionales.

Lo anterior es monitoreado y objeto de diversas auditorías a cargo de los negocios, para poder asegurar que se trabaja con proveedores que cumplen los estándares.

Se complementa lo anterior con la adhesión a la plataforma mundial SEDEX (Supplier Ethical Data Exchange, www.sedex.com/es), una organización internacional de membresía voluntaria que impulsa la mejora continua en aspectos ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en las cadenas de suministro.

Adicionalmente, el Canal de Integridad apoya en la gestión de este riesgo.

Venta de productos que dañen la salud o integridad de las personas

Este riesgo se sigue considerando significativo tanto desde la perspectiva de sostenibilidad como de integridad operacional. La empresa rechaza la comercialización de cualquier producto que infrinja de manera parcial o total los requisitos que la regulación local y autoridad exigen.

Dado esto, Sodimac y el grupo Falabella en su conjunto mantienen un estricto control para prevenir la vinculación y el mantenimiento de sellers que no cumplan con los estándares de la compañía, así como para prevenir la comercialización de productos que representen posibles riesgos para la salud, legales, reputacionales y/o financieros, por no cumplir con la normativa local.

Debido a lo anterior, los proveedores y sellers son evaluados bajo los más altos estándares de la industria. Asimismo, existe un monitoreo permanente realizado por los equipos de Calidad y Cumplimiento de Sellers y Productos.

Asimismo, el permanente monitoreo realizado por el equipo de Cumplimiento de Sellers y Productos – con el objetivo de identificar productos no comercializables, de contenido prohibido, sin certificación

o comprobación de autenticidad, infracciones de propiedad intelectual, precios irrisorios, reclamos, reviews y alertas de seguridad de productos (“recalls”)–, permite adoptar las medidas de reparación que correspondan. La plataforma Falabella Seller Center permite bloquear productos que incumplan con cualquier requisito controlado, así como las cuentas de aquellos sellers que presenten un riesgo para la compañía debido a sus incumplimientos.

Durante el 2025, se trabajó de forma significativa para potenciar y mejorar este monitoreo con la implementación de una IA de cumplimiento de productos.

Además de resguardar los requisitos de seguridad, se procura que la información sobre los productos que se entrega a los clientes sea clara, precisa y oportuna. De esta forma, los equipos responsables revisan el rotulado de los productos, las instrucciones de uso, manuales, y en general toda la información básica comercial. Así, los clientes pueden tomar una decisión de compra de manera informada.

En caso de incumplimiento en materia de productos, los proveedores y sellers se exponen a las sanciones reguladas de manera contractual.

Alza en actividades delictuales y consolidación de crimen organizado transnacional que impacten la integridad de los clientes, proveedores, colaboradores y/o activos

En 2025, los riesgos para la seguridad física de las personas y activos donde se mantienen operaciones se han incrementado significativamente, no sólo por la tendencia al alza de la actividad delictual y de la violencia

en todas sus formas, especialmente asociada al empleo de armas de fuego, sino por la penetración y consolidación del crimen organizado y sus motores delictuales en el país, generando condiciones para el desarrollo de economías ilícitas con alcance transnacional. Esta realidad presenta un escenario desafiante en materia de seguridad, que se está traduciendo en un aumento de los riesgos colaterales para los colaboradores, clientes y proveedores en tiendas y centros logísticos, producto de la ocurrencia de delitos violentos en su interior o en su entorno inmediato, ya sea directamente en contra de las instalaciones o aprovechando sus condiciones para otro tipo de actividad criminal. Por otra parte, además, es necesario continuar observando las complejidades políticas y sociales propias de los ámbitos geográficos y culturales donde se tiene presencia, de tal manera de anticipar los fenómenos de conflictividad en el entorno, que puedan favorecer la delincuencia y afectar la continuidad operacional de los negocios. En este contexto, resulta relevante la aparición de conductas violentas contra el comercio, las cuales podrían intensificarse y generar impactos significativos, más allá del ámbito de la seguridad.

Con el compromiso permanente hacia la seguridad de los stakeholders, se tiene implementada una Mesa de Seguridad Corporativa que integra a los equipos de seguridad y prevención de pérdidas de los negocios y otras áreas operativas afines, coordinada por la Gerencia de Seguridad Corporativa. Esta mesa tiene como objetivo coordinar a las diferentes áreas de la organización, recopilar información para la toma de decisiones y alerta temprana, compartir buenas prácticas, y desarrollar proyectos con impacto transversal en los negocios, que mejoren la seguridad, incluyendo, también, el foco normativo en la materia, el análisis de riesgos y su gestión, la propuesta de planes preventivos y el seguimiento de indicadores internos y externos correspondientes, contribuyendo a un proceso continuo de mejora en el ámbito de la seguridad física, aplicable en todos los negocios. Durante 2025, esta mesa funcionó de forma continua,

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS



incorporando además a las áreas logísticas y de transporte de los negocios, que se han visto afectadas por este riesgo.

Se destaca en particular, la necesidad de reforzar la capacitación y el entrenamiento de todos los equipos en las instalaciones de negocios, para asegurar la oportuna activación y seguimiento de los respectivos protocolos y procedimientos, frente a las distintas situaciones de riesgo a las que podrían verse afectados.

► Política de Conflictos de Interés

Sodimac posee una Política de Gestión de Conflicto de Intereses aprobada por el Directorio, que establece los principios y criterios para la efectiva declaración y gestión de estos. El 100% de los directores y ejecutivos de primera y segunda línea completaron y/o actualizaron en 2025 el formulario de Declaración de Intereses, Interlocking y Partes Relacionadas que se encuentra en el Sistema de Registro, siendo su responsabilidad informar cualquier cambio que se produzca. Adicionalmente, todos los trabajadores deben informar, tan pronto llegue a su conocimiento y a través del Sistema de Registro, un potencial conflicto de interés en una operación en particular, incluso si la relación había sido declarada previamente.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

► Riesgos emergentes

Los riesgos emergentes constituyen una fuente de incertidumbre que ha surgido de manera reciente en los últimos años o que ha experimentado un cambio importante, y que tiene el potencial de afectar de manera significativa los objetivos y el desempeño de la organización. Estos tipos de riesgos pueden surgir por diversos factores, tales como cambios en el entorno, nuevas tendencias en el mercado, avances tecnológicos y variables socioeconómicas, entre otros.

En base a lo anterior, se han identificado los siguientes riesgos emergentes relacionados al avance tecnológico:

1. **Uso inapropiado de la Inteligencia Artificial (IA):** La implementación, desarrollo o utilización de soluciones basadas en Inteligencia Artificial (IA) sin los controles adecuados puede generar riesgos significativos, como decisiones automatizadas sesgadas, violaciones a la privacidad, incumplimientos regulatorios, pérdida de confianza de los stakeholders, impactos negativos en la reputación corporativa y consecuencias legales.

Se han identificado tres aspectos críticos:

- o **Gestión y privacidad de datos:** Es esencial implementar de controles robustos para proteger la información de los clientes y mantener su confianza.
- o **Continuidad operacional:** Garantizar que la incorporación de sistemas basados en IA fortalezca la resiliencia de las operaciones y la calidad del servicio, evitando interrupciones.

- o **Gobernanza:** Establecer un marco estructurado que define roles, responsabilidades y procesos para el desarrollo y operación de sistemas de IA, asegurando decisiones informadas y un uso ético de la tecnología, en concordancia con la normativa vigente.

Para aprovechar los beneficios de la inteligencia artificial (IA) y mitigar los riesgos asociados, en 2025 se implementó una política corporativa que establece el uso exclusivo de soluciones de GenIA (IA Generativa) aprobadas. Asimismo, se publicó el estándar corporativo de uso de GenIA, que define los lineamientos de autenticación, uso de APIs (Interfaces de Programación de Aplicaciones) y modelos permitidos, estableciendo un marco seguro para la adopción responsable de estas tecnologías. En conjunto, esta iniciativa representa un hito clave para prevenir fugas de información, asegurar el cumplimiento corporativo y fortalecer las capacidades de protección del negocio.

2. **Incapacidad de la organización para innovar en productos/servicios y procesos:** La incapacidad de desarrollar, adoptar o implementar innovaciones en productos, servicios, modelos de negocio o procesos operativos, representa un riesgo crítico para Sodimac. Este riesgo puede originarse por limitaciones en recursos, cultura organizacional, capacidad tecnológica, visión del negocio o toma de decisiones estratégicas, afectando la capacidad de la organización para adaptarse a cambios en las preferencias del consumidor, tecnologías emergentes o presiones competitivas. La falta de innovación puede traducirse en pérdida de competitividad, disminución de la participación de mercado y afectación de la rentabilidad a mediano o largo plazo.

Para gestionar este riesgo, Sodimac implementa las siguientes acciones clave:

- o **Actualización continua de procesos formativos:** Se mantiene un programa permanente de capacitaciones y desarrollo para colaboradores, orientado a fortalecer sus competencias digitales, tecnológicas y de innovación, asegurando que el talento interno esté alineado con las tendencias y avances de mercado.
- o **Estrategia clara y dinámica de innovación:** Cada unidad de negocio cuenta con un portafolio de iniciativas tecnológicas y de innovación que apoyan la materialización de proyectos con impacto tangible en la propuesta de valor y eficiencia operativa del negocio.
- o **Cultura organizacional orientada a la innovación:** Se fomenta un ambiente que promueve la experimentación, la colaboración transversal y la agilidad en la toma de decisiones, facilitando la rápida adopción de nuevas tecnologías y modelos de negocio.
- o **Inversión estratégica en tecnología:** Se priorizan recursos para la incorporación de tecnologías emergentes, como inteligencia artificial, automatización y plataformas digitales, que potencian la experiencia al cliente y optimizan procesos internos.
- o **Gobernanza y seguimiento:** La gestión de la innovación está integrada en la estructura de gobierno corporativo, con seguimiento periódico de avances, resultados y riesgos asociados, asegurando la alineación con los objetivos estratégicos y la sostenibilidad del negocio.

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

Auditoría Interna

Al depender directamente del Directorio y ser independiente de la administración, la Gerencia de Contraloría (Auditoría Interna) cumple un rol fundamental dentro del modelo de gestión de riesgos para verificar que el ambiente de control sea adecuado en cada uno de los escenarios en que se desenvuelve la empresa.

Esta gerencia desarrolla un plan de auditorías centrado en el mapa de riesgos de la empresa, priorizando los puntos que tengan más alto impacto en los flujos operacionales y sistémicos, así como mayor probabilidad de ocurrencia. El Plan de Auditoría anual, así como sus ajustes, es aprobado por la Comisión de Auditoría.

Junto a lo anterior y reforzado con herramientas de IA y de automatización, se aplica un modelo de auditoría continúa, empleando un aplicativo de desarrollo interno denominado “Panel de Control Remoto” y otros paneles de análisis de datos y visualizaciones, los cuales permiten detectar y comunicar en forma oportuna cualquier desviación en procedimientos contables, financieros, sistémicos, logísticos, operacionales y otros. El mecanismo también opera con las áreas de venta a empresas, operación en tiendas y venta a distancia, entre otras. Esto ayuda a focalizar los esfuerzos y las horas de auditoría con un modelo que es predictivo en algunos puntos de la operación.

Si alguna de estas alertas amerita hacer una adecuación en el Plan de Auditoría o realizar una nueva auditoría, se realiza el ajuste y se comunica a la Comisión de Auditoría para su aprobación.

Asimismo, se tienen reuniones semanales con las distintas unidades de negocio de Sodimac y del grupo Falabella, en las cuales se comunican y detallan riesgos relevantes detectados. Esas materias también se auditan si corresponde en Sodimac Chile o en los otros países donde se pueda tener esos riesgos.

Adicionalmente, para asegurar una alerta oportuna y periódica en el control de inventarios, se emplea un sistema denominado “Audistock”, también desarrollado internamente en Sodimac. Este sistema complementa las auditorías de inventarios físicos que realiza el área en la totalidad de tiendas y bodegas de la compañía a lo largo del año, junto con los inventarios cíclicos efectuados en el periodo. En 2025, se incorporaron más indicadores de auditoría continua desarrollados con IA, lo que permitió madurar el modelo mediante la generación de reportes y paneles de análisis de datos, incrementando así la generación de alertas oportunas sobre riesgos operacionales y facilitando su mitigación.

También se auditan de manera preventiva los distintos procesos relacionados a la participación de Sodimac en el ecosistema del grupo Falabella, tales como digital, logística, fidelización, pagos, financieros y normativos,

entre otros. Sumado a lo anterior, se auditan los modelos preventivos que maneja la compañía respecto de la Ley N°20.393 y otros modelos, para verificar que estos sean efectivos y cuenten con los controles operacionales implementados.

Junto a lo anterior, Auditoría participa de los nuevos proyectos o desarrollos de la Compañía de manera de tener una mirada de control de procesos ante nuevas salidas.

Tras cada auditoría, se entrega a la Alta Dirección un informe con conclusiones y recomendaciones para cada caso, realizando un seguimiento mensual y reuniones con la administración hasta resolver la situación levantada, documentando estas etapas en un sistema de auditoría denominado “*Highbond*”.

La Gerencia de Contraloría reporta las situaciones de interés a lo menos trimestralmente a la Comisión de Auditoría de Sodimac Chile y se reúne con mayor frecuencia con el presidente de esta Comisión, cada vez que la situación lo amerita por los riesgos levantados. Si se encuentra un tema grave, se informa de inmediato a la Comisión de Auditoría. Igualmente, en forma semestral se efectúa una presentación al Directorio con las situaciones relevantes de Sodimac.

Auditorías y medidas de control en tiendas, centros de distribución y oficina central

En 2025, se efectuaron 312 auditorías planificadas y no planificadas, y auditorías remotas diarias, basadas en un panel de control de auditoría en tiendas, bodegas, filiales y oficinas centrales, según el siguiente detalle:

Sodimac Chile

N° Unidades auditables	2023	2024	2025
Tiendas	164	160	128
Bodegas	46	37	39
Filiales (*)	1	1	2
Oficina de Apoyo	53	59	51
Total	264	257	220

Filiales: Empresas en sociedad relacionada con Sodimac

Imperial

N° Unidades auditables	2023	2024	2025
Tiendas	33	35	33
Bodegas	12	11	13
Oficina de Apoyo	66	45	46
Total	111	91	92

► Compromiso con los derechos humanos

Sodimac busca instalar y fortalecer mecanismos que salvaguarden el respeto de los Derechos Humanos (DD. HH.) en cualquiera de sus dimensiones. La empresa cuenta con una Política de Derechos Humanos y Empresa desde 2016, que es pública y transparente, y tiene procesos internos de Debida Diligencia con estándares de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) y Organización de las Naciones Unidas (ONU), incorporados en sus procesos y matrices de riesgos, para prevenir riesgos y resolver oportunamente situaciones que se pudieran presentar.

Frente a un eventual impacto de sus decisiones en los DD.HH. de sus principales públicos de interés, la compañía tiene los siguientes protocolos de mitigación, prevención y remediación:

- Sistema de integridad corporativo.
- Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT) -para más información, ver capítulo Comunidad.
- Programas de marketing y comercio responsable.
- Marco de relacionamiento con proveedores (Transparencia Comercial Sodimac)- para más información, ver capítulo Proveedores.
- Sistema de gestión y desarrollo de proveedores.

Debida Diligencia en Derechos Humanos

En el marco de su compromiso con los DD.HH., Sodimac continuó reforzando y fortaleciendo el proceso de Debida Diligencia materializado en el año 2024, asegurando el apego irrestricto a la normativa local e internacional. Esto mediante una adecuada gestión de riesgos e impactos relacionados con los derechos humanos, teniendo en consideración la evaluación del contexto operacional que permitió identificar oportunidades de mejoras que se ven plasmadas en una matriz de riesgos, en línea con los estándares internacionales, como los Principios Rectores de las Naciones Unidas sobre Empresas y Derechos Humanos.

Además, Sodimac continuó colaborando activamente en las iniciativas de mejora continua en debida diligencia que se realizan en el país, siendo un actor importante en la Red Pacto Global Chile.

Fortalecimiento Programa de Derechos Humanos

Durante 2025, Sodimac avanzó significativamente en su compromiso con el respeto y la promoción de los Derechos Humanos, implementando diversas iniciativas clave:

En el marco de la aprobación del Programa de Derechos Humanos, se instauró una mesa de trabajo que reúne mensualmente a todas las empresas del grupo Falabella, con el propósito de coordinar y avanzar en diversas iniciativas relacionadas con esta materia.

Por otro lado, se actualizó la matriz de riesgos con sus responsables asignados, incluyendo el riesgo emergente relacionado con el uso de Inteligencia Artificial y la preocupación por los impactos éticos y sociales de esta tecnología.

Asimismo, la organización revisó y amplió la Política de Derechos Humanos, extendiendo el alcance a sus socios de negocio. También se aprobó el nuevo Programa de Derechos Humanos, que establece conductas esperadas para trabajadores y proveedores; mecanismos para garantizar el cumplimiento de compromisos y gestión de riesgos en la materia y la designación de un Oficial de Cumplimiento encargado de su implementación y ejecución.

En paralelo, la compañía fortaleció la capacitación, difusión y comunicación, destacando la publicación del primer Reporte de Derechos Humanos de Sodimac y del grupo Falabella, un hito que refuerza la transparencia y el compromiso con la debida diligencia.

Además, Sodimac celebró la Semana de Derechos Humanos y Empresa, con diversas actividades orientadas a sensibilizar y reafirmar el respeto por los derechos fundamentales en todas las operaciones.

Por su parte, Sodimac se consolidó como la primera gran empresa del país en obtener el Sello Ley Karin Nivel 2, el más exigente otorgado por la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS). Esta acreditación, que cubre las 74 tiendas, 8 centros de distribución y la oficina central, certifica la implementación de políticas, protocolos y buenas prácticas alineadas con la normativa para prevenir, atender y gestionar denuncias de acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo.

Finalmente, se lanzó la Defensoría de Vendedores y Proveedores, un mecanismo preventivo y voluntario de solución de controversias que busca atender, de manera extrajudicial, las discrepancias que puedan surgir en el contexto de la relación comercial.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

Enfoque fiscal

El grupo Falabella concibe la fiscalidad como un eje estratégico para la creación de valor sostenible. El compromiso se basa en:

- Cumplimiento estricto de la normativa en todas las jurisdicciones.
- Transparencia y rendición de cuentas, mediante reportes alineados con estándares internacionales.
- Contribución al desarrollo económico y social de las comunidades donde opera.

La organización se alinea con el estándar GRI 207 (Tax), con estándares internacionales en operaciones intercompañía basados en lineamientos de la OCDE y con principios globales de responsabilidad fiscal, asegurando que las decisiones creen valor para los accionistas y las comunidades.

Política fiscal y principios tributarios

La Política Tributaria Corporativa, aprobada por el Directorio de Falabella S.A. y publicada en el sitio web, establece un marco de acción que garantiza el cumplimiento normativo, la eficiencia en la gestión y la protección de la reputación.

Objetivos específicos de la política:

- Interpretación correcta y homogénea de las normas impositivas.
- Caracterización veraz y consistente de operaciones y transacciones.
- Homogeneización de prácticas tributarias en todas las compañías.
- Pago correcto y procedente de impuestos conforme a la ley.
- Eficiencia tributaria legítima en las operaciones.
- Administración prudente y homogénea de riesgos impositivos.
- Coordinación y comunicación efectiva entre todas las áreas responsables.

Principios tributarios corporativos:

Los principios tributarios corporativos que rigen para las empresas del Grupo en todos los países en los que opera, y que se reflejan en sus respectivas políticas, procedimientos, prácticas y decisiones en materia impositiva son los siguientes:

- **Cumplimiento legal y buena fe:** Se aplican interpretaciones plausibles y de buena fe de las normas impositivas.

- **Veracidad:** Todas las operaciones se caracterizan tributariamente de manera real, evitando estructuras artificiales.
- **Transparencia fiscal:** No se realizan operaciones en territorios o jurisdicciones de nula o baja tributación, también denominados paraísos fiscales, cuya finalidad sea la de transferir valor creado en otras jurisdicciones para optimizar la carga tributaria. Todas las operaciones realizadas deberán tener sustancia económica, legítima razón de negocios y valores de mercado.
- **Colaboración con la autoridad:** Se vela por una relación veraz, justa y transparente con las autoridades tributarias.
- **Documentación:** Se mantiene respaldo documental adecuado, asegurando trazabilidad y cumplimiento normativo.

Política de Precios de Transferencia

La política de Precios de Transferencia se encuentra publicada en el sitio web corporativo de Falabella S.A., aplica de forma transversal a todas las unidades de negocio y regula las operaciones con partes relacionadas.

El Grupo cuenta con un equipo especializado en precios

de transferencia, a fin de asegurar que se aplique tanto la política como los principios de libre competencia establecidos por la OCDE. Este equipo se mantiene actualizado y capacitado, y se apoya en revisorías externas a fin de garantizar el cumplimiento de las normas de precios de transferencia en cada jurisdicción.

Se vela porque todas las transacciones siempre se ajusten en precio, términos y condiciones a aquellas que prevalezcan en el mercado al tiempo de su aprobación.

Gobernanza y control del riesgo fiscal

La Gerencia Corporativa de Impuestos lidera la implementación de la política tributaria y coordina la gestión fiscal del Grupo. Entre sus responsabilidades se encuentran:

- Supervisión de riesgos y auditorías.
- Coordinación con el Comité Corporativo de Asesoría Legal Tributaria.
- Coordinación de los Comités Tributarios en cada país.
- Pronunciamiento sobre operaciones extraordinarias con impacto fiscal.
- Revisión interna anual y contratación de auditorías externas especializadas.



Asimismo, se cuenta con un control fiscal que incluye:

- Mapeo de riesgos operacionales.
- Controles por proceso estandarizados.
- Comités especializados en impuesto a la renta.
- Comités especializados de precios de transferencia.
- Auditoría interna y revisión externa focalizada en procesos críticos.

Innovación y mejora continua

La empresa promueve la formación continua de su talento técnico, mediante jornadas de entrenamiento y actualización, diplomados y encuentros regionales impositivos.

Transparencia y reportes fiscales

Cada año se elaboran y reportan en la jurisdicción de la matriz, el “Reporte País por País (CbC)”, en línea con OCDE/BEPS Acción 13. Asimismo, se transparentan los principales indicadores por jurisdicción, para entregar una visión integral de la contribución fiscal y distribución global de ingresos, utilidades e impuestos, reforzando el compromiso con la transparencia.

Este documento estará disponible en el sitio web corporativo, asegurando acceso público y trazabilidad.

Relacionamiento con autoridades y grupos de interés

Se mantienen vínculos transparentes y colaborativos con las autoridades fiscales, respondiendo oportunamente a sus requerimientos y participando en instancias de diálogo. Además, se cuenta con canales formales para atender consultas y fortalecer la cultura de cumplimiento.

Para garantizar una comunicación efectiva, se cuenta con mecanismos formales de participación que incluyen: casilla electrónica unificada en Chile para el contacto por parte del regulador, participación en foros de consulta y mesas de diálogo con representantes de distintos sectores, material educativo para sellers que incluyen aspectos tributarios y mecanismo de transparencia donde se comunica la contribución fiscal en las distintas jurisdicciones en las que opera la compañía.

Adicionalmente, se dispone de equipos de soporte especializados, encargados de atender y dar respuesta a dudas o inquietudes en materia tributaria dentro de plazos definidos. Esto permite recopilar y analizar las preocupaciones de los grupos de interés. Este enfoque permite asegurar que las prácticas fiscales no sólo cumplan con la normativa vigente, sino que también reflejen el compromiso con la transparencia, la sostenibilidad y el desarrollo inclusivo.

Integridad y mecanismos de denuncia

Se dispone de un Canal de Integridad abierto a colaboradores, proveedores y terceros, para consultas éticas y denuncias relacionadas con incumplimientos normativos, reforzando el compromiso con la integridad.

Además de lo mencionado anteriormente, anualmente los colaboradores reciben una capacitación obligatoria llamada “Yo Juego Limpio” en la que se abordan los principales riesgos de cumplimiento en materia penal, libre competencia y datos personales, entre otros. Dentro de las temáticas que se abordan, se incluyen los controles del grupo Falabella para las reuniones con funcionarios públicos. En caso de reunirse con dichos funcionarios, los colaboradores deben previamente informar a su jefatura y completar un formulario identificando los detalles de la reunión, sus participantes y si se solicitó a través de la Plataforma Ley del Lobby. Este formulario es gestionado por la Gerencia de Cumplimiento de Falabella S.A., la que mantiene un registro de las reuniones informadas por los colaboradores y periódicamente revisa la congruencia con el registro público de las reuniones solicitadas en cumplimiento de la Ley del Lobby, para verificar que los controles de la compañía estén cumpliéndose adecuadamente.

Sostenibilidad

HOME CENTER
SODIMAC



► Política de sostenibilidad

La Política de Sostenibilidad Corporativa de Sodimac identifica a las partes interesadas prioritarias y define compromisos y obligaciones explícitas de la empresa con sus públicos de interés. La compañía aborda los temas más relevantes directamente con cada grupo y alinea sus esfuerzos de acuerdo con instrumentos internacionales de sostenibilidad.

Nuestros trabajadores

Sodimac busca ser un buen lugar para trabajar, ofreciendo espacios de desarrollo laboral que honran la dignidad de las personas y la diversidad e inclusión, con relaciones fluidas y transparentes basadas en el diálogo y el respeto a la libertad sindical, con énfasis en el desarrollo y un aprendizaje constante, garantizando la calidad de vida, bienestar integral y el cuidado y la seguridad de sus trabajadores.

Nuestros clientes

El cliente está en el centro de la actividad de Sodimac. Por tanto, la empresa respeta sus derechos y atiende sus expectativas, cumpliendo las promesas de venta, aplicando políticas comerciales justas y transparentes, y entregando información clara, completa y con la mejor experiencia de compra. Promueve, asimismo, una comunicación responsable que asegure la calidad, disponibilidad y la seguridad de productos y servicios, los que, de manera creciente, deben ser sostenibles y/o basados en los principios de la economía circular.

Nuestros proveedores

Como socios estratégicos de la cadena de valor, con los proveedores se busca desarrollar vínculos de confianza, mutuamente beneficiosos y de



largo plazo, bajo un modelo de relación que contribuya al éxito del negocio común y al desarrollo sostenible mediante el diálogo, reglas claras, transparencia y políticas de gestión responsables que impulsen, valoren, transfieran y prioricen la responsabilidad de las empresas proveedoras en materias económicas, sociales y ambientales.

Gobierno corporativo y ética empresarial

Sodimac exige dentro de la empresa un comportamiento responsable en todos los niveles y unidades de negocio, desde la alta gerencia hasta las áreas operativas, siguiendo los parámetros establecidos en el Código de Ética, el Sistema de Integridad y los Canales de Denuncia. Este marco fomenta el respeto por los derechos humanos y la transparencia para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, la reputación y la confianza depositadas en la empresa por sus partes interesadas.

Compromiso con el medioambiente

El compromiso institucional para combatir los efectos del cambio climático se traduce en la meta de ser Cero Emisiones Netas al 2030 en los alcances 1 y 2. Sodimac se esfuerza activamente por reducir y mitigar sus impactos, buscando mejorar su desempeño ambiental aplicando los conceptos de la economía circular en toda la operación. Para ello, impulsa el uso eficiente de los recursos naturales, hídricos y energéticos, y fomenta la toma de conciencia sobre el cuidado del medioambiente en todos sus públicos de interés.

Compromiso con la comunidad

La compañía busca construir relaciones de confianza con las comunidades mediante el diálogo y una gestión responsable de sus impactos. Con este fin, promueve acciones participativas e inversiones sociales que permiten mejorar efectivamente su calidad de vida y fomentan la empleabilidad local, con una activa participación de los trabajadores de Sodimac gracias a labores de voluntariado corporativo, y alianzas con instituciones que tienen intereses y objetivos comunes a los de la empresa.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

► Hitos y avances en la integración de la sostenibilidad

2006 - 2009

PRIMEROS LINEAMIENTOS RS



- Creación gerencia Responsabilidad Social (asumido por fiscal de la empresa).
- Foco en las seis áreas de Responsabilidad Social.
- Compromisos, acciones y iniciativas en cada área.
- Primer reporte de sostenibilidad publicado en 2007.

2010 - 2014

SOSTENIBILIDAD Y EL PLAN ESTRATÉGICO



- Sostenibilidad es uno de los 3 pilares estratégicos de Sodimac.
- Responsabilidad Social es incorporado en el plan estratégico 2010-2015 con objetivos y metas.
- Primera política de sostenibilidad.

2015 - 2025

INTEGRACIÓN DE LA SOSTENIBILIDAD A TODAS LAS ÁREAS DEL NEGOCIO



- Se incorpora un indicador de sostenibilidad para medir la integración de este criterio en todas las unidades.
- Estrecha coordinación con las operaciones de Sodimac en cada país.
- Redireccionamiento de la estrategia de inversión social y relacionamiento comunitario con el programa Construyendo Sueños de Hogar.
- Actualización de la política de DD.HH. y proceso de Debida Diligencia en DD.HH.
- Mediciones ESG con públicos de interés.
- Consolidación de la aplicación de la Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT) en la evaluación de proyectos, para profundizar la capacidad de escucha y anticiparse a conflictos territoriales.
- Avances en reducción de la huella de carbono por ecommerce: todos los despachos a clientes en Chile son carbono neutral desde el 1º de marzo de 2019.
- Actualización de la política de sostenibilidad corporativa y temas estratégicos materiales (válidos para todas las unidades en la región).
- Avances en la incorporación de productos y servicios sostenibles para clientes, campañas “Cuidemos La Casa de Todos” y contenidos sustentables en las plataformas de Hágallo Usted Mismo.
- En 2023, se actualizó la materialidad con el marco metodológico recomendado por OCDE.
- Ese mismo año, Sodimac fue el primer retailer en Latinoamérica en obtener la certificación FSC de su madera marca propia.
- En 2024, se terminó de realizar un segundo proceso de Debida Diligencia, que incluyó la participación de la oficina comercial en China.
- En 2025, se lanzó un plan para apoyar a los proveedores para que midan y gestionen su huella de carbono. Contempla un programa de capacitación, la “Guía Huella de Carbono para Proveedores”, sistemas de reconocimientos e incentivos, entre otros.

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

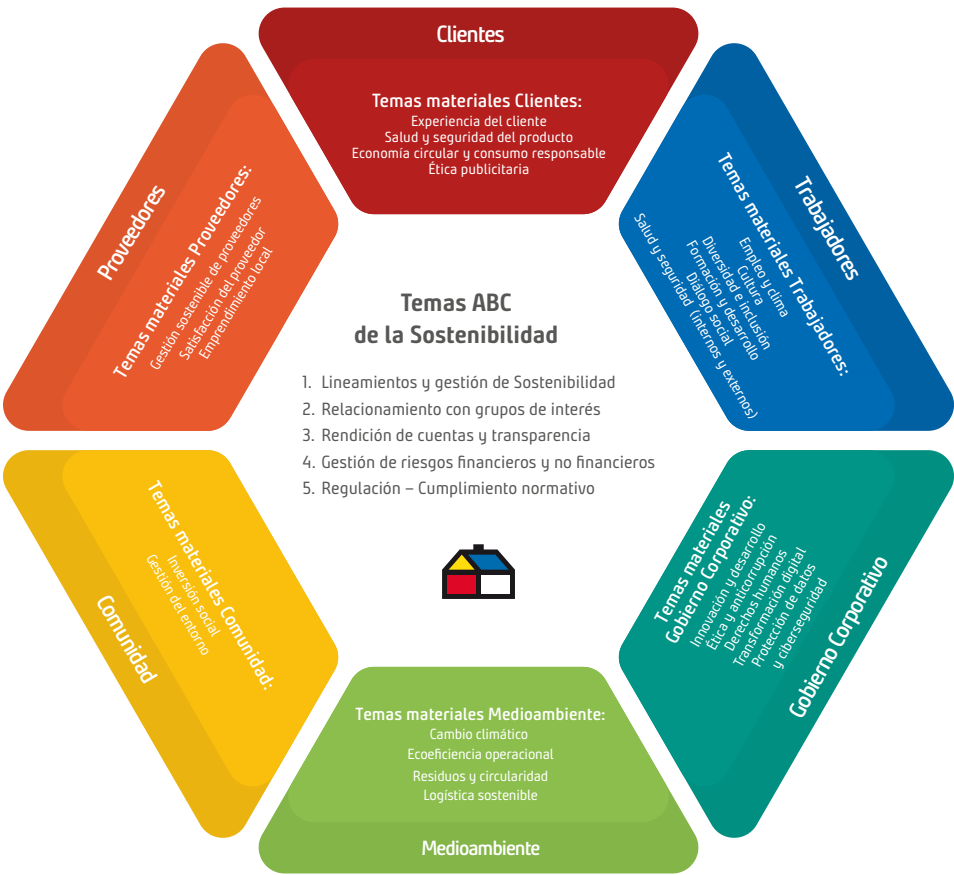
Temas Estratégicos

Sodimac cuenta con un proceso formal de materialidad y política de sostenibilidad que permite identificar los temas más importantes para la empresa y sus grupos de interés en todos los ámbitos de esta materia, incluyendo los riesgos y oportunidades que se deban gestionar.

En ese marco, se tiene una Política de Sostenibilidad Corporativa que identifica las partes interesadas prioritarias y define obligaciones explícitas con estos públicos, permitiendo que, como parte de su relacionamiento, la empresa aborde los temas más relevantes para cada grupo. También busca alinear los esfuerzos de la compañía con los instrumentos internacionales de sostenibilidad.

La última actualización del análisis de materialidad se realizó en 2023, basada en el trabajo efectuado con el Centro Vincular en 2021, donde se identificaron los impactos del negocio, positivos y/o negativos, que afectan a las distintas partes interesadas para cada uno de los temas materiales, todo ello en línea con el marco metodológico recomendado por la OCDE. Para este proceso, se llevaron a cabo entrevistas y talleres para recoger distintas visiones. Además, se incluyó un benchmark de los principales retailers mundiales; los resultados de las mediciones ESG (criterios ambientales, sociales y de gobernanza) con las principales partes interesadas (trabajadores, clientes, proveedores, comunidad y entidades expertas), y un análisis de información secundaria del negocio.

Durante 2025 se realizó un nuevo proceso exhaustivo para actualizar la materialidad con la asesoría externa de Valora, abarcando todas las empresas del grupo Falabella y en conformidad con la metodología y



orientaciones internacionales vigentes de IFRS, el cual concluirá en 2026.

La materialidad de Sodimac se alinea con aquella definida para el grupo Falabella en su conjunto

Materialidad Falabella S.A.

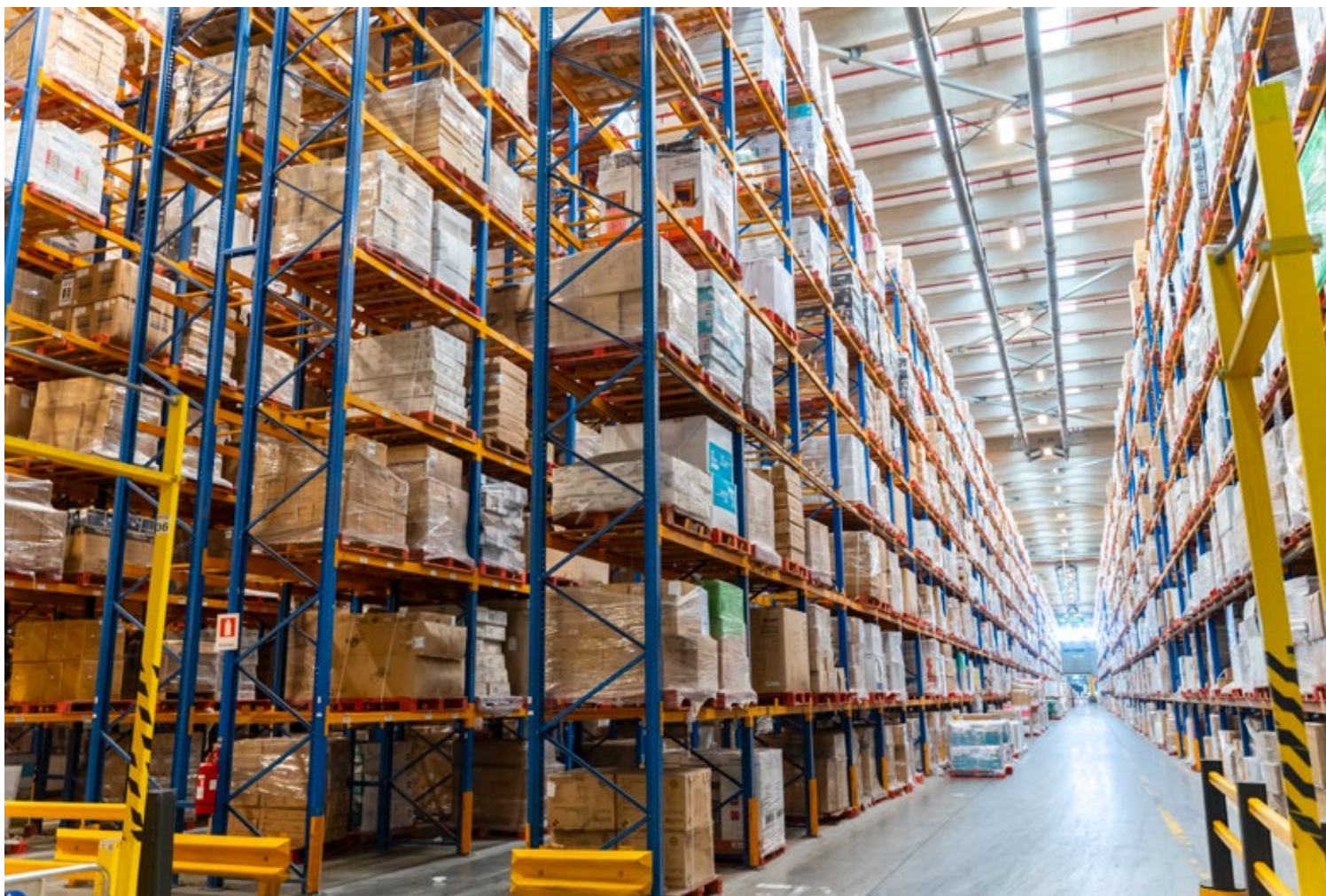
Nº	Tema Material	Prioridad
1	Salud y Seguridad de colaboradores	Alta
2	Cambio Climático	Alta
3	Condiciones laborales, Salud y seguridad externos	Alta
4	Privacidad y ciberseguridad	Alta
5	Acceso, Salud y Seguridad de los clientes	Alta
6	Residuos	Alta
7	Experiencia y satisfacción de clientes	Media
8	Empleo y bienestar	Media
9	Diversidad e inclusión	Media
10	Construcción sostenible	Media

● Ambiental ● Social ● Económico

► Estructura interna para la gestión de impactos

La sostenibilidad, y por ende la gestión de impactos, se basa en una cultura con estructuras e instancias formales para la detección de brechas y un proceso de mejoramiento continuo:

- La gestión de impactos es supervisada por el Directorio y la Comisión de Auditoría a través de reuniones mensuales. El presidente y un segundo director participan también en el comité consultivo de Construyendo Sueños de Hogar, uno de los programas emblemáticos de la empresa en el ámbito social.
- El gerente general y los gerentes que conforman el Comité Ejecutivo (Operaciones; Comercial y Marketing; Retail Digital; Personas; Sistemas; Cadena de Abastecimiento; Administración, Control de Gestión, Desarrollo y Proyectos; y Sostenibilidad y Cumplimiento) también integran el Comité de Sostenibilidad, a cargo de liderar y coordinar la gestión de todas las áreas de la empresa en esa materia.
- Los esfuerzos no se radican únicamente en la gerencia de Sostenibilidad y Cumplimiento, pero esta es responsable de gestionar la política y estrategia de sostenibilidad, así como hacer seguimiento de la matriz de cumplimiento y avances en programas estratégicos. Asimismo, garantiza el alineamiento de la política de sostenibilidad con los principios sobre Empresas Multinacionales y Política Social de la OIT; los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU; los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas; los compromisos asumidos voluntariamente como parte de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS); la ISO 26000, y la iniciativa para reportar del Global Reporting Initiative (GRI).
- Bajo esta gerencia, hay tres jefaturas a cargo de coordinar y gestionar los esfuerzos en materia de sostenibilidad e impacto social, medioambiente y cumplimiento.



► Medición: Índice de Sostenibilidad

La integración de la sostenibilidad de forma estratégica, realizando una gestión transversal bajo un enfoque 360, se implementa a través de un instrumento (Índex) diseñado por el Centro Vincular. Sus resultados integran el sistema de incentivos de los gerentes y ejecutivos de primera línea de cada operación, con metas asociadas a este indicador. Con esta herramienta, la empresa evalúa su gestión interna tomando en cuenta los siguientes parámetros:

- Mejores prácticas o procesos de empresas de clase mundial disponibles en diversas áreas, enmarcadas dentro de las expectativas que nacen de instrumentos normativos reconocidos internacionalmente y por el Estado de Chile. Estas iniciativas evolucionan con los cambios del entorno global.
- Una evaluación del nivel de integración de los temas materiales o estratégicos a la gestión de cada área, sobre la base de un ciclo de manejo que asegure que están siendo debidamente abordados por la empresa.
- Cada gerencia aporta al resultado final, generando un efecto movilizador concreto.

En 2025, dado el contexto económico y para permitir una mejor gestión de las brechas detectadas, se decidió realizar la medición del Índice de Sostenibilidad cada dos años. En la última medición, efectuada en 2024, Sodimac Chile obtuvo un resultado global de 85%. Esto significa que la compañía aplica en su mayoría prácticas de clase mundial, alineadas con los principales procedimientos internacionales de sostenibilidad. Además, mostró un alto nivel de integración al gestionar los 23 temas materiales o estratégicos de sostenibilidad, lo que evidencia una madurez importante en la incorporación de impactos reales y potenciales derivados de los procesos de toma de decisiones y de las actividades operacionales.

Índex de Sostenibilidad (2024)

Herramienta que utiliza la compañía para **medir el desempeño** de su Estrategia de Sostenibilidad.

Resultados	
Año	Chile
2024	85
↑	↑
2023	84
2022	82
2021	80
2019	75
2018	74
2017	68
2016	67
2015	65



INDEX	
Módulo I	Módulo II
Gobierno Corporativo	
Trabajadores	
Medioambiente	
Proveedores	
Clientes	
Comunidad	

Adopción de mejores prácticas
nivel empresa clase mundial

120 preguntas

Gestión de impactos a partir de temas materiales
propios de la industria y el entorno

23 temas

► Relacionamiento con grupos de interés

Para contribuir al desarrollo integral de trabajadores, clientes, proveedores, ciudadanía, comunidad financiera, accionistas y autoridades, la compañía aplica una política de relacionamiento con sus grupos de interés que busca establecer con claridad los principios que orientan su vinculación con cada interlocutor, así como la responsabilidad de cada persona de la empresa en este ámbito.

Este relacionamiento se construye sobre la base de REIR, sigla que resume cuatro valores intrínsecos a la cultura Sodimac:

- Respeto
- Excelencia
- Integridad
- Responsabilidad

Canales de comunicación con los grupos de interés

La comunicación y el relacionamiento con los públicos de interés se llevan a cabo a través de diversas plataformas de escucha y diálogo activo. La empresa organiza reuniones de retroalimentación con distintos stakeholders cada año, lo que le permite identificar oportunidades de mejora en la comunicación tanto hacia estos grupos como al mercado en general. Además, dispone de asesores especializados en comunicación y gestión territorial con las comunidades, entre otros ámbitos.



Frecuencia: (DI) diaria, (SE) semanal, (ME) mensual, (TR) trimestral, (ST) semestral, (AN) anual.

Nuestras personas	Clientes	Proveedores	Comunidades	Autoridades	Industria	Academia	ONG's y otros expertos	Inversionistas	Prensa
Todos quienes trabajan en Sodimac y filiales, ya sea en tiendas, centros logísticos u Oficinas de Apoyo, y nuestras organizaciones sindicales.	Actuales y potenciales clientes que adquieren nuestros productos y servicios.	Nuestros socios estratégicos a lo largo de toda la cadena de valor, que nos proveen productos y servicios.	Las comunidades que rodean nuestras tiendas y otras instalaciones.	Autoridades que definen el contexto legal y normativo, y el desarrollo de nuestro rubro.	Agrupaciones gremiales y otras entidades en las que participamos que buscan elevar los estándares empresariales.	Universidades y centros de formación técnica con los que colaboramos, en especial en materia de capacitación e innovación.	Organizaciones del mundo civil expertas en distintas materias con las que colaboramos para elevar nuestros estándares y aportar en la solución de diversas problemáticas.	Tenedores de bonos de Sodimac y accionistas de nuestra compañía matriz que se transa en Bolsa.	Periodistas y editores de medios de comunicación, en especial aquellos de los países donde tenemos operaciones.
Cómo dialogamos									
- Política de puertas abiertas (DI). - Canales de comunicación interna (Viva Engage, entre otros) (DI). - Caminatas semanales (SE). - Reuniones en tiendas (DI) y en otras instalaciones (TR). - Escuela de Excelencia Sodimac y otros programas de formación (DI). - Evaluación de desempeño con retroalimentación (AN). - Consejeros y Canal de Integridad (DI). - Diálogo sindical (ME). - Proceso retroalimentación con stakeholders (AN). - Memoria Anual Integrada (AN)	- Tiendas físicas y online (DI). - Canales de atención de clientes (DI). - Encuestas de satisfacción y canales de contacto (DI). - Sernac y canales de reclamos en medios tradicionales (DI). - Redes sociales (DI). - Canal HUM en YouTube (DI). - Canal Sodimac Constructor en YouTube (DI). - CES para Maestros (DI). - Proceso retroalimentación con stakeholders (AN). - Memoria Anual Integrada (AN). - Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras) (AN).	- Encuentro Anual con Proveedores (AN). - Reuniones con equipo comercial (DI). - Líneas directas de atención, teléfono y correo electrónico (DI). - Encuestas (AN). - Reuniones/contactos periódicos con gerencia de control de calidad (SE). - Reuniones/contactos periódicos con subgerencia de Innovación (SE). - Programa Sedex (DI). - Contraloría TCS para consultas, reclamos y quejas (DI). - Feria de productos (ME). - Line reviews (TR). - Proceso retroalimentación con stakeholders (AN). - Memoria Anual Integrada (AN).	- Diálogo directo a través de reuniones, cartas, correo electrónico y teléfono (DI). - Programa Construyendo Sueños de Hogar (DI). - Trabajo territorial y Estudio Pulso previo a apertura de tiendas (TR). - Memoria Anual Integrada (AN). - Iniciativas de voluntariado y respuesta frente a emergencias (DI).	- Reuniones periódicas y/o esporádicas (DI). - Iniciativas multistakeholder (DI). - Línea directa con CMF (DI). - Línea directa con Sernac (DI). - Trabajo con SEC en materia de certificaciones (ME). - Informes específicos (ME). - Memoria Anual Integrada (AN). - Proceso retroalimentación con stakeholders (AN).	- Participación en organismos gremiales y empresariales (ME). - Eventos empresariales (TR). - Iniciativas multistakeholder (ME). - Memoria Anual Integrada (AN). - Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras) (AN).	- Diálogo directo (SE). - Programas de capacitación (SE). - Colaboración a través del área de Innovación (ME). - Memoria Anual Integrada (AN). - Proceso retroalimentación con stakeholders (AN). - Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras) (AN).	- Canal de comunicación directa a través de cartas, correo electrónico, reuniones y teléfono (DI). - Alianzas y actividades conjuntas (ME). - Iniciativas multistakeholder (ME). - Memoria Anual Integrada (AN). - Proceso retroalimentación con stakeholders (AN). - Retroalimentación a través de mediciones de reputación corporativa (Merco y otras) (AN).	- Reportes de resultados e información a CMF (TR). - Actividades de Investor Relations organizadas por compañía matriz (TR). - Memoria Anual Integrada (AN). - Proceso retroalimentación con stakeholders (AN).	- Contactos telefónicos y correo electrónico (DI). - Reuniones (ME). - Entrevistas (ME). - Comunicados de prensa (TR). - Reportes financieros (TR). - Memoria Anual Integrada (AN). - Eventos con presencia de prensa (ME). - Retroalimentación a través de estudios de reputación (Merco y otros) (AN).

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

Frecuencia: (DI) diaria, (SE) semanal, (ME) mensual, (TR) trimestral, (ST) semestral, (AN) anual.

Nuestras personas	Clientes	Proveedores	Comunidades	Autoridades	Industria	Academia	ONG's y otros expertos	Inversionistas	Prensa
Objetivos									
- Fomentar un buen clima laboral. - Proveer instancias de capacitación y formación integral. - Fortalecer cultura de responsabilidad y sostenibilidad, y un actuar ético. - Trabajo colaborativo con sindicatos.	- Mejoramiento continuo de satisfacción de los clientes (medido a través de NPS).	- Promover prácticas de producción responsable en toda la cadena de valor. - Desarrollo de capacidades y trabajo colaborativo en beneficio de los clientes.	- Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados. - Potenciar los impactos positivos de nuestra operación y hacerse cargo de los negativos.	- Trabajo colaborativo para abordar problemas del país. - Aportar desde la experiencia para mejorar normativas y estándares.	- Sumar capacidades para abordar problemáticas comunes. - Fomentar colaboración público-privada.	- Trabajo colaborativo para desarrollo de innovaciones que beneficien el entorno. - Programas de formación para clientes y trabajadores.	- Escucha activa para entender y anticiparse a requerimientos del entorno. - Trabajo colaborativo en materias de interés común. - Incrementar el alcance e impacto de los programas desarrollados.	- Transparencia corporativa. - Gestión ética y cumplimiento normativo.	- Generar una relación de colaboración que permita comunicar hechos de interés a los distintos stakeholders.
Compromisos principales									
- Trato digno y justo. - Desarrollo integral. - Respeto a los derechos humanos y laborales. - Diversidad e inclusión. - Salud y seguridad laboral.	- Ofrecer productos seguros y con estándares de calidad. - Escucha permanente y entregar la mejor calidad de atención y servicio. - Marketing responsable. - Protección de seguridad y privacidad de datos personales.	- Trato justo según normas de código de autorregulación TCS. - Velar por cumplimiento de normas laborales y de DD.HH., y entornos productivos sostenibles.	- Ser un buen ciudadano corporativo con vínculo estrecho con la comunidad, aportando al desarrollo y calidad de vida de las localidades en las que estamos presentes.	- Cumplimiento normativo y ético. - Uso eficiente de los recursos y respeto al medioambiente.	- Mejorar estándares empresariales. - Cumplimiento de normas de libre competencia.	- Fomento de la innovación para abordar desafíos y oportunidades.	- Contribución a la calidad de vida y al bienestar social, económico y cuidado del medioambiente.	- Velar por el interés de todos los accionistas. - Promover la conducta ética en todos los niveles de la organización, a través del Programa de Probidad Corporativa. - Gestión proactiva de riesgos.	- Respeto al rol. - Ética y rigurosidad en la entrega de información.

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

Sodimac se relaciona y genera alianzas con diferentes asociaciones gremiales y de otra naturaleza. También participa en diversas mesas de trabajo donde intercambia experiencias sobre mejores prácticas y aporta sus conocimientos para contribuir al desarrollo de políticas públicas y a la solución de problemáticas sociales y ambientales que afectan al país.

Ámbito de acción: asociaciones gremiales

La empresa forma parte de organizaciones gremiales vinculadas a su actividad, a través de las cuales contribuye al desarrollo y perfeccionamiento de los sectores de comercio, construcción y, desde su perspectiva como avisador, de la industria publicitaria.

- Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, CNC (www.cnc.cl)
- Cámara de Comercio de Santiago, CCS (www.ccs.cl)
- Cámara Chilena de la Construcción, CChC (www.cchc.cl)
- Asociación Nacional de Avisadores, ANDA (www.anda.cl)
- Asociación de Marketing Directo y Digital de Chile, AMDD (www.amddchile.com)

Ámbito de acción: sostenibilidad

La compañía participa en distintas iniciativas que fomentan un desarrollo sostenible.

- Pacto Global de las Naciones Unidas (www.pactoglobal.cl)
- Global Reporting Initiative (www.globalreporting.org)
- Acción Empresas (www.accionempresas.cl)
- Fundación PROhumana (www.prohumana.cl)
- Base Pública (www.basepublica.cl)

Ámbito de acción: gobierno corporativo y ética empresarial

Sodimac forma parte de entidades orientadas a fortalecer los gobiernos corporativos y la ética empresarial.

- Generación Empresarial (www.generacionempresarial.cl)
- Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (www.conar.cl)

Ámbito de acción: relaciones laborales

La empresa colabora con instituciones promotoras de ambientes de trabajo saludables y exentos de riesgos, igualdad de oportunidades y sana convivencia laboral.

- Asociación Chilena de Seguridad, ACHS (www.achs.cl)
- Servicio Jesuita a Migrantes, SJM (www.sjmchile.org)
- Pride Connection Chile (www.prideconnection.cl)
- Soymás (www.soymas.cl)
- Fundación Proyecto B (www.fundacionproyectob.cl)

Ámbito de acción: medioambiente

Sodimac busca aliados que permitan potenciar sus esfuerzos en sustentabilidad, protección del medioambiente y mitigación de emisiones.

- Centro de Líderes Empresariales por la Acción Climática, CLG-Chile (www.clgchile.cl)

- Agencia de Sostenibilidad Energética, AgenciaSE (www.agenciase.org)
- Chile Green Building Council (www.chilegbc.cl)
- Pacto Chileno de los Plásticos (www.fch.cl)
- World Wildlife Fund, WWF Chile (www.wwf.cl)

Ámbito de acción: comunidad

La compañía se vincula con fundaciones que buscan erradicar la pobreza, mejorar las condiciones de vida y brindar ayuda en situaciones de emergencia.

- TECHO (www.techo.org)
- Fundación Junto al Barrio (www.juntoalbarrio.cl)
- Movidos x Chile (www.movidosxchile.cl)
- Déficit Cero (www.deficitcero.cl)

► Compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)

Sodimac está comprometida con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU, iniciativa global que busca, entre 2015 y 2030, erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad de toda persona dentro de una agenda de crecimiento basada en la sostenibilidad.

La empresa suscribió sus propios ODS, estableciendo prioridades, objetivos y metas que involucran un trabajo público-privado y con la sociedad civil. Considerando la realidad de su negocio, la empresa se enfoca en gestionar y reducir sus impactos negativos respecto de los temas materiales de sostenibilidad, gestión que se expone en esta Memoria.

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Poner fin a la pobreza en todas sus formas en todo el mundo	Sodimac apoya la labor de fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de sectores vulnerables de la comunidad, manteniendo alianzas formales y estratégicas con TECHO y Junto al Barrio, entre otras. Considerando la importancia de contar con una instancia de coordinación permanente en casos de catástrofes y emergencias, Sodimac forma parte de Movidos x Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de potenciar acciones colaborativas entre diferentes entidades de cara a eventuales catástrofes y/o crisis en el país.
	Garantizar una vida saludable y promover el bienestar universal	Sodimac busca generar una cultura que promueva la salud mental y el bienestar integral de los trabajadores mediante sus programas de calidad de vida. Entre las principales acciones destacan fomentar el autocuidado, manejo del estrés, alimentación saludable, charlas de prevención de consumo de alcohol y otras drogas. <i>Más información en capítulo Personas.</i>

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos	Garantizar una educación de calidad, inclusiva y equitativa, promoviendo oportunidades de aprendizaje permanente para todos "Sodimac fomenta programas de capacitación a través de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los cursos más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. <i>Más información en capítulo Personas.</i> Asimismo, cuenta con el Círculo de Especialistas Sodimac (CES), un programa emblemático que permite estrechar vínculos con un grupo clave de clientes habituales, capacitando y brindando herramientas a los maestros especialistas y contratistas que les permiten mejorar su trabajo y gestión de su negocio. <i>Más información en capítulo Clientes.</i>
	Lograr la igualdad entre los géneros, y empoderar a todas las mujeres y niñas	"Sodimac se compromete con la igualdad de género, desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso y no discriminatorio, busca reducir brechas de género e implementar iniciativas que promuevan el desarrollo de sus trabajadoras. <i>Más información en capítulo Personas.</i> En el CES, la empresa busca fortalecer la presencia de mujeres maestras y especialistas en el mundo de la construcción, ya el 25% de los socios del CES son mujeres. <i>Más información en capítulo Clientes.</i> Además, la empresa se compromete a velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU en cada una de las actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos). <i>Más información en capítulo Gobierno Corporativo.</i>
	Garantizar disponibilidad de agua y su gestión sostenible y el saneamiento para todos	Sodimac mide y busca reducir y mitigar los impactos ambientales de su operación, haciendo un uso más eficiente del recurso hídrico. Además, elabora contenidos para los clientes en YouTube y otras plataformas sobre un consumo responsable y masifica el acceso a productos que aportan al ahorro del agua en el hogar. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i>

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Garantizar el acceso a una energía asequible, segura, sostenible y moderna para todos	En el diseño y construcción de sus tiendas, Sodimac emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural y se hace un uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, avanza en el abastecimiento con energías renovables. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i>
	Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos	Sodimac tiene el compromiso de velar por el respeto a los Principios Rectores sobre las Empresas y los Derechos Humanos de la ONU, en cada una de las actividades y operaciones (Política de Derechos Humanos). Sodimac fomenta programas de capacitación a través de la Escuela de Excelencia Sodimac, con el objetivo de entregar una formación integral como profesionales en retail, mediante mallas curriculares que permiten identificar los cursos más adecuados para capacitarse en el largo plazo y progresar laboralmente. <i>Más información en capítulo Personas.</i> Consciente de la importancia que tiene en su gestión diaria el cuidado de sus trabajadores, clientes y personal de empresas contratistas, Sodimac tiene una Política de Seguridad y Salud Ocupacional que establece como principios fundamentales el permanente fortalecimiento de una cultura preventiva y el constante mejoramiento de los estándares de seguridad. <i>Más información en capítulo Personas.</i> Sodimac privilegia la contratación de trabajadores a jornada completa, con una política salarial que contempla un sueldo de entrada superior al mínimo legal establecido a nivel país. <i>Más información en capítulo Personas.</i> Sodimac se compromete desarrollando un lugar de trabajo inclusivo, diverso y no discriminatorio, para ello implementa diversas iniciativas en beneficio de sus trabajadores. <i>Más información en capítulo Personas.</i> Al mismo tiempo, cuenta con el CES, un programa emblemático que permite estrechar vínculos con un grupo clave de clientes habituales, capacitando y brindando herramientas a los maestros especialistas y contratistas que les permiten mejorar su trabajo y gestión de su negocio. <i>Más información en capítulo Clientes.</i> Sodimac solicita a sus proveedores la firma de una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- sobre aspectos como ética empresarial, derechos humanos, salud y seguridad laboral, selección de sus propios proveedores, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. <i>Más información en capítulo Proveedores.</i>

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación	En el diseño y construcción de sus tiendas, Sodimac emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural y el uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, avanza en el abastecimiento con energías renovables. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i> Entre las acciones de Sodimac para proteger el planeta, destacan sus más de 9.500 productos y servicios sostenibles; su Red Nacional de Puntos Limpios; las iniciativas de economía circular, las campañas "Haciendo ECO"; los catálogos especiales; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías renovables en sus instalaciones; la creciente utilización de electromovilidad en su operación y la promoción de la ecoeficiencia en los hogares. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i>
	Lograr que las ciudades y los asentamientos humanos sean inclusivos, seguros, resilientes y sostenibles	Sodimac ha consolidado su programa "Construyendo Sueños de Hogar", iniciativa de voluntariado corporativo de gran importancia para la empresa que busca contribuir al desarrollo de las comunidades donde está inserta. El programa ayuda también a los trabajadores de la empresa a mejorar sus hogares y calidad de vida. <i>Más información en capítulo Comunidad.</i> Cada año, Sodimac apoya la labor de fundaciones que contribuyen a mejorar las condiciones de vida de la comunidad, como son TECHO y Junto al Barrio, entre otras. Considerando la importancia de contar con una instancia de coordinación permanente en casos de emergencias, Sodimac forma parte de Movidos x Chile, iniciativa impulsada por la Comunidad de Organizaciones Solidarias con el fin de potenciar acciones colaborativas entre diferentes entidades de cara a eventuales catástrofes y/o crisis en el país. <i>Más información en capítulo Comunidad.</i>

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles	Sodimac cree que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental. <i>Más información en capítulo Sostenibilidad.</i> En el diseño y construcción de sus tiendas, Sodimac emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural y un uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se avanza en el abastecimiento con energías renovables. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i> Entre las acciones de Sodimac para proteger el planeta destacan sus más de 9.500 productos y servicios sustentables; su Red Nacional de Puntos Limpios; sus iniciativas de economía circular; las campañas "Haciendo ECO"; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; avances en el uso de energías renovables en sus instalaciones; la creciente incorporación de la electromovilidad en la operación; y la promoción de ecoeficiencia en los hogares. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i> La empresa - que adhiere al "Pacto Chileno por los Plásticos" de Fundación Chile- trabaja con sus proveedores para aumentar la oferta de artículos y servicios ecosostenibles y que los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables, partiendo por sus marcas propias. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i>

ODS	OBJETIVO	CÓMO SODIMAC CONTRIBUYE
	Adoptar medidas urgentes para combatir el cambio climático y sus efectos	Todos los despachos a clientes por compras online son carbono neutral. Sodimac obtuvo por sexto año consecutivo el sello ""Excelencia"" de Huella Chile, además de los sellos "Cuantificación" y ""Reducción""; por su compromiso y mejora continua en materia de GEI. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i> En diseño y construcción de sus tiendas, Sodimac emplea estándares medioambientales basados en las directrices del US Green Building Council. Las tiendas y otras instalaciones tienen un diseño ecoeficiente que aprovecha la iluminación natural y el uso intensivo de tecnología LED, entre otras medidas. Asimismo, se avanza en el abastecimiento con energías renovables e instalación de paneles fotovoltaicos en tiendas y otras instalaciones. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i> Entre las acciones de Sodimac para proteger el planeta también destacan sus más de 9.500 productos y servicios sostenibles; su Red Nacional de Puntos Limpios; las campañas "Cuidemos La Casa De Todos"; las iniciativas de economía circular; las cápsulas Hágalo Usted Mismo para promover el reciclaje y reutilización de artículos en desuso; la creciente incorporación de la electromovilidad en la operación; y medidas para promover la ecoeficiencia en los hogares. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i> La empresa -que adhiere al "Pacto Chileno por los Plásticos" de Fundación Chile- trabaja con sus proveedores para aumentar la oferta de artículos y servicios sostenibles y que los envases y embalajes de productos que vende sean reciclables, partiendo por sus marcas propias. <i>Más información en capítulo Medioambiente.</i>
	Promover sociedades, justas, pacíficas e inclusivas	Sodimac tiene el convencimiento que una parte importante de la sostenibilidad de las organizaciones en el largo plazo pasa por comunicar de manera transparente, verificable y comparable el desempeño económico, social y medioambiental. <i>Más información en capítulo Sostenibilidad.</i> Además, Sodimac busca realizar su actividad cumpliendo plenamente los preceptos legales y derechos civiles y laborales de las personas. Adicionalmente, ha desarrollado un Sistema de Integridad Corporativo para prevenir, identificar y abordar situaciones que puedan afectar la seguridad, imagen, sostenibilidad y confianza depositadas en la empresa por sus públicos de interés. <i>Más información en capítulo Gobierno Corporativo.</i>

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

Desarrollo del negocio



► Mercado y segmentos de negocio

Sodimac busca satisfacer las necesidades de dos segmentos de negocio: mejoramiento del hogar y especialista. Para ello, ha implementado una exitosa estrategia basada en diferentes formatos de ventas y servicios complementarios.

Si bien una parte importante de la demanda del sector proviene de actividades directamente vinculadas a la construcción, este mercado guarda relación también con el sector retail.

Mercados

Mejoramiento del hogar

Especialista

Clientes

Familias

Maestros (contratistas, pequeños especialistas)

Empresas (constructoras medianas y grandes)

Formatos de ventas

SODIMAC
HOMECENTER

SODIMAC
CONSTRUCTOR

SODIMAC.COM

IMPERIAL

VENTA EMPRESAS

Las tiendas **Sodimac Homecenter** ofrecen una amplia variedad de productos y servicios para el equipamiento, renovación, remodelación y decoración, y se orientan principalmente a familias que buscan mejorar sus hogares.

Sodimac Constructor se enfoca en los profesionales, maestros y contratistas que buscan materiales de construcción y productos de ferretería a los mejores precios. Estos clientes necesitan una atención rápida y experta, por lo que las tiendas están estructuradas en torno a un patio que permite cargar los vehículos de los clientes directamente y luego pagar de manera expedita.

Imperial es un formato especializado en el rubro de los mueblistas y maderas, ofrece un surtido de productos y servicios valorado por este grupo de clientes.

Sodimac Empresas atiende a empresas constructoras, industriales y metalmecánicas, así como a ferreterías. Estos clientes compran en grandes volúmenes y requieren mucha formalidad en el cumplimiento de los compromisos y plazos de entrega.

Para abastecer determinadas zonas, fundamentalmente por catástrofes naturales o situaciones de emergencia, la empresa también opera puntos de venta de menor tamaño con instalaciones de carácter transitorio, los que denomina **Sodimac Reconstructor**.

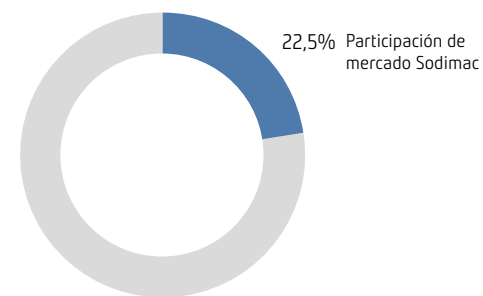
Sodimac tiene además un **canal de Venta a Distancia y Servicios**, que complementa y apoya el negocio global, e incluye servicios de arriendo, despacho a domicilio y apoyo con información y orientación a través de la página web y call center de la compañía. El objetivo de esta área es facilitar

el acceso de los clientes a la más amplia variedad de productos y servicios que ofrece la empresa.

No hay clientes que representen el 10% de los ingresos en ninguna área de negocio (ni mejoramiento del hogar ni especialista).

Participación de mercado

La participación de mercado de Sodimac al 31 de diciembre de 2025, incluyendo Imperial, alcanzó a 22,5%.



Fuente: Estimación realizada por la compañía en base a cifras del Censo, EPF, INE, CChC e información de prensa.

► Investigación y desarrollo

Con el propósito de brindar una experiencia cada vez más satisfactoria a sus clientes y gestionar el negocio de manera eficiente, Sodimac destina importantes recursos a la incorporación y desarrollo de tecnología aplicada al sector retail. La compañía adopta los avances más recientes en comunicaciones, logística, gestión de materiales, tecnologías de información y nuevas herramientas de ventas y marketing. Al mismo tiempo, busca incrementar su presencia nacional mediante la expansión de tiendas físicas y su integración con el canal online, fortaleciendo la infraestructura existente y desarrollando nuevos formatos de negocio.

Para conservar su liderazgo, la empresa invierte cada año en el desarrollo de sólidos programas de capacitación y entrenamiento para su personal.



► Innovación

Sodimac concibe la innovación como un motor de transformación. La empresa entiende que innovar e introducir mejoras en sus procesos, enfocados en los clientes, es un atributo clave para mantener el liderazgo y la sostenibilidad en el mediano y largo plazo.

En ese marco, está impulsando distintos proyectos para mejorar la experiencia de los clientes y lograr mayor eficiencia en la operación, aplicando tecnologías como la Inteligencia Artificial (IA).

Como parte de este esfuerzo, trabaja con el ecosistema emprendedor, especialmente con startups, buscando soluciones a “dolores” internos y de los clientes a través del modelo de venture client, para responder con agilidad y de manera flexible a sus necesidades con un modelo de cocreación.

La empresa invirtió \$83,2 millones en programas de investigación, desarrollo e innovación durante 2025.

Sodimac fue reconocida por 6° año consecutivo con el primer lugar en la categoría “Mejoramiento del Hogar” del Ranking Most Innovative Companies Chile 2025, que elaboran ESE Business School y la consultora MIC Business Consulting.

► Cocreación con startups

- El servicio de Venta Online Asistida (VOA), desarrollado junto a la startup Videsk en 2020, brinda apoyo a los clientes mediante la asesoría de vendedores expertos que, aunque a distancia, atienden en tiempo real. Este servicio facilita la búsqueda de productos, entrega información detallada sobre sus características y orienta en el desarrollo de proyectos. Está disponible en Sodimac.com, en la App de Sodimac, a través de su canal de WhatsApp y en tiendas físicas, donde complementa la labor de los vendedores presenciales. Desde su lanzamiento, VOA ha gestionado más de 1.200.000 solicitudes de orientación sobre productos, servicios y proyectos, consolidándose como una capacidad estratégica de atención masiva por videollamada que aumenta la eficiencia, el NPS y la retención de clientes.
- La empresa desarrolló con la startup Evolve un asistente virtual basado en IA generativa. El avatar Pedro, que representa a un vendedor de Sodimac y es complementario a VOA, ayuda a las personas a ubicar productos en tiendas y los asesora en sus proyectos. Tras un exitoso piloto en Sodimac Maipú, desde octubre de 2025 Pedro está presente en la página web para todos los clientes del canal digital y llegará a otros cinco locales en enero para luego abarcar todo el país en 2026.
- Otra iniciativa con IA es la impulsada con la startup Zippedi. El resultado es un robot -que los trabajadores bautizaron como “Tito”- que opera de noche en tiendas para detectar quiebres de stocks y validar precios, liberando tiempo a los equipos de labores rutinarias y mejorando la experiencia de los clientes al asegurar disponibilidad.
- La compañía diseñó también el proyecto PIT (Procesamiento de Imágenes en Tienda) con la startup Sumato. Utilizando tecnología de Computer Vision y algoritmos de IA, PIT mide el tráfico en los locales para eficientar procesos y mejorar la experiencia de los clientes.
- Además, en colaboración con la empresa FollowUp, se implementó el registro de las visitas de clientes a través de procesamiento de imágenes y tecnología de Computer Vision. Esto permite medir la tasa de conversión en todas las tiendas a nivel nacional, facilitando la introducción de mejoras que optimizan el servicio.

La compañía lanzará próximamente nuevas soluciones en alianza con startups, con foco en fortalecer la asesoría a las familias en sus proyectos de hogar.



*La empresa obtuvo el 8° lugar en el ranking
Best Venture Builder 2025 en la categoría
“Venture Client”, desarrollado por MIC Business
Consulting y ESE Business School.*

► Cultura de innovación

Sodimac impulsa una cultura de innovación estructurada en tres niveles, apoyada por programas de formación que permiten incorporar una metodología sistemática de gestión de la innovación en todos los ámbitos de la organización.

Cuenta, además, con una red de más de 30 líderes de innovación, principalmente jefes de área pertenecientes a las 11 gerencias de Sodimac, seleccionados para promover y fomentar la innovación. Estos intraemprendedores han sido formados para comprender y aplicar las distintas fases de la gestión de la innovación corporativa, desarrollando incluso un proyecto que presentaron ante los principales ejecutivos de la empresa. Aunque no dependen directamente de la Subgerencia de Innovación, dedican parte de su tiempo al desarrollo de iniciativas innovadoras y a la difusión de esta disciplina en todos los niveles de la compañía.

El Comité Ejecutivo, liderado por el gerente general de Sodimac Chile, está constantemente revisando los proyectos, propuestas e iniciativas de innovación. También se realizan presentaciones al directorio con los avances. De esta manera, se genera sinergia, direccionamiento y se acelera la innovación.

La empresa cuenta con programas de capacitación sobre el proceso de innovación y la experiencia real de lo que significa gestionar un proyecto. Para impulsar esta cultura se imparten cursos en la Escuela de Excelencia, que es el área encargada de la formación integral de los trabajadores y también se imparten módulos dentro de la inducción a los nuevos colaboradores.

► Políticas de inversión y financiamiento

Sodimac realiza las inversiones necesarias para el cumplimiento de sus objetivos de negocio de acuerdo con planes de expansión propuestos por la administración y aprobados por el Directorio. El estudio y la aprobación de estos proyectos se efectúa siguiendo criterios técnicos y económicos, así como variables sociales y ambientales.

Para profundizar su capacidad de escucha y anticiparse a las controversias territoriales en el desarrollo de los proyectos de tiendas u otras instalaciones, desde 2018 la Gerencia de Proyectos utiliza una herramienta especialmente desarrollada para la empresa, que se denomina Matriz Inteligente de Alerta Territorial Temprana (MIATT). Esta se aplica en cada territorio donde se proyectan nuevas obras, ampliaciones y remodelaciones, incorporando así la Política de Sostenibilidad de la empresa en los criterios de evaluación de las inversiones.

Las fuentes de financiamiento se administran conforme al plan financiero de largo plazo de la empresa. Los recursos financieros se obtienen de fuentes propias, de endeudamiento tradicional, de instrumentos de oferta pública y privada con o sin opción de conversión en capital, en Chile o en el extranjero, créditos de proveedores y aportes de capital, si las condiciones estratégicas lo aconsejan. La utilidad del ejercicio representa una fuente neta de financiamiento en aquella porción de retención que es aprobada por la Junta de Accionistas.

► Plan de inversiones anual

En 2025 se materializaron inversiones por \$30,5 mil millones que se destinaron principalmente a la construcción, ampliación, remodelación, actualización y mantención de tiendas físicas, inversiones en centros de distribución y tecnología, con el objetivo de mejorar la experiencia de los clientes, potenciar el crecimiento omnicanal, así como mejorar la eficiencia y productividad.

► Equipamiento

Los principales equipos corresponden a equipamiento de tiendas, tales como racks o estanterías, dimensionadoras de madera, grúas horquillas, mobiliario de tiendas, carros, maquinaria especializada en la preparación de fierro y otros de naturaleza similar, distribuidos a lo largo del país.

► Propiedades

Todas las tiendas de Sodimac se encuentran arrendadas a empresas relacionadas y/o terceros mediante contratos a largo plazo que aseguran su tenencia. En estos inmuebles, de acuerdo con los contratos suscritos, la compañía efectúa inversiones en edificaciones, instalaciones, ampliaciones y similares, necesarias para el ejercicio de su actividad comercial.

La determinación de las vidas útiles de activos las define la compañía matriz Falabella S.A. para sus diferentes unidades, entre ellas Sodimac.

Las propiedades, plantas y equipos se registran al costo y se presentan netos de su depreciación acumulada y deterioro acumulado de valor, excepto por los terrenos, los cuales no están sujetos a depreciación. La depreciación es calculada linealmente durante la vida útil técnica de los activos, hasta el monto de su valor residual, de existir. Las vidas útiles técnicas estimadas por categoría son las siguientes:

Vidas útiles económicas estimadas por categoría

Categoría	Rangos (años)
Edificios	50
Máquinas y equipos	2 – 8
Equipamiento de tecnologías de la información	5 – 6
Instalaciones fijas y accesorios	10
Vehículos de motor	5 – 7
Otros	3 – 12

Sodimac S.A. no tiene Propiedades de Inversión (terrenos y edificios propios).

Los activos intangibles adquiridos separadamente son medidos al costo de adquisición. El costo de los activos intangibles adquiridos en una combinación de negocios es su valor razonable a la fecha de adquisición. Después de su reconocimiento inicial, los activos intangibles con vidas útiles definidas son registrados al costo menos cualquier amortización acumulada y cualquier pérdida por deterioro acumulada en el caso de corresponder. Los costos de investigación se llevan directamente a resultados.

Vidas útiles estimadas para cada categoría de activo intangible

Categoría	Rango (años)
Marcas comerciales (adquiridas en combinación de negocios)	Indefinida
Software	4
Patentes, marcas registradas y otros derechos	10
Licencias de programas informáticos	5 – 10

► Seguros

Sodimac cuenta con cobertura de seguros para los riesgos de incendio, sismo, paralización, responsabilidad civil, desórdenes populares y manifestaciones violentas, entre otros, que puedan afectar los activos, el patrimonio y la operación de la empresa. Estos seguros están contratados con compañías líderes en el mercado asegurador nacional que cuentan con reaseguros a nivel internacional, lo que garantiza un adecuado respaldo. Tanto los bienes como los conceptos asegurados son evaluados en forma periódica por especialistas del rubro.

► Contratos relevantes con subsidiarias y asociadas

- Contratos de servicios de transporte terrestre y marítimo con Logística Internacional Limitada.
- Contrato de prestación de servicios de Compliance a Imperial S.A. (hasta noviembre 2025).
- Contrato de know how y servicios complementarios con Imperial S.A.
- Contrato para la designación del "Pasillo Imperial" en tiendas de Sodimac que participen del acuerdo.
- Contrato para prestación de servicios de TI a Imperial S.A.
- Contrato con Trainemac SpA para la prestación de servicios de capacitación.



► Marcas y patentes

Sodimac S.A. utiliza en su identificación comercial numerosas marcas de propiedad de su matriz. Entre éstas, que se encuentran inscritas en el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI) de Chile y se utilizan en virtud de un contrato con Falabella S.A. de otorgamiento de franquicia para el uso de su Sistema Retail y Marcas, destacan: Sodimac Homecenter, Sodimac Constructor, Ubermann, Bauker, Casa Bonita, Topex, Mr. Beef, Glam, Kölor, Dairu, Ozom, Fixser, Sensi D'Acqua, Holztek, Redline, Just Home Collection, Klimber, Karson y Autostyle, entre otras.

Licencias, franquicias, royalties y/o concesiones

La empresa no tiene licencias, franquicias, royalties y/o concesiones de su propiedad.

► Actividades financieras

La empresa mantiene relaciones comerciales con la mayoría de las instituciones financieras del país, abarcando una amplia gama de productos y servicios. Las más relevantes son las operaciones de inversión financiera de corto plazo, los créditos bancarios de corto plazo en moneda nacional, las operaciones de comercio exterior, productos derivados, recaudación de ventas, pagos masivos y deuda de largo plazo por emisión de bonos.

Sodimac financia aquellos activos que presentan una liquidez menor a un año con pasivos de corto plazo y los activos menos líquidos o que permanecen por un plazo mayor, con capital propio y pasivos de largo plazo.



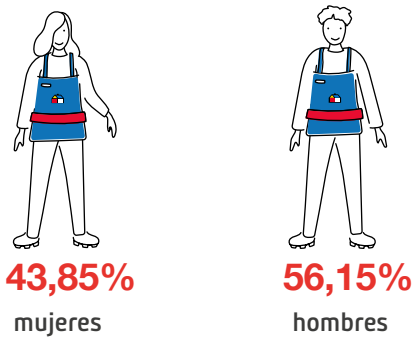
Personas



Nuestro equipo

(Incluye Sodimac Chile y Corporativo, al 31 de diciembre de 2025)

11.972 trabajadores



Distribución por edad

Menor de 30 años	20,3%
30-40 años	38%
41-50 años	23,7%
51-60 años	13,7%
61-70 años	3,8%
+70 años	0,4%

Distribución por tipo de contrato

Tipo de contrato	Hombres	Mujeres	Total
Indefinido	6.594 98,1%	5.179 98,6%	11.773 98,3%
Plazo fijo	128 1,9%	71 1,35%	199 1,5%
Total	6.722 100%	5.250 100%	11.972 100%

Pactos y jornadas	Hombres	Mujeres	Total
Jornada completa	5.706 85%	3.505 67%	9.211 77%
Jornada a tiempo parcial	1.016 15%	1.745 33%	2.761 23%
Teletrabajo parcial	0	0	0
Teletrabajo completo	545 8,1%	471 9%	1.016 8,5%
Con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	0	0	0
Con bandas de horas para cuidadores de niños/as de hasta 12 años	0	0	0

Nota: Para las personas con teletrabajo, se consideran también quienes en la práctica realizan teletrabajo, pero que no tienen firmado un anexo de contrato asociado a ello.

Distribución por cargo

Cargo	Hombres	Mujeres	Total
Alta gerencia	7	2	9
Gerencia	274	171	445
Jefatura	646	417	1.063
Operario	3.183	1.626	4.809
Fuerza de venta	1.880	2.387	4.267
Administrativo	91	136	227
Auxiliar	0	1	1
Otros profesionales	641	510	1.151
Total	6.722	5.250	11.972

Distribución por unidad de negocio

Unidad	Hombres	Mujeres	Total
Sodimac Chile	6.646	5.210	11.856
Imperial	623	257	880
Corporativo	76	40	116
Otras filiales	14	8	22
Total	7.359	5.515	12.874

En 2025, la jornada laboral se mantuvo en 44 horas semanales.

La compañía no distingue entre grupos raciales y étnicos de sus colaboradores.

Chilenos **11.256**

Otras nacionalidades **716**

Distribución por nacionalidad

Cargo Nacionalidad	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales
Chile	4 hombres 2 mujeres	264 hombres 166 mujeres	614 hombres 397 mujeres	2.971 hombres 1.482 mujeres	1.804 hombres 2.275 mujeres	78 hombres 121 mujeres	0 hombres 1 mujer	604 hombres 473 mujeres
Venezuela	0 hombres 0 mujeres	3 hombres 1 mujer	22 hombres 7 mujeres	88 hombres 72 mujeres	43 hombres 43 mujeres	11 hombres 14 mujeres	0 hombres 0 mujeres	33 hombres 26 mujeres
Perú	0 hombres 0 mujeres	3 hombres 2 mujeres	7 hombres 3 mujeres	42 hombres 24 mujeres	14 hombres 28 mujeres	0 hombres 1 mujer	0 hombres 0 mujeres	2 hombres 1 mujer
Colombia	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 1 mujer	32 hombres 17 mujeres	8 hombres 12 mujeres	1 hombre 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	1 hombre 3 mujeres
Bolivia	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 1 mujer	1 hombre 6 mujeres	21 hombres 18 mujeres	3 hombres 17 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 3 mujeres
Ecuador	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 1 mujer	0 hombres 1 mujer	7 hombres 3 mujeres	2 hombres 5 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 1 mujer
Argentina	2 hombres 0 mujeres	3 hombres 0 mujeres	2 hombres 0 mujeres	3 hombres 2 mujeres	5 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	1 hombre 0 mujeres
Haití	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	11 hombres 2 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres
Brasil	0 hombres 0 mujeres	1 hombre 0 mujeres	0 hombres 1 mujer	2 hombres 1 mujer	0 hombres 3 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres
Otros	1 hombre 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 1 mujer	6 hombres 5 mujeres	1 hombre 4 mujeres	1 hombre 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 3 mujeres
Total	7 hombres 2 mujeres	274 hombres 171 mujeres	646 hombres 417 mujeres	3.183 hombres 1.626 mujeres	1.880 hombres 2.387 mujeres	91 hombres 136 mujeres	0 hombres 1 mujer	641 hombres 510 mujeres

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

Distribución por edad

Cargo Edad	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales
Menos de 30 años	0 hombres 0 mujeres	2 hombres 1 mujer	24 hombres 10 mujeres	693 hombres 285 mujeres	364 hombres 320 mujeres	14 hombres 8 mujeres	0 hombres 0 mujeres	107 hombres 62 mujeres
Entre 30-40 años	1 hombre 1 mujer	36 hombres 44 mujeres	263 hombres 151 mujeres	1131 hombres 582 mujeres	559 hombres 648 mujeres	35 hombres 56 mujeres	0 hombres 0 mujeres	240 hombres 234 mujeres
Entre 41-50 años	3 hombres 0 mujeres	114 hombres 80 mujeres	216 hombres 164 mujeres	628 hombres 439 mujeres	355 hombres 646 mujeres	24 hombres 39 mujeres	0 hombres 0 mujeres	184 hombres 147 mujeres
Entre 51-60 años	1 hombre 1 mujer	95 hombres 42 mujeres	128 hombres 84 mujeres	478 hombres 263 mujeres	332 hombres 567 mujeres	17 hombres 29 mujeres	0 hombres 0 mujeres	86 hombres 58 mujeres
Entre 61-70 años	2 hombres 0 mujeres	26 hombres 4 mujeres	15 hombres 8 mujeres	225 hombres 52 mujeres	224 hombres 192 mujeres	1 hombre 4 mujeres	0 hombres 0 mujeres	24 hombres 9 mujeres
Más de 70 años	0 hombres 0 mujeres	1 hombre 0 mujeres	0 hombres 0 mujeres	28 hombres 5 mujeres	46 hombres 14 mujeres	0 hombres 0 mujeres	0 hombres 1 mujer	0 hombres 0 mujeres
Total	7 hombres 2 mujeres	274 hombres 171 mujeres	646 hombres 417 mujeres	3.183 hombres 1.626 mujeres	1.880 hombres 2.387 mujeres	91 hombres 136 mujeres	0 hombres 1 mujer	641 hombres 510 mujeres

Distribución por antigüedad

Cargo Antigüedad	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales
Menos de 3 años	1 hombre 0 mujeres	5 hombres 11 mujeres	23 hombres 16 mujeres	546 hombres 239 mujeres	293 hombres 249 mujeres	6 hombres 1 mujer	0 hombres 0 mujeres	112 hombres 102 mujeres
Entre 3 y 6 años	0 hombres 0 mujeres	10 hombres 11 mujeres	48 hombres 35 mujeres	618 hombres 424 mujeres	198 hombres 324 mujeres	20 hombres 31 mujeres	0 hombres 0 mujeres	102 hombres 95 mujeres
Entre 6 y 9 años	1 hombre 0 mujeres	16 hombres 12 mujeres	81 hombres 45 mujeres	629 hombres 269 mujeres	417 hombres 503 mujeres	16 hombres 29 mujeres	0 hombres 0 mujeres	79 hombres 56 mujeres
Entre 9 y 12 años	0 hombres 0 mujeres	11 hombres 9 mujeres	65 hombres 38 mujeres	365 hombres 145 mujeres	212 hombres 279 mujeres	11 hombres 8 mujeres	0 hombres 0 mujeres	37 hombres 37 mujeres
Más de 12 años	5 hombres 2 mujeres	232 hombres 128 mujeres	429 hombres 283 mujeres	1.025 hombres 549 mujeres	760 hombres 1.032 mujeres	38 hombres 67 mujeres	0 hombres 1 mujer	311 hombres 220 mujeres
Total	7 hombres 2 mujeres	274 hombres 171 mujeres	646 hombres 417 mujeres	3.183 hombres 1.626 mujeres	1.880 hombres 2.387 mujeres	91 hombres 136 mujeres	0 hombres 1 mujer	641 hombres 510 mujeres

Distribución personas con discapacidad

Cargo	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales
Número de personas con discapacidad	0 hombres 0 mujeres	2 hombres 1 mujer	2 hombres 0 mujeres	41 hombres 19 mujeres	55 hombres 33 mujeres	2 hombres 1 mujer	0 hombres 0 mujeres	3 hombres 2 mujeres
Total	0	3	2	60	88	3	0	5

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS



► Nuevas contrataciones y empleabilidad local

Sodimac privilegia generar empleo a nivel local. Por ello, contrata trabajadores que residan en el radio de influencia de sus tiendas, política que abre oportunidades laborales en comunidades vecinas y reduce el tiempo de desplazamiento del personal, contribuyendo a su calidad de vida. Con los líderes de las tiendas también se aplica este criterio o se les ofrece reubicarse desde otras zonas, dado su conocimiento y experiencia.

La empresa, además, participa en ferias laborales y mantiene alianzas con instituciones que ofrecen formación técnica gratuita a jóvenes de bajos recursos, para que adquieran conocimientos que contribuyan a su inserción en el mercado laboral.

En 2025, se contrataron 738 nuevos trabajadores (475 hombres y 263 mujeres).

► Tasa de rotación y contratación

Incluye todas las modalidades de contrato (indefinidos, a plazo fijo, full-time y part-time).

Tasa de rotación medida como el total de empleados que dejaron la organización durante 2025 voluntariamente o por despido, jubilación o fallecimiento, sobre el total de la dotación de diciembre.

Tasa de contratación medida como el total de nuevas contrataciones durante el 2025 sobre el total de la dotación de diciembre.

Tasa de rotación	Oficinas Centrales	Tiendas y centros distribución
9,4%	14,9%	9%

Tasa de salida voluntaria 4,2%	Tasa de salida no voluntaria 5,2%
--------------------------------	-----------------------------------

Tasa de contratación y rotación por edad

	Menor de 30 años	30-40 años	41-50 años	51-60 años	61-70 años	Mayor de 70 años	Total general
Tasa de contratación	24,4%	5,2%	1,6%	0,8%	0%	1,5%	6,2%
Tasa de rotación	23,8%	9,9%	4,9%	3,5%	6,3%	11,8%	9,4%

Gestión de talento y desarrollo integral

Atracción de talentos

Para administrar de manera más eficiente sus procesos de búsqueda y promover el desarrollo de carrera de los trabajadores, la empresa utiliza la herramienta AIRA, un Applicant Tracking System (ATS) que permite una mejor comunicación con los candidatos y generar una mayor visibilidad interna y externa de las oportunidades laborales existentes en Sodimac y el grupo Falabella. Con la ayuda de esta herramienta, durante el año se gestionaron distintas vacantes abiertas en la Oficina de Apoyo, tiendas y cadena de abastecimiento.

Formación y Capacitación

La compañía está comprometida con el desarrollo constante y el crecimiento laboral de sus trabajadores, generando una cultura de aprendizaje continuo, autoaprendizaje y uso de las herramientas digitales actualmente disponibles. Esto se traduce en programas de capacitación y promoción diseñados para fortalecer las habilidades y competencias de la dotación.

236.042 horas de capacitación en Sodimac Chile durante 2025.

12.551 personas capacitadas	96,5% de la dotación
-----------------------------	----------------------

Promedio horas de capacitación: 19,02 por persona:

- 17,04 horas promedio hombres

- 20,7 horas promedio mujeres

\$2.107.159.383 total invertido en capacitación en 2025, equivale a 0,091% de los ingresos anuales.

Horas de Capacitación por cargo	2025		
	Horas utilizadas	Horas mujeres	Horas hombres
Alta gerencia	135	109	26
Gerencia	4.363	1.290	3.073
Jefatura	31.383	15.875	15.507
Operario	92.751	49.536	43.214
Fuerza de venta	88.685	35.132	53.553
Administrativo	2.252	1.130	1.123
Otros profesionales	16.473	8.869	7.604
Total	236.042	111.942	124.100

Cargo	2025		
	Mujeres capacitadas	Hombres capacitados	Total
Alta gerencia	4 66%	9 81%	13
Gerencia	79 85%	133 92 %	212
Jefatura	831 99,8%	904 98 %	1.735
Operario	2.506 100%	3.335 96%	5.840
Fuerza de venta	1.229 99%	1.775 96 %	3.004
Administrativo	141 95%	97 91%	238
Otros profesionales	629 91 %	880 90%	1.509
Total	5.419 98 %	7.133 95 %	12.551

Nuevo programa: Formador en el puesto de trabajo (tiendas y CDA)

En 2025 se lanzó el programa Formador en el Puesto de Trabajo (FPT), el cual transfiere conocimientos y habilidades directamente en el lugar de trabajo, asegurando un aprendizaje práctico y acompañado. Su labor estandariza y acelera el desarrollo y aprendizaje de los trabajadores que están en tiendas y CDA. Este año fueron capacitadas más de 1.500 personas.

Se reformularon los cursos presenciales hacia formatos más breves, ágiles e innovadores, alineados con las nuevas formas de aprender y orientados a mover palancas estratégicas del negocio.

- Entre las capacitaciones realizadas en 2025 destacan:
- Programa de Desarrollo de Líderes de Cadena (DLC): 120 líderes capacitados, alcanzando un 95% de los líderes. Un programa presencial de dos días, facilitado por expertos internos de Sodimac.
 - Encuentro formativo que reforzó conocimientos y procesos críticos para la operación.
 - Tiendas: Este año se llegó a todas las tiendas de Chile capacitando a más de 3.500 trabajadores en tres nuevos workshops, con contenidos clave como Sello de Experiencia y Protocolo 4º, técnicas de venta, marcas exclusivas y herramientas digitales.
 - Ferias presenciales de capacitación: Ocho ferias realizadas a nivel nacional, con más de 1.300 vendedores de tiendas capacitados.

- Cadena de Abastecimiento (CDA): Se realizaron ciclos formativos en cinco de las ocho instalaciones con mayor dotación, capacitando a más de 400 trabajadores en Excelencia Operacional, Operación Logística, Sello de Experiencia Clientes CDA.
- Feria de Capacitación: Ruta de Aprendizaje Operacional para jefaturas y subgerentes (231 personas).
- Jornada de Capacitación en Ruta de Aprendizaje Operacional para gerentes: 70 asistentes.
- Se reformularon los cursos e-learning por microcápsulas de aprendizaje alineadas a las necesidades actuales de los clientes que visitan las tiendas: 2.211 trabajadores capacitados.
- Talleres en Oficina de Apoyo “Conectando con Nuestra Casa”: 90 participantes formados en temáticas emergentes como Innovación, IA y E-commerce, liderados por expertos internos.
- Masterclass Presenciales en Oficina de Apoyo: Más de 50 trabajadores participaron en sesiones especializadas sobre Power Skills, Personal Branding, Presentaciones de Alto Impacto y Oratoria.
- Cursos de inglés: Más de 680 participantes reforzaron competencias lingüísticas claves para su desarrollo a nivel nacional.
- Curso de Excel masivo: Más de 120 trabajadores capacitados en niveles básico, intermedio y avanzado.
- Capacitación sobre reforma de pensiones a Asistentes Sociales, JDR y líderes de la Gerencia de Personas: 74 personas capacitadas.

- Actualización del procedimiento de subcontratación y capacitación: 72 personas capacitadas.
- Más de 93 becas académicas otorgadas, incluyendo 91 de la Escuela de Excelencia y becas de programas de posgrado.

Escuela de Excelencia Sodimac

La Escuela de Excelencia Sodimac forma profesionales del retail, con mallas curriculares enfocadas en materias que permitan un desarrollo laboral integral de los trabajadores de la empresa. Dependiente de la Gerencia de Personas, en sus programas destacan los cursos de Técnica de ventas, protocolo de atención, sello de experiencia, marcas exclusivas y herramientas digitales, etc.

La dotación también puede acceder a cursos impartidos por la plataforma de aprendizaje corporativa Academia Falabella con contenidos específicos para las necesidades del negocio. Además, existe un programa de becas para complementar la formación, junto a programas de diplomados especiales dictados por reconocidos centros académicos.

► OTEC Traineemac

La mayoría de los cursos de formación de la compañía se imparten a través de Traineemac, una filial de Sodimac inscrita oficialmente como organismo técnico executor de capacitación (OTEC) y certificada bajo las normas ISO 9001 y NCH 2778:2015.



Planes de sucesión

El Plan de Sucesión de Sodimac es una iniciativa estratégica que asegura la continuidad del negocio y el fortalecimiento del liderazgo, al mismo tiempo que impulsa el desarrollo profesional de nuestros trabajadores. A través de la identificación del talento interno, preparamos a quienes demuestran alto potencial para asumir roles de mayor responsabilidad en tiendas. Este enfoque nos permite anticipar necesidades futuras, garantizar posiciones críticas con líderes capacitados y ofrecer oportunidades de crecimiento que contribuyen al éxito de la compañía y al desarrollo individual.

Como resultado de este plan, en 2025 hubo 8 ascensos en total (4 hombres y 4 mujeres): 7 de jefaturas a subgerentes y 1 de subgerentes a gerentes en Sodimac.

El 50% de los movimientos de planes de sucesión de gerentes y subgerentes de tienda fueron mujeres.

Concursos internos

La compañía privilegia la oportunidad de ascender dentro de la organización mediante concursos internos que permiten postular a un cargo en otra tienda, bodega o en la oficina de apoyo. Las vacantes se abren para todos los colaboradores del grupo Falabella. En 2025, el 35% de los cargos de Oficina de Apoyo se cubrieron de forma interna y en tiendas y en centros de distribución alcanzó un 84%.

Evaluaciones de desempeño

Cada año, Sodimac realiza el proceso de Evaluación de Desempeño, en el que participan todos los trabajadores con al menos tres meses en la compañía. Este proceso, estandarizado a nivel regional, se gestiona mediante una única plataforma que mide las mismas competencias en todas las unidades de negocio. Gracias a este enfoque, se garantizan condiciones equitativas que promueven la movilidad interna entre negocios y países, fortaleciendo el desarrollo profesional dentro de la organización.

Para los cargos ejecutivos, Sodimac y sus filiales aplican procesos de Evaluación 360°, que permiten obtener una visión integral del desempeño y liderazgo. Durante el período, este proceso abarcó a 168 personas, de las cuales 113 son hombres y 55 son mujeres.

Esta herramienta contribuye a fortalecer la gestión del talento, promoviendo el desarrollo continuo y la toma de decisiones estratégicas basadas en información objetiva.

En 2025, se evaluó al 100% del total de los trabajadores evaluables en Sodimac y sus filiales, equivalente a más de 11.312 personas (57% hombres y 43% mujeres).

Compensaciones

La política salarial privilegia la contratación de trabajadores a jornada completa, con un sueldo de entrada igual o superior al mínimo legal oficial. Se fomenta la empleabilidad de jóvenes y la formación de profesionales del retail creando puestos de trabajo orientados a menores de 30 años, en su mayoría recién egresados de educación media, sin capacitación ni estudios superiores, siendo esta su primera experiencia laboral.

No hay trabajadores de tienda ni otros que ganen el salario mínimo establecido en el país. Todos superan ese monto.

Año	Salario mínimo país (\$)	Salario inicial Sodimac (\$)	Relación Sodimac vs país
2023	460.000	688.083	1,50
2024	500.000	747.917	1,50
2025	529.000	791.296	1,50

Nota: (1) Sueldos brutos. Salario inicial de Sodimac considera el sueldo mínimo del país más un 10% y la gratificación. (2) El cálculo de salario medio por hora no incluye filiales y no considera gratificaciones ni bonos por desempeño.

Fuente: Sodimac

Brecha salarial

La estrategia de compensación se basa en principios de equidad interna y competitividad externa, determinando los salarios en función de la responsabilidad y contribución individual.

La medición de la brecha salarial se realiza por nivel de responsabilidad o grado interno asignado a cada posición, con el objetivo de comparar sueldos de manera equitativa de acuerdo con el nivel de cargo. Al menos anualmente, se realiza un proceso de revisión salarial imparcial, basado en la responsabilidad, mérito y los principios de equidad interna y competitividad externa. En un mismo nivel de responsabilidad, se asigna una compensación similar dentro de la banda salarial, garantizando que las compensaciones sean competitivas. Se premia el mérito, otorgando mayores incrementos a aquellos con un desempeño destacado.

La empresa gestiona la brecha salarial, realizando seguimiento al indicador durante el año para tomar acciones al respecto.

Brecha salarial por cargo

Metodología NG 461

(salario mujeres/salario hombres)

Categoría	Media	Mediana (percentil 50)
Alta gerencia	0%	0%
Gerencia	13%	13,6%
Jefatura	1,5%	1,1%
Operario	2,8%	2,2%
Fuerza de venta	-2%	-1,5%
Auxiliar	0%	0%
Administrativo	-2,4%	-2%
Otros profesionales	1,8%	0,4%

Nota: Expresado como Dato mujeres/Dato hombres

Fuente: Sodimac



Esta metodología calcula la brecha por cargos comparables (agrupados en IPE (nivel de cargo)), que luego se pondera según el peso relativo de cada uno por la cantidad de personas. Considera trabajadores a tiempo completo (Full Time).

Alta Gerencia: no comparable según metodología.

Auxiliar: solo una persona.

Brecha salarial consolidada

Metodología NCG 461: valor relativo de promedios y medianas: (salario mujeres/salario hombres):

Brecha salarial entre hombres y mujeres en %, según:

	Promedio	Mediana
Bonos pagados	5,5%	-0,1%
Salarios pagados	1,1%	1%

► Cultura y clima laboral

Sodimac cuenta con un equipo especializado en cultura y clima que respalda y fomenta planes de acción con miras a mejorar el ambiente en los diversos lugares de trabajo. Una de sus principales actividades para recopilar información cualitativa son los llamados “Conversatorios de clima”. Dirigidos por psicólogos de la empresa, son espacios seguros para dialogar con los diferentes equipos de trabajo y explorar prácticas que fortalezcan un entorno laboral positivo.

Para evaluar la cultura y el ambiente laboral, la empresa aplica anualmente una “Encuesta de Cultura” y otras herramientas complementarias denominadas “Pulsos”. La primera permite escuchar a los trabajadores y conocer aspectos como su compromiso e identificación con la empresa, y una evaluación del liderazgo, entre otros aspectos. Sus resultados son analizados por cada líder a través de la plataforma interna Qualtrics, permitiendo diseñar planes de acción específicos para cada área con el fin de mantener un buen entorno laboral. En complemento, para medir avances en materias específicas, se aplican encuestas más segmentadas denominadas Pulsos. El eNPS (Employee Net Promoter Score) es un instrumento que mide el nivel de recomendación interno y es parte de la Encuesta de Cultura. En 2025 se desarrollaron planes de acción en función de los resultados de estas mediciones. La mayoría de los equipos críticos que tuvieron un plan de trabajo específico mejoraron su engagement.

Los trabajadores tienen un rol activo al formar parte de los “Comités de Cultura y Clima” en sus respectivas tiendas o centros de distribución, los que tienen por objetivo implementar iniciativas y ejemplificar las prácticas de camaradería al interior de la empresa.

75 % de engagement interno en 2025 (nivel de entusiasmo y dedicación), destaca el orgullo con 83% puntos, con un incremento de 2 puntos en comparación con el año anterior.

Incremento de 5 puntos en eNPS (employee net promoter score), llegando a 59 puntos.

Índice de liderazgo aumentó 4 puntos porcentuales, llegando a 80% en el año.

► Viva Engage

En 2025 hubo un promedio mensual de 5.307 personas activas en Viva Engage, canal de comunicación interno donde cada trabajador puede compartir experiencias, opiniones, hechos destacados y buenas prácticas. Los líderes publican sus proyectos en esta herramienta para dar mayor visibilidad y generar más compromiso.

Se publica un newsletter Casanoticias (resumen semanal de lo principal ocurrido en Viva Engage) dirigido a la Oficina de Apoyo (ODA) que tiene un 72.3% de apertura y también se envían Pautas Comunicacionales a los centros de distribución y tiendas, con un resumen semanal de lo más importante.

Otras acciones de comunicación, cultura y clima organizacional llevadas a cabo en 2025 fueron:

-Dos reuniones ampliadas anuales con todos los trabajadores de ODA y líderes de Operaciones (tienda y logística) para alinear, informar y conectar sobre la estrategia del negocio, focos, proyectos e iniciativas de RR.HH.

9 conversatorios realizados en 2025, con 110 asistentes de tiendas, centros de distribución y oficina de apoyo.

► Encuesta de Cultura y fortalecimiento de habilidades de liderazgo en Imperial

La Encuesta de Cultura se aplica anualmente y es la principal herramienta de escucha que tiene Imperial para conocer el grado de compromiso de los trabajadores con la organización, sus emociones, cómo perciben el liderazgo en la empresa y qué tanto la recomiendan como un lugar para trabajar.

Durante el año 2025 se trabajó intensamente en el desarrollo de habilidades y buenas prácticas de liderazgo en mandos medios y líderes de la organización. Se impartió un programa de coaching uno a uno, seleccionando en base al potencial de desarrollo de cada persona y su impacto en los equipos por la cantidad de colaboradores bajo su cargo.

También se realizaron talleres transversales de liderazgo, con un alcance de 116 líderes de Imperial, en torno a confianza y coherencia en el liderazgo, así como workshops interactivos para abordar el contenido de la Academia Imperial.

Estas iniciativas generaron un impacto positivo en la medición del clima laboral, reflejándose en un aumento de 5 puntos porcentuales en el engagement (del 63% al 68%), un incremento de 16 puntos en el eNPS (de 21 a 37 puntos) y una mejora de 6 puntos porcentuales en el indicador de liderazgo (del 65% al 71%).

Sodimac desarrolla diversos programas para generar espacios laborales saludables, contribuir al bienestar de los trabajadores, facilitar la conciliación de trabajo y vida personal y aumentar los niveles de compromiso. La empresa entregó más de 80 beneficios diferentes a sus trabajadores durante 2025, relacionados con la familia, vivienda, educación, salud, seguros, ayudas especiales, bonos, asignaciones y reconocimientos.

Principales programas

Atención y apoyo social

La compañía fortaleció su compromiso con el bienestar integral de las personas a través del trabajo realizado por el equipo de 37 asistentes sociales desplegados a lo largo del país. Su labor se centra en brindar acompañamiento, orientación y apoyo especializado a los trabajadores de tiendas, centros de distribución y oficina central, abordando necesidades tanto en el ámbito laboral como familiar.

El trabajo del equipo social busca generar un impacto directo en la calidad de vida de los trabajadores y sus familias, mediante una atención resolutive, eficiente y cercana, que permite disminuir los niveles de ansiedad y estrés asociados a situaciones complejas. A través del seguimiento y evaluación de cada caso, se garantiza una intervención oportuna y pertinente, orientada a entregar soluciones y contención emocional en momentos de dificultad.

Gracias a esta gestión, la empresa logra responder de manera rápida y oportuna ante diversas problemáticas personales, ya sean de índole socioeconómica, de salud, o situaciones de emergencia que requieren apoyo inmediato. Este acompañamiento no solo contribuye al bienestar individual, sino que también fortalece una cultura organizacional basada en la empatía, el cuidado y la solidaridad,

valores que continúan guiando nuestro compromiso con las personas.

En el año 2025 se brindó apoyo a casos sociales presentados por 58 trabajadores, destinando aportes del Fondo de Bienestar que ascendieron a \$12.358.860.

En la misma línea, estos profesionales cumplen un rol fundamental en el compromiso de Sodimac con la igualdad de oportunidades. Desde su labor diaria, contribuyen a asegurar que todas las personas tengan acceso a un desarrollo laboral equitativo y a condiciones dignas, sin distinción de género, edad, origen cultural o cualquier otra característica personal. Su enfoque inclusivo permite identificar brechas, acompañar procesos sensibles y promover prácticas que fortalezcan un entorno laboral respetuoso, diverso y justo.

Otra función muy relevante es su papel como promotores de los valores corporativos y asesores en casos de ética, actuando como consejeros de integridad dentro del Sistema de Integridad Corporativo. Gracias a esta labor, se contribuye a prevenir, identificar y abordar posibles situaciones contrarias al Código de Ética o a la legislación vigente, fortaleciendo una cultura organizacional basada en el comportamiento ético, la transparencia y el respeto.

Programa de Vivienda y Nuestra Casa Contigo

El equipo social respalda a los trabajadores que buscan materializar el sueño de la vivienda propia, entregando asesoría y orientación especializada sobre los beneficios estatales y subsidios habitacionales disponibles para acceder a una casa propia. A ello se suma el apoyo financiero otorgado por la empresa, que en 2025 permitió entregar préstamos de vivienda a 51 trabajadores, facilitando este proceso y contribuyendo a su estabilidad familiar.

Del mismo modo, a través del programa “Nuestra Casa Contigo”, Sodimac aporta recursos económicos para proyectos de mejoramiento de viviendas de colaboradores en situación de vulnerabilidad. Estas iniciativas se desarrollan gracias al trabajo colaborativo de maestros y trabajadores inscritos en el programa de voluntariado corporativo, que supera los 3 mil voluntarios. En 2025, este programa permitió mejorar las viviendas de 72 trabajadores y sus familias en distintas regiones del país, mediante 91 proyectos que incluyeron principalmente reparaciones de baños, cocinas, pisos, cielos, aislación y techumbres. Estas intervenciones no solo aportan a la seguridad y bienestar de las familias, sino que también fortalecen el sentido de comunidad y solidaridad al interior de la organización.

En 2025, se realizaron 94 actividades deportivas y 90 actividades enfocadas en la promoción de la salud mental, beneficiando a más de 10.000 trabajadores a lo largo del país.

Programa de Salud

Durante el año se implementaron diversas acciones orientadas al bienestar integral de los trabajadores y sus familias, entre ellas programas destinados a fomentar el autocuidado, la salud mental y la promoción de espacios laborales saludables. Estos esfuerzos buscan fortalecer la calidad de vida de las personas, entendiendo el bienestar como un concepto amplio que incluye la salud física, emocional, social y económica.

La empresa, a través de su equipo de asistentes sociales, entrega orientación especializada para el uso adecuado de los planes de salud y de los beneficios asociados, facilitando el acceso oportuno a los distintos servicios. Adicionalmente, el convenio colectivo vigente permite que la dotación acceda a planes de salud exclusivos o con precios preferenciales en comparación con el valor de mercado, ampliando las alternativas disponibles para los trabajadores y sus familias.

Los colaboradores cuentan, además, con un seguro complementario de salud, cuya póliza es cofinanciada por la empresa e incluye a las cargas familiares, cubre atenciones médicas, salud mental, prestaciones dentales, enfermedades catastróficas y telemedicina, entre otras. Al cierre del año, 4.418

trabajadores titulares y 3.177 cargas se encontraban protegidos por este beneficio.

Asimismo, todos los trabajadores con contrato vigente están cubiertos por un seguro de fallecimiento, muerte accidental, invalidez total e invalidez accidental, financiado de manera compartida entre la compañía y los empleados, reforzando así la seguridad y protección ante situaciones críticas.

Con el propósito de abordar la salud de manera integral, la empresa cuenta también con MejorAndo, un programa de salud mental que reúne diversas herramientas de apoyo para los trabajadores. Este incluye charlas mensuales, alianzas con entidades externas para atención gratuita o con precios preferenciales, un programa de formación continua y Mhaite, un chatbot que entrega orientación psicológica de manera accesible y confidencial. Durante 2025, se realizaron 9 charlas en las que participaron más de 540 personas, consolidando este espacio como un apoyo significativo para promover el bienestar emocional en la organización.

En el 2025, se realizaron 90 actividades enfocadas en la promoción de la salud mental, beneficiando a más de 6.000 trabajadores a lo largo del país.



Programa de Deportes

Sodimac promueve actividades que fortalezcan la salud física y mental, la sana convivencia laboral, el clima interno y la estabilidad emocional de las personas. Durante el año, se llevaron a cabo 94 actividades deportivas y recreativas orientadas a fomentar estilos de vida saludables, en las que participaron más de 4.000 trabajadores a lo largo del país.

Entre las iniciativas desarrolladas se incluyen torneos de fútbol, tenis de mesa, pádel, jornadas de trekking, pausas activas, rutinas de entrenamiento y yoga, entre otras instancias que promueven la integración y el bienestar.

Estas acciones no solo contribuyen al bienestar físico, sino que también fortalecen los vínculos entre equipos, potencian la vida saludable y refuerzan el compromiso con un ambiente laboral más colaborativo, activo y equilibrado.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

Programa de Flexibilidad Laboral

Con el objetivo de facilitar la compatibilización de la vida personal y laboral, la empresa ofrece diversas medidas de flexibilidad y beneficios que permiten a los trabajadores gestionar mejor su tiempo y atender sus necesidades individuales y familiares.

Entre estas iniciativas se encuentra la flexibilidad horaria para quienes no forman parte de la operación en tiendas o centros de distribución. Estos trabajadores pueden optar entre tres alternativas de horario, eligiendo aquella que mejor se ajuste a sus requerimientos, siempre que sea compatible con sus funciones. Asimismo, cuando el rol y las herramientas de trabajo lo permiten, es posible escoger la modalidad de trabajo a distancia, otorgando mayor autonomía para equilibrar responsabilidades laborales y personales.

La compañía también ofrece la posibilidad de solicitar permisos sin goce de sueldo, que pueden utilizarse según la necesidad de cada persona bajo dos modalidades: dos bloques de cinco días hábiles o un permiso continuo de hasta tres meses, otorgando flexibilidad en momentos que requieren atención especial.

A ello se suma el programa “Mis Días Libres”, que brinda opciones adicionales para el descanso y la gestión del tiempo personal. Este contempla:

- Días libres: Hasta cinco días anuales de libre disposición, continuos o separados, con goce de remuneración y previa coordinación con la jefatura.
- Día de cumpleaños: Un día libre, con goce de sueldo, para celebrar esta fecha especial.
- Celebraciones de fin de año: Los días 24 y 31 de diciembre, la dotación cuenta con la tarde libre debido al cierre anticipado de los lugares de trabajo. Además, cada trabajador puede escoger entre la mañana del 24 o del 31 de diciembre para tener un día libre adicional.

Estas medidas reflejan el compromiso de la empresa con promover un entorno laboral que valore el equilibrio entre trabajo y vida personal, mejorando la satisfacción, bienestar y calidad de vida de sus trabajadores.

Durante el 2025, se implementó la autogestión de algunos beneficios en el sitio MiSodimac, lo que permitió autogestionar más de 8.000 solicitudes de bonos de vivienda, fallecimiento, matrimonio, nacimiento, beneficios de educación, venta empresa y costo cero, entre otros.

Principales Beneficios (\$M)	2025
Bono de vacaciones	\$6.789.168
Antigüedad y permanencia	\$1.334.085
Bono de asistencia	\$525.167
Aguinaldos	\$2.067.847
Sala cuna	\$243.722
Beneficios por uniforme y ropa de trabajo	\$647.178
Eventos corporativos	\$377.066

Fuente: Sodimac

Reconocimientos y otras actividades

La empresa impulsa cada año diversas instancias de reconocimiento y camaradería que forman parte esencial de su cultura corporativa, fortaleciendo la motivación, sentido de pertenencia y el vínculo entre las personas. Entre estas destacan la **Ceremonia de Inicio de Año**, espacio que permite a toda la dotación conectarse y alinearse con la estrategia organizacional y los desafíos del año. Asimismo, se realiza el **Reconocimiento a la Excelencia Máxima**, donde se

destaca a los trabajadores que han demostrado un desempeño sobresaliente y una actitud ejemplar.

A esto se suma el **Programa de Reconocimiento**, que premia mensual y trimestralmente a quienes generan un valor agregado en sus funciones, reforzando conductas y resultados que contribuyen al propósito de la compañía.

La **Celebración del Aniversario de la Compañía** es otro hito relevante, que en cada lugar de trabajo genera espacios de recreación, camaradería e integración entre los equipos.

Además, los **Reconocimientos a la Trayectoria** permiten valorar y agradecer el aporte de quienes cumplen años de trabajo ininterrumpido en Sodimac, fortaleciendo el orgullo de pertenecer a la empresa. Finalmente, las **Fiestas de Navidad**, realizadas en todo Chile, brindan una instancia especial para que los trabajadores celebren junto a sus familias; sus hijos reciben un regalo entregado por la empresa, reforzando el espíritu de cercanía y comunidad que caracteriza a la organización.

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

Diversidad

La inclusión y la prevención de cualquier tipo de discriminación forma parte fundamental de la cultura corporativa de Sodimac. Desde 2015, la empresa cuenta con una Política de Inclusión, Diversidad y No Discriminación e implementa un proceso de gestión para tener ambientes de trabajo sin exclusiones por factores distintos al aporte laboral.

Sodimac tiene un proceso de selección inclusivo. Todas sus vacantes son inclusivas y ajusta sus procesos de reclutamiento para que cualquier persona participe en igualdad de condiciones.

En el proceso de inducción de quienes se incorporan a la empresa se contempla un módulo de diversidad e inclusión, de manera que todos estén alineados desde un comienzo con los principios corporativos y contemplen la diversidad en su gestión.

La Escuela de Excelencia de Sodimac imparte cursos internos para potenciar la diversidad y el respeto, y acompaña y capacita a los equipos.

El trabajo para fomentar espacios cada vez más inclusivos, equitativos y libres de discriminación es constante y durante 2025 se siguieron realizando diversos programas en esa línea.

6.685 personas capacitadas en el curso de Diversidad e Inclusión durante 2025.

35% de mujeres en cargos ejecutivos en Sodimac Chile.

El objetivo es contar con un 40% de mujeres en posiciones de Alta Gerencia y Media Gerencia.

1,3% de trabajadores con discapacidad.

Equidad de género

La empresa tiene una Política de Equidad de Género que, entre sus principios fundamentales, declara el compromiso de Sodimac con la igualdad de oportunidades, la no discriminación arbitraria y la conciliación entre trabajo y familia.

En esta línea, a través de capacitaciones en terreno a jefaturas de tiendas y centros de distribución, se concientizó además sobre la importancia de avanzar en la equidad y se reforzó el protocolo contra la violencia de género, de modo que todos los trabajadores estén informados sobre esta herramienta.

Postnatal parental

Según lo establecido en la ley, los padres trabajadores tienen derecho a cinco días pagados de postnatal paternal tras el nacimiento de un hijo o hija.

Las madres trabajadoras también tienen un descanso maternal postnatal de 12 semanas después del parto (o adopción de un menor de seis meses). A continuación de este periodo, tienen otras 12 semanas de postnatal parental, del que hasta seis semanas pueden ser transferidas al padre. En caso de adoptar un niño mayor de seis meses y menor de 18 años también tienen derecho a estas 12 semanas de postnatal parental.

En 2025, 178 mujeres y 0 hombres hicieron uso de licencia postnatal parental

La tasa de retorno al trabajo fue 61,35% en el caso de mujeres.

En 2025, Sodimac recibió el premio Mujer Construye, otorgado por la Cámara Chilena de la Construcción y Fundación Ronda, en la categoría “Mujer en la cadena de valor”. La ganadora fue Luzmira Godoy, operadora de grúa del centro de distribución Lo Espejo.

Discapacidad

Sodimac tiene un Programa de Inclusión para Personas en Situación de Discapacidad que brinda oportunidades laborales, ofreciendo condiciones para asegurar que, según su situación particular, puedan desempeñarse y tengan posibilidades de desarrollo en condiciones de igualdad.

En 2025, la empresa alcanzó 1,3% de trabajadores con discapacidad, superando lo exigido por la ley, y se continuó reforzando los protocolos con una serie de charlas en terreno dirigidas a las jefaturas de tiendas y centros de distribución, para generar mayor conciencia y facilitar la inclusión. Además, la Cadena de Abastecimiento cuenta con una célula de trabajo específica para impulsar la inclusión en los distintos centros de distribución, incluyendo talleres específicos para dar a conocer los beneficios de la acreditación y ofrecer apoyo para gestionar la credencial de los trabajadores que lo requieran.

También se participó activamente en ferias laborales inclusivas y jornadas organizadas por distintas fundaciones y empresas, presentando el modelo de inclusión de la empresa. A nivel corporativo, en tanto, se utiliza un curso e-learning para capacitar de manera transversal a toda la dotación en temáticas específicas de discapacidad.

La empresa realizó el segundo taller de Lengua de Señas Chilena, con una participación de más de 100 trabajadores a lo largo del país.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS



► CEOs por la Inclusión

Sodimac participa activamente en el compromiso #CEOpOrLaInclusión, iniciativa convocada por Acción Empresas, junto a Fundación ConTrabajo y Red de Empresas Inclusivas (ReIN) de SOFOFA, que busca acelerar la participación laboral de personas con discapacidad y el desarrollo de empresas inclusivas a través del compromiso de sus CEOs.

La compañía fue una de las 41 compañías firmantes al momento del lanzamiento de esta alianza, en diciembre de 2021. En 2025, la empresa participó en el Encuentro Anual, que reunió a más de 90 líderes empresariales.

Generación senior

La compañía valora la contribución de distintos grupos etarios promoviendo el aporte de trabajadores de 60 años o más, quienes, con su experiencia laboral y de vida, contribuyen al clima laboral y ayudan a elevar los estándares de servicio.

Actualmente trabajan en la compañía 1020 personas senior (8.4 % de la dotación), la mayoría de los cuales se desempeña en tiendas y con jornadas a tiempo completo. Los cargos que desarrollan se distribuyen de manera similar al resto de los trabajadores, realizando diversas funciones, principalmente de cara al cliente.

Interculturalidad

A diciembre de 2025, un 5,9% de la dotación estaba conformada por trabajadores migrantes de 16 nacionalidades. Sodimac aborda esta temática a partir de un enfoque basado en el respeto y la igualdad, valores que inculca a través de un Manual de Contratación de Personas Migrantes y Comunicación Intercultural.

Diversidad sexual

La diversidad sexual es otro de los ejes importantes de trabajo desarrollado a través de iniciativas como la participación de Sodimac (en calidad de empresa mentora) en el programa Pride Connection, que busca acortar la curva de aprendizaje compartiendo buenas prácticas LGBTI+ en las organizaciones.

También mantiene activas las plataformas Comunidad LGBT+ y Aliados en Viva Engage, lo que permite durante el año generar y difundir contenidos, con el aporte del equipo de embajadores de tiendas, cadena de abastecimiento y oficina central. La compañía, además, posee un protocolo de transición de género, que se activó una vez en 2025.

Asimismo, como todos los años, en junio la empresa celebró el Mes del Orgullo, organizando diversas actividades para desarrollar al inicio de la jornada en cada una de sus instalaciones durante ese mes.

Sodimac fue empresa mentora por 5º año consecutivo en el Programa Interempresas de Pride Connection.

Sodimac obtuvo nuevamente la certificación "Mejores Lugares para Trabajar LGBTI+" en la séptima versión de Equidad CL, programa de Human Rights Campaign (HRC), Fundación Iguales y Pride Connection Chile. Participaron 141 organizaciones, de las cuales 67 recibieron esta certificación.

Proyectos sociales y de reinserción

Otro eje de trabajo fue el aporte a la comunidad a través de alianzas con fundaciones y desde lo que la empresa sabe hacer, que es entregar herramientas de formación, abrir espacios para ganar experiencia y ofrecer posibilidades de empleabilidad.

En 2025, por tercer año, junto a Fundación Proyecto B, se realizó el Programa de Formación para el Empleo dirigido a jóvenes del Sistema de Justicia Juvenil del Sename. Participaron 16 jóvenes de distintas nacionalidades que se capacitaron en atención de clientes, pintura e instalación de pisos y revestimientos, entre otros, en jornadas presenciales en la tienda Sodimac San Miguel, recibiendo sus correspondientes diplomas. Además, dos jóvenes fueron contratados y hoy trabajan en la compañía.

En paralelo, se trabajó con Soymás, organización que promueve la formación integral de jóvenes

La empresa recibió por tercer año consecutivo el Sello Transforma, por su compromiso con la inserción laboral de jóvenes en situación de vulnerabilidad.

madres, de modo que puedan sacar adelante sus proyectos de vida. La empresa cuenta con un plan de formación para las sedes de esa fundación en La Pintana y Renca. Aporta con relatores a los cursos de capacitación que esta realiza con Inacap, potenciando sus habilidades y conocimientos en temáticas como atención a clientes, venta de proyectos y talleres de actitud, entre otros. Ayuda además con caminatas guiadas por el Centro de Distribución Lo Espejo, para que conozcan de cerca la operación y forma de trabajo. Asimismo, les ofrece prácticas laborales y algunas de ellas han seguido trabajando en la empresa. En el año, 10 jóvenes hicieron sus prácticas en las tiendas.

Ley Karin: Prevención de acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo

En 2025, la empresa continuó reforzando sus protocolos y capacitación para prevenir el acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo. Asimismo, difundió internamente los canales de denuncia para dar cumplimiento a la Ley N°21.643.

- 937 trabajadores y jefaturas fueron capacitados sobre aspectos normativos y prácticos de la Ley Karin.

- Se cuenta con una cápsula informativa y preventiva respecto a Acoso Sexual, Acoso Laboral y Violencia en el Trabajo, disponible para todos los trabajadores, así como gráficas comunicacionales sobre el Canal de Integridad existente para plantear consultas y denuncias por parte de internos y externos.
- El 100% de los Investigadores y Consejeros de Integridad de Sodimac han sido capacitados en esta materia.
- 102 denuncias de acoso laboral, 18 de acoso sexual y 11 de violencia en el trabajo durante 2025 en Sodimac y filiales (103 presentadas ante la empresa y 28 ante la Dirección del Trabajo). De estas, 95 fueron presentadas por mujeres y 36 por hombres. Esto significa un alza con respecto a las 47 denuncias recibidas en 2024.



► Sello de Buen Trato

La Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) entregó a Sodimac el “Sello de Buen Trato”, en reconocimiento a su gestión en la capacitación, creación y difusión de programas que fortalecen el respeto y el buen trato entre todos los integrantes de la empresa, junto con la implementación de la Ley Karin en toda la organización.

► Sello Ley Karin de la ACHS en su nivel más exigente

En 2025, Sodimac fue la primera gran empresa del país en obtener el Sello Ley Karin Nivel 2, la acreditación más exigente que entrega la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) para validar la implementación de políticas y protocolos de prevención frente a acoso laboral, acoso sexual y violencia en el trabajo.

Este reconocimiento cubre la totalidad de las operaciones de la compañía: 74 tiendas a nivel nacional, ocho centros de distribución y la oficina central, consolidando el compromiso de la empresa con ambientes laborales seguros, saludables y respetuosos.

Para alcanzar el Nivel 2 del Sello Ley Karin, Sodimac debió demostrar que cuenta con políticas, medidas y herramientas alineadas a la normativa y que promueven el respeto a los derechos humanos, la integridad y el buen trato.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

► Prevención y seguridad laboral

Guiándose por los valores de la empresa y basados en la Norma ISO 45.001 sobre Sistemas de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo que orienta el quehacer en esta materia, Sodimac tiene una Política de Seguridad y Salud Ocupacional (SSO) que establece como principio fundamental el permanente fortalecimiento de una cultura preventiva y la constante mejora de los respectivos estándares para el cuidado de las personas.

Para reforzar esta cultura, la empresa organiza actividades para promover el liderazgo en prevención de accidentes y enfermedades profesionales, apoyándose en los Expertos en Seguridad y Salud Ocupacional, los Comités Paritarios de Higiene y Seguridad (CPHS) activos en todas las instalaciones, el Comité de Riesgos y en la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS).

Adicionalmente, la compañía cuenta con la plataforma iWeb QSL, utilizada para facilitar el registro de actividades preventivas en terreno, las condiciones en las instalaciones y el envío inmediato de alertas al líder de área cuando una brecha es detectada. De esta manera, se gatillan acciones que reducen la probabilidad de eventos no deseados en tiendas, cadena de abastecimiento y oficina de apoyo.

Un hito importante fue que la ACHS destacó a Sodimac por mantener durante 15 años una tendencia a la baja en su tasa de accidentabilidad y siniestralidad, impulsando una cultura de cuidado hacia trabajadores, clientes y proveedores.

Alianza estratégica ACHS-Sodimac

A través de una alianza estratégica con la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS), que se traduce en planes anuales de trabajo, Sodimac potencia una cultura preventiva interna de carácter integral enfocada en mantener ambientes de laborales saludables y contar con una asesoría y apoyo constantes para el cumplimiento de los requisitos legales en estos temas. Entre las actividades del año destacan la continuidad de la implementación de la estrategia para la prevención de accidentes graves y fatales en la cadena de abastecimiento y el fortalecimiento del liderazgo en seguridad y salud en el trabajo.

En términos de resultados, los principales logros de la alianza con la ACHS fueron:

- 1. La tasa acumulada de accidentes con tiempo perdido cerró en 1,38%, una disminución respecto el año anterior, situándose un 43% por debajo del mismo indicador asociado al rubro retail de empresas afiliadas a la ACHS.
- 2. La tasa acumulada de siniestralidad cerró en 21,84%, nuevamente disminuyendo respecto el año anterior, ubicándose un 53% por debajo del rubro retail de empresas afiliadas a la ACHS.
- 3. 38.200 hallazgos de desviaciones detectadas por el equipo de monitoreo de riesgos vía CCTV “OGP” y Expertos en SSO en terreno, lo que permitió mitigar riesgos de accidentes y enfermedades profesionales.
- 4. 984 caminatas de seguridad y salud ocupacional.
- 5. Protocolos de Salud Ocupacional con alta adherencia a los que establece la regulación.

En 2025 se capacitó a todo el personal en distintas materias de seguridad laboral, con un total de 13.054 horas pedagógicas en la plataforma de la ACHS.

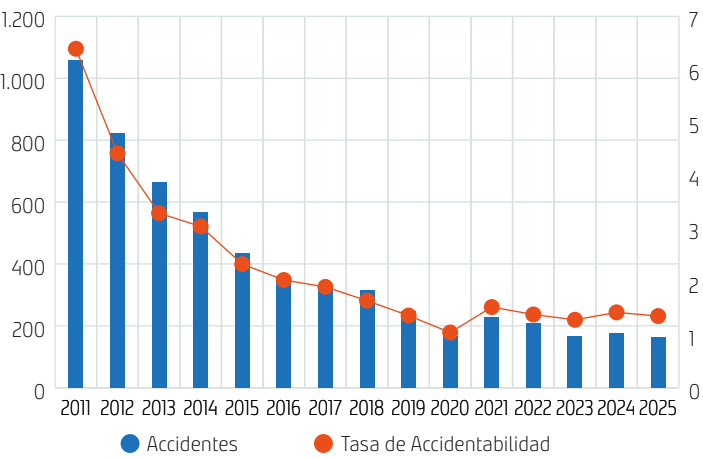
1. Zona o Región	2025		
	Días perdidos por accidentes	Accidentes con tiempo perdido	Enfermedades profesionales
Norte	623	34	1
Centro	568	36	2
Sur	437	40	0
RM	795	57	4
Hombres	1.073	96	2
Mujeres	1.350	71	5
Total (incluye días de arrastre)	2.423	167	7

Nota: Días perdidos por accidentes incluye días de arrastre de años anteriores.

Fuente: ACHS

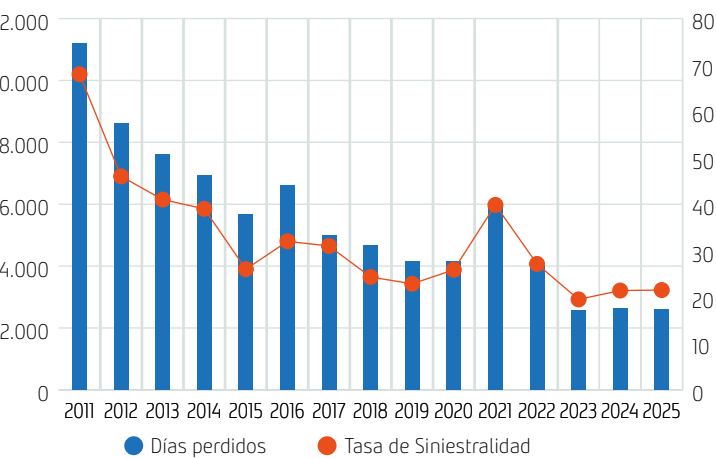


Accidentes y Tasa de Accidentabilidad



Fuente: ACHS

Tasa de Siniestralidad y Días Perdidos



Fuente: ACHS

Salud y seguridad ocupacional

Trabajadores	2025
Total de lesiones con tiempo perdido	167
LTIFR (1.000.000)/total de horas trabajadas (N°)	7,93
Total de fatalidades	0
Tasa de fatalidad	0

Trabajadores externos	2025
Total de lesiones con tiempo perdido	248
LTIFR (1.000.000)/total de horas trabajadas (N°)	N/A
Total de fatalidades	0
Tasa de fatalidad	0

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

► Relación con sindicatos

Sodimac busca mantener una relación fluida, basada en el diálogo, la mutua colaboración y la confianza con sus organizaciones sindicales. Esto se basa en pilares como el respeto por las personas, el compromiso con su desarrollo personal y profesional, legitimidad de estas organizaciones y apego a la legislación.

Tasa de sindicalización

Al cierre de 2025, en Sodimac Chile operaban seis sindicatos de empresa y un sindicato de establecimiento, inscritos bajo un solo RUT, que en

conjunto representaban a 10.182 trabajadores socios, lo que implica una tasa de sindicalización del 78,58%.

En 2025 no se realizaron negociaciones colectivas.

Diálogo permanente

Entre marzo y diciembre de cada año, ejecutivos de la empresa se reúnen mensual o bimensualmente con las directivas de los distintos sindicatos. Estas instancias permiten a los representantes sindicales plantear sus

En el marco de su programa de Derechos Humanos y Empresa, Sodimac tiene procedimientos destinados a prevenir y detectar incumplimientos regulatorios de los derechos de sus trabajadores. La empresa cuenta con una matriz de riesgos, con identificación de controles y responsables, desarrolla capacitaciones en la materia y tiene un canal de denuncias anónimo y consejeros de integridad para orientar al personal.

inquietudes y la compañía también puede informarles sobre materias relevantes.

A su vez, cuando tienen asuntos que necesitan tratar con la empresa, los sindicatos de tiendas y centros de distribución toman contacto con los gerentes de locales, el Business Partner y los correspondientes jefes de recursos humanos.

Además, todas las organizaciones sindicales cuentan con un canal abierto hacia el equipo de Relaciones Laborales a través de e-mail, WhatsApp y teléfono.

Formación Sindical

Sodimac brinda un programa de formación para potenciar las habilidades de delegados y dirigentes sindicales. En 2025, se desarrollaron las siguientes capacitaciones:

- Capacitación sindicato Valdivia: Dos directores, tema: utilización de herramientas básicas de Microsoft Office e Internet (Excel, PPT, Word), marzo de 2025.
- Capacitación sindicato Homecenter: 87 personas entre directores y delegados, tema: liderazgo y trabajo en equipo, abril de 2025.

- Capacitación sindicato Nocesur: 28 personas entre delegados y directores, tema: Ley Karin normativa legal y procedimientos internos de la empresa, noviembre de 2025.

Judicialización de causas laborales

En 2025 hubo 125 juicios laborales, canalizados por las instancias legales de la compañía. De ellos, 73 se han terminado y al cierre del año existían 52 juicios vigentes.

Causas laborales

Año	Nº juicios laborales
2023	492
2024	134
2025	125

Fuente: Sodimac

La empresa no fue objeto de acciones de tutela laboral durante 2025.





► Subcontratación

Sodimac cuenta con una Unidad de Subcontratación que diseña e implementa políticas que buscan garantizar que las empresas externas cumplan sus obligaciones laborales y previsionales, y que los trabajadores externos cuenten con adecuadas condiciones de trabajo. También realiza capacitaciones a las distintas áreas de la compañía sobre la legislación laboral vigente en materia de subcontratación y servicios transitorios, con el fin de promover la autorregulación y generar una relación equilibrada entre empleadores y dotación externa, previniendo demandas y multas por contravenir la normativa.

Durante 2025, se recibieron un total de 85 demandas en Sodimac en materia de subcontratación, de las cuales 27 concluyeron en el período y 58 seguían vigentes al cierre del año. En línea con la documentación exigida legalmente y la seguridad de los trabajadores subcontratados, la empresa tiene un sistema de control de acceso de personal externo, operativo en todas las instalaciones, que permite controlar la documentación con la que debe contar el personal de empresas contratistas y subcontratistas.

Adicionalmente, esta unidad revisa constantemente que la información entregada cumpla con los criterios legales y contractuales a fin de prevenir responsabilidades derivadas de eventuales incumplimientos. Además, la unidad presta asesoría en materia de subcontratación y servicios transitorios a las distintas áreas de la empresa.

La Unidad de Subcontratación mantiene constantes relaciones con las empresas contratistas y subcontratistas en materias relacionadas con el cuidado de la salud de los trabajadores externos y el cumplimiento de la normativa laboral vigente.

Subcontratación	2023	2024	2025
Empresas externas (*)	68	59	72
Nº de trabajadores (**)	5.062	5.531	6.177
Nº de fiscalizaciones	1	2	13
Nº de multas	0	2	1

(*) Comprende sólo a las empresas de control centralizado. Las empresas de servicios específicos son controladas por cada tienda.

(**) En 2025, la dotación estuvo compuesta por un promedio de 6.177 trabajadores subcontratados, de los cuales 3.815 eran hombres y 2.362 mujeres.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

Gestión de Proveedores



► Gestión sostenible de la cadena de suministro

Al cierre de diciembre de 2025, la cadena de suministro de Sodimac estaba compuesta por un total de 1.587 proveedores de productos y servicios, de los cuales 466 eran Pymes. Con este conjunto de empresas se procura establecer una relación orientada a una coordinación eficiente, complementar y potenciar capacidades, fomentar la innovación, garantizar la producción y responder de manera sensible a las necesidades de los clientes. Cada año la compañía selecciona los mejores productos disponibles local y globalmente entre fabricantes de confianza que se someten a estrictos controles de calidad, sobre la base de una estrategia de aprovisionamiento que considera: precio, continuidad del proveedor, calidad y seguridad de su oferta, políticas de mejoramiento continuo, buenas prácticas laborales, ambientes de trabajo adecuados, uso de

elementos de seguridad y respeto por las normas laborales nacionales e internacionales.

Durante 2025, las importaciones alcanzaron US\$ 384,9 millones (FOB), provenientes de Asia, Sudamérica, Norteamérica y Europa, entre otros mercados. El 75% de las compras de la empresa fue a proveedores en Chile y el resto a empresas de Asia, Sudamérica, Norteamérica y Europa.

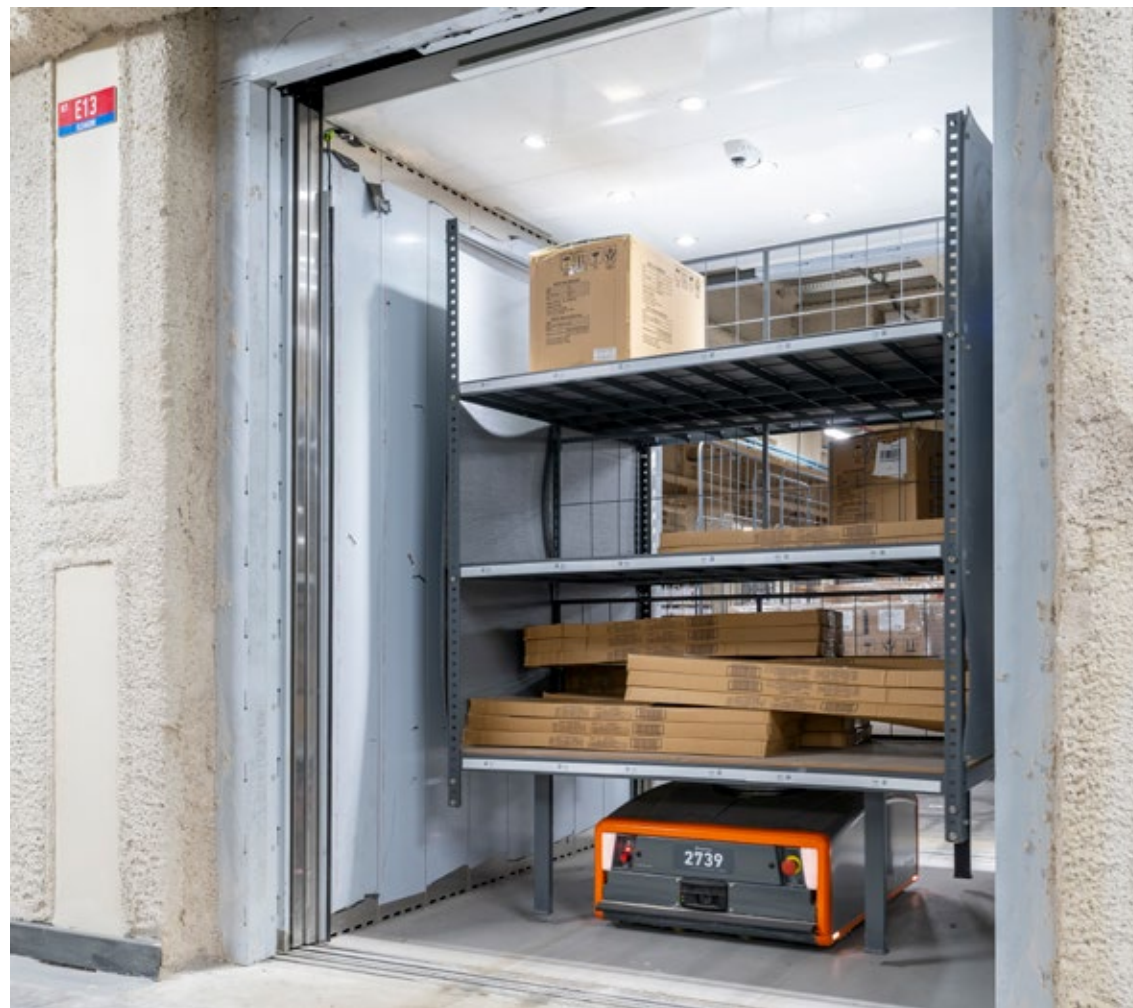
Entre los principales proveedores de Sodimac se incluyen: Codelpa Chile S.A.; Industrial Metalúrgica Limitada; Gerdau Aza S.A.; Forestal Tres Eme S.A.; Cintac S.A.I.C.; Compañía Industrial El Volcán S.A.; CEM S.A.; CTI S.A.; Paneles Arauco S.A. y Robert Bosch S.A., entre otros.

Sodimac llevó a cabo dos encuentros con sus proveedores en Chile, con el objetivo de compartir su estrategia y analizar en conjunto cómo seguir mejorando en beneficio de los clientes.

► Aumento de surtido

Con el modelo de Superstore especialista, se incorporan 500 mil productos de mejoramiento del hogar a Sodimac.com, con más de 3.800 sellers que complementan la oferta de productos en tienda y entregan más alternativas para los proyectos de los clientes.

No hay proveedores que representen individualmente el 10% o más del total de las compras realizadas de productos y servicios en ningún segmento de negocio.



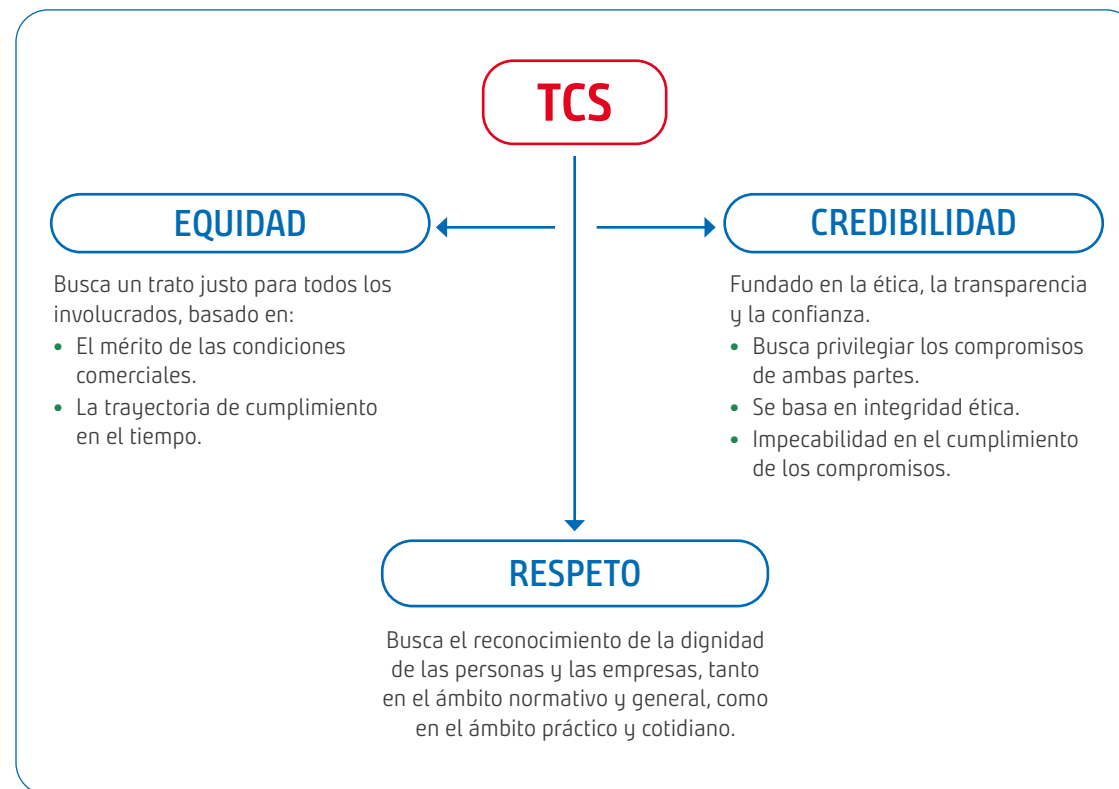
► Autorregulación: Transparencia Comercial Sodimac

La relación de Sodimac y sus proveedores se gestiona mediante un marco formal de autorregulación denominado Transparencia Comercial Sodimac (TCS), que entrega a los proveedores orientaciones precisas sobre:

- Principios y ética comercial.
- Aprovisionamiento de los productos y servicios.
- Cobros y descuentos a proveedores.
- Soportes para aumentar y garantizar la venta.
- Control de calidad de productos y servicios.
- Uso de marcas, patentes y similares.
- Conductas y normas de sostenibilidad.
- Rol de la Contraloría TCS.

Basada en estos protocolos -cuyo cumplimiento recae en la Gerencia de Contraloría de Sodimac- y en el compromiso con los Derechos Humanos, la empresa rechaza el trabajo infantil y descarta a proveedores que empleen niños. En 2025 no hubo denuncias o prácticas de esta naturaleza en la cadena de valor.

En 2025 no se recibieron denuncias sobre eventuales incumplimientos a las normas TCS, que hayan sido investigadas y concluidas dentro de este año, en la Gerencia de Contraloría. No hay investigaciones en curso relacionadas con lo anterior al cierre del ejercicio. Por otro lado, no se recibieron consultas en este canal durante el año señalado.



► Política de pagos

La Asociación de Emprendedores de Chile (ASECH) y la Bolsa de Productos entregaron por tercer año consecutivo un reconocimiento a Sodimac como mejor pagador a pequeñas y medianas empresas en el sector comercio.

Para contribuir al desarrollo comercial, estabilidad y confianza de sus proveedores, y en cumplimiento de la ley, la empresa tiene la norma de pagar a sus proveedores en un plazo no mayor a 30 días, especialmente a las Pymes.

Facturas pagadas	Rango desde recepción	Proveedor nacional	Proveedor extranjero	Proveedores totales
Número de facturas	- Hasta 30 días	842.036	990	843.026
	- 31 a 60 días	165.022	2.695	167.717
	- 61 o más días	1.646	6.285	7.931
Monto total (CLP MM)	- Hasta 30 días	\$1.686.217	\$30.297	\$ 1.716.514
	- 31 a 60 días	\$393.563	\$115.341	\$508.904
	- 61 o más días	\$31.730	\$212.482	\$244.212
Intereses por mora (CLP MM)	- Hasta 30 días	\$0	\$0	\$0
	- 31 a 60 días	\$0	\$0	\$0
	- 61 o más días	\$0	\$0	\$0
Número de proveedores	- Hasta 30 días	2.919	190	3.109
	- 31 a 60 días	375	376	751
	- 61 o más días	185	371	556

► Evaluación de proveedores

Sodimac tiene un programa de abastecimiento responsable gestionado según las pautas de la organización Supplier Ethical Data Exchange (Sedex), plataforma que permite a los proveedores autoevaluarse en temas de salud y seguridad de los trabajadores, libertad de asociación, respeto a los DD.HH., normas laborales, éticas y medioambientales, como también aplicar mejores prácticas en sus procesos y administrar información relevante (certificaciones y/o auditorías) para compartir con sus clientes que también usen este instrumento.

Al cierre del 2025, había 771 proveedores inscritos con membresía activa en Sedex. Se evaluaron 115 proveedores en 2025, incluyendo estándares laborales, de salud y seguridad de trabajadores, DD.HH. y medioambiente.

Total de proveedores evaluados SEDEX			
Origen	2023	2024	2025
Nacional	15	8	8
Importado	179	122	107
Total	194	130	115

Nota: De los 115 proveedores evaluados en total, sólo 87 le venden a Sodimac Chile.

Fuente: Sodimac

Cuestionario de Sostenibilidad para proveedores

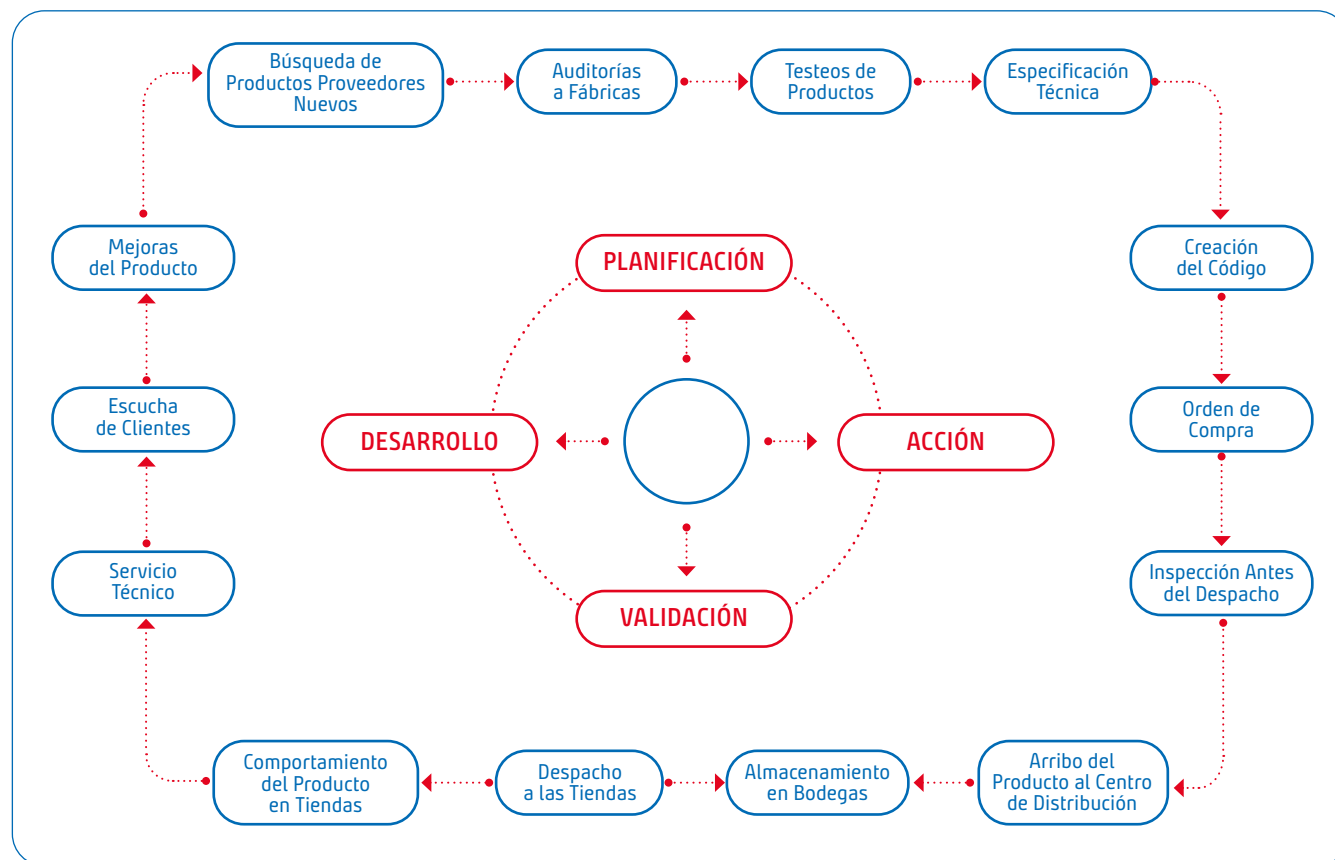
Sodimac solicita a sus proveedores firmar una declaración -disponible en español, inglés y chino mandarín- sobre temas de ética empresarial, DD.HH., salud y seguridad laboral, normas de selección de su propia cadena de valor, etiquetado y publicidad de productos, medioambiente y compromiso con la comunidad. En 2025 suscribieron este compromiso 645 proveedores extranjeros y 193 chilenos.

Calidad y seguridad de los productos

Sodimac enmarca su quehacer en políticas de comercio responsable y se preocupa de que cada producto que pone a la venta sea seguro y de una calidad garantizada, trabajando con los proveedores para asegurar que tengan los más altos estándares nacionales e internacionales. También trabaja en conjunto con las autoridades para cumplir las normativas y aportar con su experiencia para que el país tenga las mejores regulaciones.

Con el apoyo de firmas especialistas en evaluación, certificación y regulación se realiza una gestión de control de calidad de los productos desde su incorporación hasta la postventa, velando por la seguridad y confianza de los clientes.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS



Inspecciones locales e internacionales

La selección de la mercadería y el contacto con proveedores potenciales locales y extranjeros considera visitas a sus instalaciones para comprobar capacidades y solvencia. Sodimac, además, somete los productos a estrictos testeos de calidad a través de firmas especializadas que examinan los procesos de fabricación, asegurándose que cumplan las especificaciones exigidas por Control de Calidad en cuanto a materiales, manuales, etiquetado, código de barras, empaque, paletizado y los requerimientos técnicos, componentes y características funcionales.

Al detectar algún problema, se aplican inspecciones correctivas que los fabricantes deben solucionar. Finalmente, toda inspección tiene un resultado que libera o no el despacho del producto (es decir, aprobado o rechazado).

Inspecciones internacionales	2023	2024	2025
Asia	1.966	3.301	5.818
América	166	276	394

Fuente: Sodimac

Proveedores inspeccionados	2023	2024	2025
Asia	206	129	195

Fuente: Sodimac

Inspecciones nacionales			
Estado de la inspección	2023	2024	2025
Aprobado	290	250	268
Rechazado	9	4	7
Total	299	254	275

Fuente: Sodimac

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

Testeo de productos

Todos los productos comercializados (en especial eléctricos, a combustión u otros que puedan representar algún riesgo para los clientes) pasan por estrictos controles de calidad a cargo de empresas especializadas, que los examinan tanto en las fábricas de origen como en postventa. Sodimac incentiva que los propios proveedores realicen testeos en instalaciones externas, para tener dicho respaldo al agregar un producto a su catálogo.



Entrega de Muestras



Revisión material técnico (fichas técnicas, hojas de seguridad, etc.)



Realización de ensayos comparativos, físicos, químicos y funcionales dependiendo del tipo de producto.



Preparación del informe técnico

Se testearon 4.815 unidades de productos en Chile en 2025.

Marcas propias y soporte técnico

Sodimac encarga a terceros la fabricación y etiquetado de productos de marcas propias, asumiendo una responsabilidad mayor en cuanto a exigencias de calidad, funcionamiento y postventa. La Gerencia de Calidad examina esta mercadería en las diferentes etapas de su ciclo de vida. En 2025 se brindó servicio técnico autorizado por Sodimac a 496 códigos o SKUs de estos productos, por medio de una red de 30 sucursales Tejocenter a nivel nacional.

Tejocenter ofrece un servicio técnico exclusivo para la reparación, administración de repuestos y atención de requerimientos para todos los productos de marca propia de grifería y los que funcionan con energía eléctrica o algún combustible. En 2025 se revisaron 12.809 productos de diversas categorías en este servicio técnico autorizado por Sodimac.

En paralelo, funciona una red de módulos de soporte técnico en 74 tiendas de todo Chile, a cargo de especialistas que orientan al cliente en la puesta en marcha y mejor uso del producto adquirido, y lo derivan al área de servicio técnico de ser necesario. Durante este año se continuó implementando el Servicio de Mantenimiento Preventiva para 13 tipos de herramientas y se añadió el Servicio de Instalación de Baterías.

Atenciones gratuitas		
Módulo Soporte Técnico en tienda		
2023		381.539
2024		426.712
2025		407.494

Nuevos Servicios	Mantenciones Preventivas	Instalación de Baterías Auto
2025	1.495	2.684

Fuente: Sodimac

► **Apoyo a ecosistema emprendedor**

Sodimac impulsa el ecosistema emprendedor, apoyando proyectos de **innovación** que le permitan cumplir las expectativas de los clientes y seguir creciendo de forma eficiente y sostenible. Con este objetivo, desarrolla alianzas comerciales con proveedores y startups, con quienes comparte conocimientos y experiencias, habilitando además el acceso a tiendas y otras instalaciones para la co-creación y desarrollo de iniciativas piloto susceptibles de ser perfeccionadas en conjunto. Para más información sobre las iniciativas desarrolladas, ver sección Innovación de esta memoria.

► Impulsando la sostenibilidad en la cadena de valor

Dado el rol clave de los proveedores para el objetivo de Sodimac de avanzar hacia una oferta que cumpla los mejores estándares en materia de protección del medioambiente, la empresa, con el apoyo de la consultora Ecoestrategia, elaboró en 2022 una guía denominada “Sistema de Productos Sostenibles”. El documento define seis criterios para evaluar la mercadería, estableciendo que al menos una de las siguientes condiciones debe estar presente para ser considerado

sostenible: producción sustentable, consumo eficiente de agua, eficiencia en energía, hogar saludable, circularidad y reciclaje, y comercio inclusivo.

Además, Sodimac elaboró una Guía de Empaques y Embalajes que establece los requisitos y procedimientos necesarios para que, mediante el rediseño y el dimensionamiento adecuado (rightsizing), los envases tengan un tamaño óptimo y sean reciclables. Asimismo, la guía recoge los objetivos de la Hoja de Ruta de Empaques y Embalajes de Sodimac para productos de marca propia: garantizar que todos sean reciclables, avanzar en la implementación del rightsizing, incorporar material reciclado y etiquetarlos con información sobre cómo reciclarlos. A futuro, esta medida se extenderá a toda la mercancía para que los clientes puedan identificar los distintos componentes del envase, el material del que están hechos y recibir indicaciones para su correcto reciclaje.

Considerando que el 85 % de la huella de carbono de Sodimac corresponde a emisiones de alcance 3 asociadas a la fabricación, uso y disposición final de los productos, en 2025 se lanzó un plan para apoyar a los proveedores para que midan y gestionen su huella de carbono. Esto considera un programa de capacitación y la elaboración de la “Guía Huella de Carbono para Proveedores” disponible en la página web de Sodimac, sistemas de reconocimientos e incentivos y el acceso a una plataforma denominada Training Academy de la iniciativa Make it Zero, liderada por EDRA/GHIN junto a otros grandes retailers a nivel mundial.



► Productos y servicios sostenibles

Sodimac reconoce que uno de sus principales impactos ambientales proviene de los productos que pone a disposición de sus clientes. Por ello, ha desarrollado una oferta creciente de artículos y servicios que cuentan con atributos de sostenibilidad validados bajo criterios técnicos, contribuyendo así a reducir los impactos asociados al consumo y a promover prácticas de producción más responsables a lo largo de la cadena de valor.

La empresa cerró 2025 con una oferta de más de 9.500 productos y servicios que cumplen con criterios definidos por el área de sostenibilidad y validados bajo un sistema desarrollado junto al área de control de calidad. Este sistema permite identificar productos que presentan atributos sostenibles específicos, basados en evidencia técnica y alineados con estándares internacionales.

Se trata de artículos que cuentan con atributos validados, como el aporte a la reducción del consumo de energía o agua, la fabricación que considera el uso responsable de recursos naturales, o la entrega de información transparente sobre su impacto ambiental. También se incluyen productos que contribuyen a un ambiente interior más saludable, al reducir la presencia de compuestos químicos dañinos en el hogar. A esto se suman los que aportan a la circularidad de los recursos, como los fabricados con materiales reciclables, reutilizables o compostables, y aquellos que incorporan atributos de responsabilidad social verificables.

Entre los servicios incluidos en la oferta sostenible de Sodimac, destacan la instalación de paneles fotovoltaicos y de cargadores para vehículos eléctricos en hogares. También se incluyen sistemas de riego automático, que permiten lograr importantes ahorros de

agua en el uso residencial, y el arriendo de herramientas, que facilita el acceso a equipamiento sin necesidad de compra individual, promoviendo así un uso más eficiente de los recursos.

Criterios de Sostenibilidad	N° productos con venta en 2025
Ahorro y eficiencia de energía	1.533
Ahorro y eficiencia de agua	524
Productos reciclados, reutilizados y biodegradables	1.391
Productos que provienen de manejo sustentable	4.265
Hogar saludable	331
Comercio inclusivo	1.550
Total productos sostenibles	9.594

Fuente: Sodimac

Madera sustentable

Sodimac cuenta con una línea de madera seca comercializada bajo su marca propia Timbermac, que posee certificación FSC® para su cadena de custodia, lo que garantiza trazabilidad desde su origen y respaldo en el cumplimiento de estándares internacionales.

Sodimac fue el primer retailer de América Latina en obtener la certificación FSC® para la cadena de custodia de parte de la madera que comercializa, lo que garantiza trazabilidad desde su origen y el cumplimiento de estándares internacionales en la cadena de suministro. Este hito refleja el trabajo sostenido de la empresa por avanzar en una oferta más responsable de productos forestales.

Los ingresos de productos y servicios certificados según los estándares de sostenibilidad ambiental o social ascendieron a \$480 mil millones en 2025. Representando más del 21% de las ventas en Sodimac (sin considerar Imperial).

► Productos Eco en Imperial

En 2024, el porcentaje de productos eco alcanzaba un 19,18%. Para 2025 se estableció como meta un incremento del 1,8%, el cual se superó logrando un 21,4%, lo que representa un crecimiento acumulado de 2,22% respecto al año anterior. Este avance refleja el compromiso con la sostenibilidad y la incorporación de productos responsables.



SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

94,9% OTIF (entregas a tiempo y completas).

Sodimac cuenta con 15 centros de distribución y bodegas a lo largo del país, con una superficie de almacenamiento de 444.438 m² (incluyendo 54.100 m² entre un centro de distribución y dos bodegas que opera Imperial).

En logística de arribos internacionales, la empresa gestionó cerca de 20.000 contenedores en el año, llegando a descargar más de 500 a la semana. Esto fue posible, entre otras acciones, gracias a la integración con los proveedores y servicios de puertos y extraportuarios, lo que permitió tomar decisiones en tiempo real y no incurrir en gastos adicionales. Adicionalmente, se utilizó transporte ferroviario para complementar las capacidades de transporte, contribuyendo a descongestionar la zona central de Chile, potenciando también el Centro de Distribución de Coronel, a lo que se sumó el flujo directo hacia algunas de las tiendas de regiones.

Por otro lado, se siguió potenciando el vínculo del comercio electrónico con la red de tiendas, buscando que cada vez más clientes vayan a los locales a

retirar sus productos. Más del 50% de las entregas de compras online se hacen en las tiendas.

La empresa cumplió con la primera parte de la implementación del nuevo sistema de Demand and Replacement, que permite incorporar inteligencia artificial, entre otras cosas, al proceso de compra y reposición de cada una de las tiendas, además de permitir en un futuro cercano, potenciar el trabajo colaborativo con los proveedores a nivel nacional e internacional.

Luego de haber recuperado y nivelado los flujos de importación, se lograron números históricos en la disponibilidad de los productos de cara a los clientes en tienda, llegando en algunos meses a superar el 96%, lo que genera un impacto positivo en la oferta hacia ellos.

A nivel estratégico, se siguieron consolidando las operaciones, capitalizando los avances en robotización y se comenzaron a probar nuevos pilotos de cara a seguir mejorando la eficiencia y calidad en las entregas, que se mejoraron en casi 1,5 puntos versus el año anterior.



En 2025, Sodimac siguió mejorando su propuesta de entrega a clientes Ecommerce, superando el 67% de todos los pedidos en menos de 48 horas y 41,7% de despachos en menos de 24 horas.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

Clientes



► Experiencia de compra y satisfacción de clientes

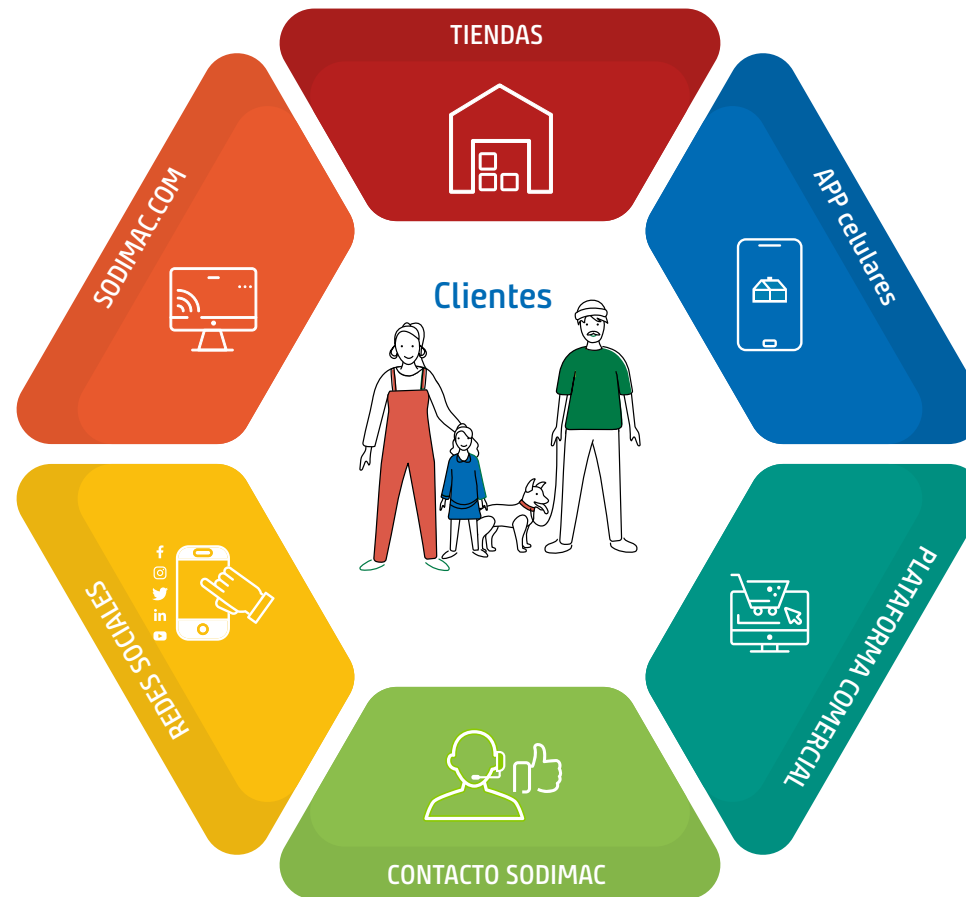
Sodimac concentra sus esfuerzos en brindar la mejor experiencia de compra a sus clientes a través de una estrategia omnicanal. En 2025, la empresa continuó el plan de expansión y actualización de sus tiendas físicas. Se avanzó en la construcción de una nueva tienda en Chicureo, comuna de Colina. Adicionalmente, se llevaron a cabo actualizaciones de la propuesta comercial a lo largo del país, con el fin de continuar ofreciendo a los clientes la mejor y más actualizada propuesta de valor.

En Imperial, se continuó con el proceso de transformación de las tiendas al modelo autoservicio, permitiendo a los clientes tener acceso directo a los productos, mejorando su experiencia de compra.

La empresa siguió desarrollando su estrategia digital bajo un enfoque especialista. Dentro de los hitos principales del año estuvo el lanzamiento de Sodimac Super Store, con lo cual se robusteció el surtido a través de terceras partes “3P” a través de una red de sellers que ya superan los 3.800, además de seguir potenciando el surtido de comercialización directa con proveedores nacionales y marcas exclusivas. Con esto, el total de productos superó el medio millón al cierre de 2025.

El foco estuvo puesto en tener a sellers que ofrezcan productos que cumplan con todas las certificaciones legales y estándares de calidad, y que a su vez complementen el surtido especialista. De esta forma, se potencian el surtido y soluciones en una serie de categorías.

El desarrollo de retail digital estuvo acompañado de importantes avances en materia de conveniencia en entregas



No hay clientes que concentren el 10% o más de las ventas en ningún segmento de negocio.

y velocidad. El servicio de retiro en tienda en menos de 90 minutos ya está disponible en todas las tiendas. Por otro lado, se lanzó el despacho en menos de dos horas, servicio que al cierre de 2025 ya se ofrecía en toda la Región Metropolitana y en algunas otras regiones, y que se espera que se implemente en todo el país para el 2026.

Adicionalmente, se siguió potenciando la App de Sodimac bajo un enfoque omnicanal, desarrollando funcionalidades que conectan mejor a los clientes con el mundo digital y las tiendas. Hoy se cuenta con más de 1.800.000 de usuarios activos mensuales. Es una importante vía de conexión con clientes profesionales y miembros del Círculo de Especialistas, quienes tienen beneficios especiales dentro de ella y se busca que se transforme en una herramienta útil para sus respectivos trabajos y oficios.

Durante el 2025, siguió aumentando el tráfico a Sodimac.com, superando los 300 millones de visitas anuales, con una recuperación relevante en el mundo orgánico (SEO), así como una estrategia bien ejecutada en el mundo pago.

A nivel de experiencia de cliente, se logró agilizar la experiencia de compra, buscando que los clientes simplifiquen sus procesos de navegación, búsqueda, asesoría, compra y posventa. En términos de contenido, se siguieron potenciando las imágenes, contenido audiovisual y fichas completas, apoyados por inteligencia artificial, de manera de entregar la información necesaria para su proceso de decisión de compra, fomentando el desarrollo de proyectos de hogar. Para ello, también se lanzó la funcionalidad “Shop The Project”, que permite a los usuarios adquirir proyectos complejos en un solo par de clics.



Durante el año, Sodimac implementó funcionalidades únicas en el mercado chileno, permitiendo a los clientes navegar por su tienda preferida y filtrar exclusivamente el surtido disponible en esa sucursal. Así, pueden organizar de manera más eficiente sus visitas, ya que conocen con precisión qué productos podrán encontrar físicamente, en qué pasillo y ubicación exacta se encuentran, además de consultar el stock actualizado en tiempo real.

► “La Hora Silenciosa” se extendió a 65 tiendas

Con miras a ofrecer a los clientes una atención más inclusiva, Sodimac siguió ampliando “La Hora Silenciosa”, acción que busca acoger, dar apoyo y visibilizar a las personas del espectro autista. La iniciativa, que comenzó como un proyecto piloto en la tienda Sodimac Talagante respaldado por el colectivo Aspergirls y la Defensoría de la Discapacidad, se extendió hasta abarcar 65 tiendas a lo largo de Chile y dos más se sumarán a inicios de 2026 para tener todas las tiendas de formato Homecenter habilitadas. Este proceso incluyó la capacitación integral de los trabajadores de esos locales. Además, las diferentes tiendas han generado alianzas con fundaciones cercanas, lo que ha contribuido también a fortalecer los lazos con la comunidad.

En horarios establecidos, que se informan en la página web y a través de la App, se apaga la música ambiente, se suspende la actividad de grúas horquillas, se disminuye la intensidad de la iluminación y se habilitan cajas exclusivas para la pronta atención de los clientes con esta condición. Además, en estas tiendas también se habilitó de forma permanente una “Zona Tranquila” en el sector Jardín.

Medición de satisfacción y calidad de la experiencia

Sodimac utiliza el sistema Net Promoter Score (NPS) como principal indicador para medir la satisfacción y calidad de la experiencia percibida por los clientes en tiendas, ecommerce y venta empresas. La herramienta provee información diaria que se emplea para introducir mejoras en procesos, propuesta de valor, estándar de servicio y cambios en la infraestructura física y tecnológica, entre otros temas.

Durante el 2025, el indicador NPS se mantuvo con muy buen desempeño, alcanzando un crecimiento con respecto a los resultados del 2024. Este buen resultado se apalanca en diversas iniciativas que se mantuvieron y potenciaron este año, entre las que destacan el programa de



reconocimiento “Embajadores de Experiencias” y “SodiPuntos”, con foco en reconocer principalmente la actitud amable de los colaboradores.

También, durante 2025 se lanzó el programa estratégico “Sello de Experiencia Clientes”, producto del cual se implementó la iniciativa Puntos de Atención Sodimac en tiendas, donde mediante herramientas digitales y con el uso de IA, se busca entregar una experiencia personalizada y de calidad a los clientes.

Encuesta de Satisfacción	2024	2025
Clientes encuestados	159.386	121.670
Nota 9 y 10	71,7%	71,3%
Nota 7 y 8	13,1%	12,7%
Nota 0-6	16,2%	16%

Fuente: Sodimac

► Calidad de servicio en Imperial

El indicador NPS registró este año un crecimiento histórico, alcanzando el valor más alto desde que se inició su medición. Las tiendas superaron los 70 puntos.

Un hito relevante del año fue la consolidación del servicio de dimensionado, que se posicionó definitivamente como parte central de la propuesta de valor en la especialidad del mueble.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

Gestión de requerimientos y reclamos

Los requerimientos de los clientes son atendidos mediante diferentes plataformas:

- Callcenter.
- Buzones en tiendas.
- Correos electrónicos enviados al personal de Sodimac.
- Sitio web y redes sociales.
- Línea directa, cartas de SERNAC y medios de comunicación.
- Mediciones de atención Cliente Incógnito.
- Canal de consultas y denuncias abierto a todas las partes interesadas.

La Gerencia de Atención a Clientes y ventas de canales remotos maneja el mecanismo de comunicación con clientes donde se entregan respuestas a cualquier solicitud, consulta, felicitaciones, sugerencia, reclamo y asistencia en compras, ya sea por los canales de videollamadas, teléfono o WhatsApp.

Durante 2025, la posventa registró una tasa de reclamos de un 0,45% considerando todos los productos vendidos en la plataforma de Sodimac, incluyendo marketplace. Dentro de los planes de acción implementados para mejorar el servicio, se ha puesto foco en mejorar la comunicación

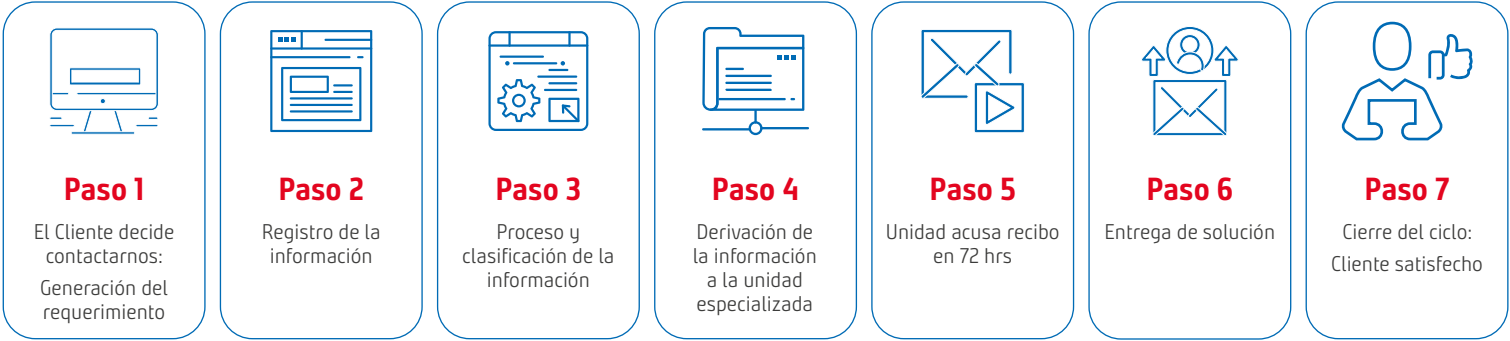
proactiva con clientes y así entregar soluciones, mejorar la experiencia y evitar reclamos. Otro foco estuvo puesto en aumentar la velocidad de respuesta de los casos, lo cual se logró automatizando gestiones, capacitando a los equipos y gestionando un trabajo colaborativo entre áreas para la obtención de respuestas más ágiles.

Año	Requerimientos de clientes (*)
2024	686.347
2025	875.337

Fuente: Sodimac
(*) Incluye también consultas y felicitaciones

Ámbitos de requerimientos	2024	2025
Reclamo	24,20%	23,60%
Solicitud	46,30%	49,10%
Consulta	28,40%	26,40%
Felicitaciones	1,10%	0,90%
Sugerencia	N/A	N/A

Fuente: Sodimac



Áreas de Reclamos	2024		2025	
	N°	%	N°	%
Servicio de despacho	114.710	68,95%	137.603	66,57%
Postventa	22.333	13,42%	30.736	14,87%
Internet	9.887	5,94%	19.912	9,63%
Servicio instalaciones y arriendo herramientas	7.324	4,40%	7.036	3,40%
Área cajas	5.538	3,33%	6.104	2,95%
Otros servicios de tienda	6.493	3,91%	5.216	2,53%
Productos	75	0,05%	109	0,05%
Área ventas	-	-	-	-
Otros	-	-	-	-
Total	166.360	100%	206.716	100%

Fuente: Sodimac

Convenio Sodimac-SERNAC

Sodimac mantiene un convenio de interoperabilidad con el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), a través de una plataforma que envía una notificación inmediata cuando un cliente presenta un reclamo en esa repartición, permitiendo a la empresa hacer una gestión más eficiente del mismo, con el compromiso de responder en siete días hábiles como máximo.

En 2025, el SERNAC recibió 7.727 reclamos contra la empresa (7.112 en 2024). De ellos, 3.799 (49%) fueron por problemas de despacho, 1.856 (24%) por internet y el resto por otros motivos.

► Comercio y marketing responsable

La comunicación de marketing de Sodimac se basa en la buena fe y una competencia leal, cumpliendo sus promesas con prácticas de promoción diseñadas de forma sostenible y apegadas a la ética publicitaria. Todo ello, bajo un respeto absoluto a los derechos del consumidor, con políticas comerciales justas y transparentes, asegurando al cliente una oferta adecuada en cuanto a disponibilidad, calidad y seguridad de bienes y servicios.

Construcción de marca

Sodimac mantiene altos niveles de reconocimiento, recomendación y Top of Mind. Como resultado del trabajo desarrollado y la consistencia en su estrategia, la empresa obtuvo numerosos reconocimientos ubicándose entre las marcas más valoradas del país.

A un año del lanzamiento de Sodimac Trends, Sodimac celebró el éxito de este programa que ha transformado la forma de conectar con los clientes y con sus propios equipos. La iniciativa fue reconocida con el premio Effie de oro de los Effie Awards Chile en la categoría "Marketing Interno", destacándose la participación activa de trabajadores como generadores de contenido y embajadores de la marca.

Más de 335 trabajadores de todas las tiendas crean contenidos, compartiendo consejos, productos y soluciones reales para las familias. La iniciativa nació con el objetivo de acercar más el conocimiento experto de Sodimac a sus clientes para asesorarlos en

sus proyectos y sueños de hogar. Además, integra a creadores de contenido externos que colaboran en la difusión de ideas y tendencias de decoración, diseño y mejoramiento del hogar.

Desde su lanzamiento, esta iniciativa ha logrado más de 12.000 publicaciones en TikTok, Instagram y YouTube, más de 130 millones de impresiones y sobre 14 millones de visualizaciones.

Por otra parte, la campaña desarrollada por Sodimac junto a Pinterest fue galardonada con un Effie de Bronce en la categoría "Innovación en Medios". Se destacó su propuesta creativa por acercar la inspiración a la acción, permitiendo que los clientes descubran ideas de decoración y las transformen en proyectos concretos a través de los productos disponibles en Sodimac. Esto marcó un hito en el uso de la plataforma como espacio de inspiración y compra omnicanal en una alianza inédita entre ambas compañías en América Latina.

Ética publicitaria

Sodimac adhiere voluntariamente a las normas del Código de Ética Publicitaria y los principios del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR). También, suscribe el Código de Autorregulación de la Asociación de Marketing Directo Digital de Chile (AMDD), entidad que certifica las acciones de marketing directo de la empresa respecto a materias generales de responsabilidad y ética.



► Retiro preventivo de productos

Sodimac realiza retiros preventivos (o recalls) cuando detecta que el uso o manipulación de algún producto puede representar un riesgo para la seguridad de las personas. En 2025, este procedimiento se activó con el retiro preventivo de una partida de un juego de loza, que podría trizarse al contacto con líquidos muy calientes. Se contactó directamente a cada uno de los clientes que compraron las 204 unidades para retirar los productos y devolver el dinero de su compra. No hubo reportes de situaciones que afectaran la seguridad de las personas.

► Laboratorio de experiencia de uso

Sodimac es la única empresa chilena del sector retail que posee un Laboratorio Corporativo de Control de Calidad -certificado bajo la filosofía LEAN 5S- destinado a probar la seguridad y funcionalidad de sus productos. La instalación cuenta con áreas de ensayos mecánicos, eléctricos, químicos y de materiales para productos de marcas propias, junto a zonas de instalación, armado y aplicación. En 2025, este laboratorio interno evaluó un total de 845 productos.

► Normativa legal y causas judiciales

En 2025, Sodimac Chile enfrentó 53 causas relacionadas con demandas de consumidores (42 en 2024). En total, se cerraron 11 juicios que fueron notificados durante el ejercicio.

Causas judiciales – demandas	2024			2025		
	Concepto	Causas	Causas cerradas	Monto sentencia o conciliación	Causas	Causas cerradas
	Incumplimiento de entrega	5	3	\$7.474.112	13	5
	Salud y seguridad	12	5	\$14.352.530	22	4
	Otros	16	4	\$13.726.681	11	1
	Producto, información y etiquetado	3			3	1
	Publicidad y marketing	6			4	
	Total	42	12	\$35.553.323	53	11

Nota: Los montos se refieren al valor pagado al final del juicio o conciliación.

Fuente: Sodimac

Para prevenir este tipo de conflictos, la entidad realiza capacitaciones en todas sus áreas para reforzar la comprensión del programa de cumplimiento denominado “Mi Cliente”, que busca precisamente fortalecer la cultura de respeto de la normativa vigente entre el personal.

► Educación y consumo responsable

Sodimac participa en diferentes campañas que buscan generar conciencia y aportar a la protección del medioambiente y la lucha contra el cambio climático. Más información en capítulo Medioambiente de esta Memoria.

Cuidando La Casa de Todos

“Cuidemos La Casa de Todos” es una plataforma icónica que busca relacionarse con las audiencias, difundiendo todas las iniciativas de Sodimac que ayudan a la ejecución de ideas de mejoramiento del hogar con un enfoque dirigido a reducir el consumo de recursos naturales y reutilización de residuos o materiales. Esta plataforma también vincula a Sodimac con las comunidades mediante acciones relacionadas con el mejoramiento de la habitabilidad de los barrios, a través de la iniciativa Construyendo Sueños de Hogar.

Hágalo Usted Mismo

Hágalo Usted Mismo (HUM) es una iniciativa que, a través de canales de difusión como videos en YouTube, sitio web y talleres en tiendas, entre otros, enseña con sencillos tutoriales ideas para reparar y mantener viviendas, así como desarrollar proyectos de economía circular, entre otros temas.

Más información en [hagaloustedmismo.cl](#).

222 mil suscriptores alcanzó el canal de YouTube de Sodimac Constructor Chile en el año.

2,55 millones de suscriptores sumaba el canal de YouTube “Hágalo Usted Mismo” al cierre de 2025. Es el canal más grande del mundo asociado a un retailer.

Canal Sodimac Constructor

Canal de YouTube para contratistas, profesionales, maestros especialistas, pequeñas empresas, constructoras y público en general interesado en el rubro de la construcción, que ofrece tutoriales y capacitaciones, así como información de nuevos productos, materiales y herramientas para desarrollar su trabajo.

Más información en [youtube.com/@SodimacConstructor](#).



SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

► Círculo de Especialistas Sodimac y Gran Feria de Capacitación

El Círculo de Especialistas de Sodimac (CES) es un programa emblemático de Sodimac que ha permitido establecer una relación muy cercana con el segmento de clientes profesionales, buscando conocerlos y responder a sus necesidades específicas. Se ha consolidado como el programa de fidelización más grande de Latinoamérica en el rubro de la construcción: al cierre de 2025 contaba con 1.037.788 socios en Chile. De estos, el 25% son mujeres.

La empresa ofreció capacitaciones gratuitas a más de 82 mil maestros del sector construcción durante el año, a través de su Círculo de Especialistas y

la Gran Feria de Capacitación anual, para ayudar a los profesionales de la construcción a innovar y mejorar en sus trabajos.

El Círculo de Especialistas de Sodimac realizó alrededor de 22 mil capacitaciones en 2025, con 285 actividades distintas que incluyeron cursos de e-learning respaldados por INACAP en temáticas del área de la construcción, incluyendo prácticas sostenibles como la instalación de sistemas solares térmicos y fotovoltaicos. Estos cursos cuentan con diplomas de participación para validar los conocimientos. Adicionalmente, la empresa realiza con los proveedores capacitaciones prácticas, por medio de talleres, visitas a fábricas y ferias regionales desarrolladas en tiendas Sodimac a lo largo del país, transmitidas también por streaming.

La Gran Feria de Capacitación, por su parte, entregó este año en su versión número 13 más de 60 mil capacitaciones gratuitas presenciales y online, con 167 actividades, entre las que destacaron los cursos impartidos por Inacap y el Centro de Formación Técnica Santo Tomás. Además de abordarse tópicos tradicionales del sector, se promovieron innovaciones sostenibles en las clases, talleres y stands. El evento congregó a más de 67.000 asistentes presenciales y virtuales, consolidándose como el principal encuentro de formación en la construcción en Chile.

A través de la constante evolución de la App Sodimac, también se ofrece una plataforma personalizada para los socios del CES, con beneficios exclusivos como promociones preferenciales para los niveles Oro y Black, acceso a catálogos especialistas, productos destacados, credencial virtual y beneficios en tienda. Además, cuentan con funcionalidades digitales, como calculadoras de pisos y pinturas, la fábrica de color y "Mis Listas" para mejorar el proceso de cotización, de manera de ofrecer una experiencia más ágil y eficiente.



Este año, el Círculo de Especialistas marcó un hito al superar el millón de socios, lo que demuestra el valor que los especialistas de la construcción le otorgan al programa.

► Alianza con Red Maestra

Como parte de los esfuerzos para fortalecer la empleabilidad femenina y promover la inclusión de la mujer en el sector construcción, Sodimac desarrolla un trabajo colaborativo hace más de dos años con Red Maestra. Esta fundación participa activamente en la Gran Feria de Capacitación de Sodimac, compartiendo su experiencia en la formación técnica-profesional femenina en diversos oficios. Muchas mujeres de RedMaestra se han capacitado en cursos, talleres y visitas a fábricas del Círculo de Especialistas.

En 2025, se lanzó la primera edición de un programa conjunto de formación en electricidad domiciliaria para mujeres, gratuito e intensivo de 120 horas, que culminó con la posibilidad de rendir la evaluación para obtener la Certificación SEC, requisito clave para ejercer formalmente este oficio en Chile. El curso técnico, que benefició con becas a 15 mujeres, fue impartido por la OTEC Cruz de Los Andes de la Fundación Cristo Vive.

La iniciativa, que se desarrolló en la Región Metropolitana, combinó clases teóricas y prácticas, con talleres transversales enfocados en comunicación, autoestima, equidad de género y empleabilidad. El proceso contó con un acompañamiento profesional por parte de RedMaestra, promoviendo un aprendizaje integral.

El programa también contempló actividades complementarias junto al Círculo de Especialistas de Sodimac, incluyendo talleres prácticos, visitas a tiendas y recorridos por fábricas de proveedores, acercando a las participantes al entorno real del rubro. Como parte de su valor agregado, esta formación incorpora una red de apoyo para facilitar la inserción laboral de las egresadas, fortaleciendo sus oportunidades en el mercado.

► Centro de Experiencia del Mueble en Imperial

Imperial tiene un programa especial para mueblistas denominado Centro de Experiencia del Mueble (CEM), que se siguió consolidando como una herramienta de identidad de la especialidad. En 2025, se pusieron en marcha nuevos CEM en Reñaca y Concepción, los cuales se suman a los dos ya existentes en Santiago y Puerto Montt, donde se busca inspirar, asesorar y se realizan cursos de capacitación para que los mueblistas puedan desarrollar mayores habilidades en la especialidad y que los emprendedores puedan iniciarse en el oficio.

Esta iniciativa logró un importante crecimiento en el año, beneficiando a más de 6.000 clientes (2 mil más que en 2024) gracias a una ampliación significativa en su oferta de cursos y capacitaciones, entre otros beneficios.

En conjunto con sus proveedores, Imperial realiza mensualmente en sus tiendas ferias de capacitación para contratistas, buscando proporcionarles mayores herramientas y conocimientos.



SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

Comunidad

Ceremonia de
Excelencia Académica y Becas 2025

Becas
Escuela de Excelencia



Desde 2022, Sodimac cuenta con un Sistema de Gestión Territorial que entrega un marco común para comprender el entorno de cada proyecto de tienda u otra instalación de la empresa, y orientar una relación responsable con las comunidades vecinas. Este sistema reúne modelos, lineamientos y herramientas que permiten identificar la colindancia, anticipar impactos y reconocer oportunidades presentes en cada territorio, desde la licitación de un proyecto hasta su operación cotidiana.

En este contexto surge el Programa de Relacionamento Sodimac (RECSO), cuyo objetivo es establecer un estándar transversal para todas las áreas que participan en proyectos actuales o futuros. Su función principal es ordenar y orientar las prácticas de relacionamiento, asegurando coherencia en la forma en que la compañía se vincula con el entorno y fortaleciendo la gestión social durante todo el ciclo de vida de una instalación.

Durante este año, el trabajo se concentró en profundizar la implementación del programa junto a los equipos de tienda y sus gerencias, instalando una mirada común sobre las necesidades del territorio. Esto ha permitido avanzar hacia operaciones más respetuosas, capaces de detectar tempranamente situaciones que requieran atención y de promover acciones que fortalezcan la vinculación con los vecinos.

Como parte de este proceso, RECSO integra herramientas que facilitan la identificación de alertas territoriales y la toma de decisiones informadas. Una de ellas es la Matriz Inteligente de Alerta Temprana Territorial (MIATT), utilizada por los equipos de planificación y proyectos para analizar el contexto social, urbano y ambiental de las zonas donde se evalúan obras, ampliaciones o remodelaciones. Esta herramienta permite orientar tempranamente el diálogo con la comunidad, definir medidas de

mitigación y asegurar que las inversiones se desarrollen bajo criterios de sostenibilidad y cumplimiento normativo, incluso cuando los proyectos son ejecutados por terceros.

El modelo incorpora también los indicadores de la categoría Comunidad del Stakeholders Sustainable Index (SSINDEX), lo que hace posible monitorear de forma sistemática los riesgos y el desempeño social en la relación con las comunidades.

Acciones RECSO 2025

- Por primera vez, la encuesta SSINDEX comunidad se aplicó exclusivamente a vecinos de las tiendas priorizadas durante 2025, con el fin de obtener información más directa y representativa sobre el impacto de la operación de Sodimac en su entorno. Esta medición permitió identificar alertas que no habían sido consideradas previamente y entregar un apoyo más personalizado a cada tienda. Además, el seguimiento posterior a la implementación de medidas posibilitó evaluar la recepción de la comunidad y actualizar la priorización de tiendas para el próximo año.
- En 2025, el trabajo de la Gerencia de Sostenibilidad y Cumplimiento se enfocó en la etapa de operación de las tiendas clasificadas como de alta prioridad, ya sea por su situación territorial o por su relación con el entorno. En estos casos, se acompañó a los equipos en la ejecución de mejoras y en la comunicación de dichas acciones a las comunidades, complementado por un monitoreo constante y preventivo por parte de la gerencia.

- Se reforzó además la comunicación entre las tiendas y sus comunidades para informar oportunamente sobre trabajos programados, acciones en curso y mitigaciones implementadas para mejorar la convivencia con el entorno. Esta comunicación fue bien valorada tanto por los vecinos como por los equipos internos, ya que permitió disminuir la incertidumbre, generar mayor transparencia y facilitar la coordinación frente a posibles impactos.
- En el año también se avanzó en las gestiones para concretar el convenio entre la tienda, la Municipalidad y la Corporación Histórica Patrimonial de Villarrica, con lo que se aportará a la cultura e historia local. Desde el ámbito arqueológico, luego de varios años de rescate, tramitaciones y obtención de permisos, se entregó el informe final al CMN y se gestionó la clasificación del material que será derivado al museo local.
- A nivel transversal, con el fin de reforzar el RECSO entre los equipos de tienda, se desarrollaron tres video cápsulas con recomendaciones sobre cómo gestionar adecuadamente el diálogo con vecinos y cómo responder de manera oportuna y efectiva ante reclamos. Estos materiales fueron difundidos a través de la plataforma interna de Sodimac.
- De cara al 2026, se continuará fortaleciendo el enfoque social y territorial, especialmente en la resolución de controversias en tiendas. A este trabajo se incorporará de manera más explícita una mirada ambiental, avanzando hacia una gestión preventiva, sostenible y mejor alineada con los desafíos del entorno.

► Inversión social

Mediante canales de escucha, continuas evaluaciones cualitativas y cuantitativas de los impactos operacionales, a lo que se suma el trabajo con organizaciones aliadas, la empresa cuenta con información que le permite comprender las necesidades y expectativas de las comunidades con las cuales se vincula y traducir eso en diversas iniciativas de impacto comunitario.

Ámbito	Tipo				Total	
	Dinero		Especies			
Inversión comunitaria	63,5%	\$1.044.270.198	24,2%	\$397.984.719	87,7%	\$1.442.254.917
Iniciativa comercial	4,9%	\$80.000.000	0%		4,9%	\$80.000.000
Gastos de administración	4,8%	\$78.340.499	0%		4,8%	\$78.340.499
Donación caritativa	2,6%	\$43.000.000	0%		2,6%	\$43.000.000
Total	75,8%	\$1.245.610.697	24,2%	\$397.984.719	100%	\$1.643.595.416

Fuente: Sodimac



► Construyendo Sueños de Hogar

Con el programa “Construyendo Sueños de Hogar”, Sodimac y sus trabajadores contribuyen al desarrollo de las comunidades vecinas a tiendas, centros de distribución y oficinas centrales.

Es un fondo concursable al que postulan organizaciones comunitarias con proyectos de reparación, remodelación o mejoramiento de una instalación o entorno, que son evaluados considerando su impacto social por el Comité Ejecutivo Técnico de Sodimac y representantes de la Comunidad de Organizaciones Solidarias (COS). Además, se realizan visitas a terreno de asistentes sociales y trabajadores para definir las propuestas beneficiadas. La empresa entrega los materiales necesarios y su transporte, y voluntarios de la compañía se encargan de desarrollar dichos proyectos de manera coordinada con vecinos de las propias comunidades.

Adicionalmente, en alianza con organizaciones como TECHO, Junto al Barrio y Movidos x Chile, el programa aporta viviendas definitivas, mejora entornos en barrios y ayuda a comunidades afectadas por emergencias o catástrofes naturales.

En 2025, se alcanzó un récord de 1.821 postulaciones y se seleccionaron 78 proyectos de infraestructura de organizaciones sociales que beneficiaron directamente a cerca de 10 mil personas.

El programa permitió este año cumplir los sueños de distintas organizaciones con mejoras en espacios para adultos mayores y personas con discapacidad, del espectro autista o en situación de calle. Adicionalmente, se repararon escuelas y jardines infantiles, e infraestructura de entidades de salud, bomberos, clubes deportivos y juntas de vecinos, además de instituciones para el cuidado de animales. Entre los proyectos, se encuentran la construcción de un huerto para una residencia de adultos mayores de la organización ONG Vitalize en Coronel, que estará abierto a la comunidad; diferentes arreglos en el Centro Comunitario Las Cañas de Valparaíso para niños, niñas, jóvenes y mujeres; y nuevos caniles, casitas y camas para perros del refugio de la ONG Huellitas de Boco en Quillota, entre otras obras.

También cuenta con una dimensión interna denominada “Nuestra Casa Contigo”, que busca mejorar las viviendas de trabajadores. En 2025, el programa mejoró los hogares de 72 trabajadores y sus familias mediante 91 proyectos desarrollados en distintas regiones del país.

“Construyendo Sueños de Hogar” es uno de los programas de impacto social positivo reconocido por Pacto Global Chile por su contribución y aporte significativo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Más información en www.construyendosuenosdehogar.cl

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS



► Chile Pinta

La iniciativa “Chile Pinta”, creada hace 17 años, llegó en 2025 a ocho comunas de las zonas norte, centro y sur para revitalizar espacios públicos emblemáticos, embelleciendo entornos y fomentando la participación ciudadana.

Se estima que más de 2,2 millones de personas se beneficiaron de manera directa e indirecta gracias a la participación de vecinos y voluntarios en la renovación de fachadas, murales y áreas comunes en Antofagasta, La Calera, Santiago, Concepción, Temuco, Puerto Varas y Puerto Montt.

► Inversión social en Imperial

Imperial consolidó su programa de inversión social, ejecutando una iniciativa por cada tienda, lo que le permitió estar presente en las 13 comunas donde opera. En ciudades como La Serena, Valparaíso, Reñaca, Rancagua, Talca, Concepción, Temuco y Puerto Montt se desarrolló la 5ª versión del programa Juntos Construyamos tu Idea. A través de esta convocatoria, se contactó a 96 organizaciones sociales, de las cuales 37 postularon proyectos orientados a mejorar la calidad de vida de sus comunidades. Finalmente, se adjudicaron 6 proyectos que beneficiarán a más de 2.000 personas, incluyendo iniciativas como la recuperación de un club deportivo en Valparaíso, contribuyendo a disminuir riesgos sociales y transformar espacios para el deporte, ganándole terreno a la delincuencia. Otros proyectos se enfocaron en la mejora de espacios comunitarios y en prácticas más amigables con el medioambiente, promoviendo el uso consciente de recursos vitales como el agua.

En paralelo, se llevó a cabo la tercera versión de las Escuelas Deportivas Imperial, una iniciativa en alianza con Fundación Junto al Barrio que busca impactar positivamente en la vida de niños, niñas y jóvenes mediante el desarrollo deportivo y psicosocial. Este año se trabajó en las mismas seis comunas que en 2024: Huechuraba, Peñalolén, Maipú, La Granja, Quinta Normal y Viña del Mar, alcanzando 182 participantes.

El programa culminó con un Campeonato Interbarrial en el Campus San Joaquín de la Pontificia Universidad Católica de Chile, que patrocinó el evento y facilitó sus instalaciones deportivas. La jornada contó con la participación de familiares y líderes comunitarios, además de un equipo de más de 60 voluntarios provenientes de Imperial, Saint-Gobain, Fundación Junto al Barrio y la carrera de Pedagogía en Educación Física y Salud de la UC, quienes apoyaron en tareas logísticas y operativas.

Cabe destacar la alianza estratégica con Saint-Gobain, proveedor clave de la compañía, que no solo aportó recursos para la realización del campeonato, sino que también participó activamente en el voluntariado, reforzando el compromiso conjunto con la colaboración, la sostenibilidad y el impacto social. Este programa ha sido catalogado por los apoderados como un espacio seguro y de protección para sus hijos, lo que reafirma su valor como iniciativa que contribuye al bienestar y desarrollo integral de las comunidades.

► Alianzas sociales

► TECHO: Viviendas definitivas

Sodimac es un aliado histórico de TECHO hace ya 17 años. Se desarrolla un trabajo colaborativo que se ve facilitado al compartir intereses comunes como son el hogar y la habitabilidad, y tener capacidades complementarias para contribuir de manera más efectiva a mejorar la calidad de vida de las personas.

La empresa continuó apoyando a través de la Inmobiliaria Social de TECHO los proyectos de vivienda definitiva de esa organización que alcanzó este año el hito de la entrega de la obra número 100 y que actualmente suma 101 soluciones habitacionales.

Este esfuerzo conjunto ha permitido también ir en apoyo de familias afectadas por emergencias, además de unir esfuerzos en todas las campañas nacionales de TECHO.

En 2025, Sodimac fue reconocido por TECHO-Chile como aliado histórico y, de manera particular, su gerente general, Eduardo Mizón, recibió una distinción especial a la trayectoria.

Más información en www.techo.org/chile



► Fundación Junto al Barrio: Proyectos para mejorar el entorno y la calidad de vida

Durante más de una década de alianza, Sodimac ha apoyado con recursos y trabajo voluntario diversas iniciativas desarrolladas por la Fundación Junto al Barrio (JAB), para mejorar el entorno y contribuir a la calidad de vida de grupos vulnerables del país.

A través del trabajo colaborativo, Sodimac y Junto al Barrio en los últimos dos años han concretado obras de mejoramiento en barrios de La Pintana, Lo Espejo y Puente Alto con proyectos bajo un modelo que integra el DS27 del MINVU. Las obras suman 2.155 m² de infraestructura, 739 m² de áreas verdes, más de 30 mil personas beneficiadas y una inversión superior a 9.900 UF orientada al bienestar de las comunidades.

Aunque ambas organizaciones colaboran desde hace más de diez años, el modelo que integra al DS27 del MINVU se consolidó en 2024, permitiendo avanzar hacia obras de mayor escala e impacto territorial. La alianza ha demostrado que la empresa privada puede ser un actor decisivo en el desarrollo urbano cuando sus inversiones se coordinan con las comunidades, la sociedad civil y el Estado.

Los proyectos desarrollados por esta alianza, como parte del programa “Construyendo Sueños de Hogar” de Sodimac, consisten en intervenciones de mejoramiento urbano que transforman sitios eriazos o deteriorados en espacios públicos seguros y de alta calidad, que integran accesibilidad universal, mobiliario resistente, iluminación peatonal, áreas verdes de bajo consumo hídrico y zonas infantiles con juegos de alta durabilidad, entre otros.

Sus diseños se definieron mediante procesos participativos, garantizando que respondieran a las necesidades reales de las comunidades y fortalecieran el sentido de pertenencia.

Más información en www.juntoalbarrio.cl

La alianza entre Sodimac y Junto al Barrio fue destacada en la quinta versión de los “Reconocimientos Empresariales CONECTA 2025” de Pacto Global Chile de la ONU, como la mejor iniciativa en la categoría “Alianzas”, validando la capacidad de esta colaboración para generar transformaciones reales en los territorios.

► Movidos x Chile: Ayuda frente a emergencias

Junto a otras empresas del grupo Falabella, Sodimac integra Movidos x Chile, una iniciativa de la Comunidad de Organizaciones Solidarias. Su objetivo es generar una coordinación permanente entre distintas entidades al momento de brindar apoyo a comunidades golpeadas por catástrofes y/o emergencias que puedan ocurrir en el país, contribuyendo así a la entrega de ayuda efectiva y oportuna. Para activar su participación en estos casos, la empresa cuenta con protocolos y procedimientos, y conformó un Comité Operacional de Emergencias.

Más información en www.movidosxchile.cl

► Base Pública

La participación en Base Pública desde 2018 permite a Sodimac relacionarse con una red de personas y organizaciones unidas por la sostenibilidad, difundiendo propósitos, ideas y acciones de diferentes agentes de cambio sociales y ambientales, con el objetivo de impulsar una transformación social más humana y colaborativa.

Más información en www.basepublica.cl

► Déficit Cero: Enfrentando la grave falta de viviendas

Sodimac es aliado de Déficit Cero desde que fue creada por TECHO-Chile y la Cámara Chilena de la Construcción para sumar esfuerzos y contribuir a desarrollar políticas públicas para reducir la crisis habitacional que afecta al país.

En 2025, la compañía renovó su alianza con Déficit Cero para colaborar a enfrentar esta crisis. Esta alianza estratégica se consolidó como una plataforma para el desarrollo de proyectos orientados a mejorar el acceso a viviendas dignas y promover soluciones habitacionales inclusivas.

El convenio refleja la continuidad de una relación colaborativa entre la sociedad civil, el sector público y la empresa privada, que ha sido fundamental para avanzar en estudios, propuestas y políticas públicas, destinadas a abordar el déficit habitacional del país. En esta nueva etapa, Sodimac renovó su compromiso con las acciones para generar consciencia, el enfoque colaborativo y las propuestas impulsadas por Déficit Cero, destacando que la magnitud de este tipo de problemas requiere una mirada de Estado, además de la disposición y colaboración de todos los sectores.

Más información en www.deficitcero.cl



SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

► Late!

Desde 2010, Sodimac es un aliado estratégico de Late! Las utilidades por la venta de productos de esta empresa B en Sodimac se donan a TECHO-Chile. Estos productos incluyen agua mineral disponible en las tiendas, así como artículos biodegradables de limpieza y lavandería comercializados en Sodimac.com. Los productos de Late! forman parte de los más de 9.500 artículos sostenibles ofrecidos por Sodimac.

En 2025, el aporte anual por compras solidarias de los clientes ascendió a \$24.698.721, superando al del

período anterior. Los fondos recaudados se destinarán a la construcción de viviendas transitorias y definitivas para familias que viven en campamentos o que carecen de un hogar.

Late! destina el 100% de sus utilidades a fundaciones de reconocido prestigio, todas miembros de la Comunidad de Organizaciones Solidarias. Sodimac fue una de las primeras compañías en trabajar con esta organización.

Más información en www.late.cl



SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

Medioambiente



En 2025, Sodimac continuó reduciendo el impacto de ambiental de su operación, en su meta de ser Cero Emisiones Netas al 2030 en los alcances 1 y 2, es decir, por sus emisiones directas y las indirectas por el consumo eléctrico.

Desde 2010, cada año se mide y gestiona la Huella de Carbono de la compañía, empleando la metodología asociada al Greenhouse Gas Protocol, en un proceso diseñado con apoyo de la empresa de ingeniería Proyectae.

La empresa también 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 las emisiones de Alcance 3, principalmente las asociadas a los productos que comercializa. A través del portal web makeit-zero.com, se comparten mejores prácticas e información.

Nota: Dada la evolución conceptual que ha tenido la materia a nivel mundial, se aclara que "Cero Emisiones Netas" significa que la empresa se compromete a hacer una contribución con foco en reducir sus emisiones y comprando créditos de carbono equivalentes a las emisiones remanentes no reducidas en ese año.

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero



	10 ktCO ₂ e		4 ktCO ₂ e		274 ktCO ₂ e		118 ktCO ₂ e		27 ktCO ₂ e		1.389 ktCO ₂ e
Combustibles y gases refrigerantes		Electricidad		Transporte de carga contratado		Traslados de clientes a tiendas		Otros		Productos vendidos	
ALCANCE 1		ALCANCE 2		ALCANCE 3		ALCANCE 3		ALCANCE 3		ALCANCE 3	
Fuente	% CO ₂ e	Fuente	GWh	% CO ₂ e	Fuente	% uso	% CO ₂ e	Fuente	% CO ₂ e	Fuente	% CO ₂ e
Fuentes fijas	17%	Red promedio	13	100%	Importaciones a CD	56%	89%	Transporte colaboradores	43%	Fabricación	64%
Grúas horquilla	40%	100% renovable	69	sin GEI	Abastecimiento local a CD	15%	11%	Residuos y reciclaje	45%	Uso durante vida útil	24%
Vehículos empresa	7%	Generación solar propia	14	sin GEI	Abastecimiento CD a tiendas	10%	0%	Manufactura combustibles	3%	Disposición final	11%
Gases refrigerantes	36%				Despachos a clientes	1%		Viajes de negocios	4%		
								Insumos y servicios	2%		
								Uso páginas web	3%		
0,5%		0,2%		15%		6%		1%		76%	

Nota: Podrían aparecer diferencias en la última cifra por redondeo de valores.

Emisiones de alcance 2 reportadas con el Método de Mercado.

Se excluyen de este diagrama las emisiones de GEI de la fabricación, uso y disposición de productos vendidos.

CD= centro de distribución

Fuente: *Proyectae*

En 2025, la reducción acumulada de alcance 1 y 2 desde 2021 equivale a 33% (9 % en 2022, 7 % en 2023, 9% en 2024 y 8% en 2025).

La medición 2025 resultó en lo siguiente:

La huella de carbono alcanzó a 1.822 mil toneladas de dióxido de carbono equivalente (1.822 ktCO₂e) en los tres alcances, incluyendo el impacto por fabricación, uso y fin de vida de productos vendidos, lo que implica un alza de 9% respecto a las emisiones totales de 2024. Este resultado se explica por una mayor actividad económica, lo que se tradujo en mayores importaciones y transporte de carga, además de más visitas a las tiendas.

Sin embargo y gracias a las acciones tomadas en la operación diaria de Sodimac, se logró una reducción del 8% en las emisiones de alcance 1 y 2, principalmente por disminuir el consumo eléctrico, la descarbonización de la matriz eléctrica nacional y la mayor compra de electricidad certificada 100% renovable, además de la incorporación de grúas horquilla eléctricas e híbridas.

Más detalle en anexo 2: Inventario de Emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI).

► Sello Excelencia de HuellaChile

Por sexto año consecutivo, Sodimac recibió el Sello de Excelencia del programa HuellaChile del Ministerio del Medio Ambiente, además de los de Cuantificación y Reducción de gases de efecto invernadero (GEI), lo que es un reconocimiento a las acciones para reducir el impacto de sus emisiones.

Esta es la única empresa del rubro mejoramiento del hogar y una de las pocas del país en obtener la distinción más alta de HuellaChile, programa voluntario que promueve la cuantificación, reporte y gestión de los GEI en organizaciones públicas y privadas.



► Plan de apoyo a proveedores para que midan y gestionen su huella de carbono

El 85 % de la huella de carbono de Sodimac corresponde a emisiones de alcance 3 asociadas a la fabricación, uso y disposición final de los productos. Por ello, en 2025 se lanzó un plan para apoyar a los proveedores para que midan y gestionen su huella de carbono.

Entre las acciones de este plan destacan:

Un programa de capacitación y la elaboración de la "Guía Huella de Carbono para Proveedores" disponible en la página web de Sodimac, sistemas de reconocimientos e incentivos y el acceso a una plataforma denominada Training Academy de la iniciativa Make it Zero liderada por EDRA/GHIN junto a otros grandes retailers a nivel mundial. Se evalúa la sostenibilidad de proveedores mediante la plataforma SEDEX y se les anima a ecodiseñar sus envases.

► Logística sostenible

Las actividades de transporte son el segundo factor que más contribuye a generar huella de carbono en el retail después de los productos comercializados. Para disminuir ese impacto, la compañía tiene una política de electromovilidad, incorpora vehículos eléctricos a las flotas a cargo de los despachos de última milla y abastecimiento en tiendas, y apoya a firmas contratistas de transporte para que también evolucionen hacia esta tecnología. Cabe destacar que toda la flota del principal centro de distribución de Sodimac es eléctrica.

Este compromiso se extiende a los clientes: en alianza con Enel X Way, fomenta entre ellos la electromovilidad habilitando estaciones de carga para vehículos eléctricos en tiendas, centros de distribución y oficina central, los que suman 21 en Santiago y regiones. Junto a Copec Voltex, la empresa también ofrece un servicio para la instalación de cargadores para vehículos eléctricos en los hogares.



► Comercio carbono neutral

Desde 2019, todos los despachos a domicilio por compras online de Sodimac son carbono neutral. La empresa fue el primer retailer del país en comprometerse a esto, lo que se logra neutralizando las emisiones generadas con la compra de bonos de carbono vinculados a proyectos de energía renovable en Chile registrados internacionalmente. El sistema es acreditado por la Bolsa de Clima de Santiago (SCX), que entrega una licencia de certificación CO₂ Neutral al proceso de despachos, garantizando el cumplimiento y trazabilidad del proceso.

Durante 2025, la compañía compensó 78.918 viajes con despachos directos a domicilio (89.891 en 2024), transportando 2.037.188 reservas (1.820.051 en el ejercicio anterior), neutralizando un equivalente de 3.384 tCO₂e. Cabe destacar que el 5,5% de los kilómetros recorridos en procesos de despacho se realizó con vehículos eléctricos.

Más información en www.scx.cl.



Ecoeficiencia operacional

Los protocolos de Sodimac establecen que la construcción de toda nueva tienda o edificación de la empresa se basa en las directrices del US Green Building Council, con estándares arquitectónicos y de infraestructura de desarrollo sustentable que permitan un uso eficiente de los recursos.

Infraestructura sustentable

Sodimac siguió invirtiendo en el recambio de luminarias, renovación de instalaciones y en la construcción de tiendas que apuntan a consumir menos energía con un diseño que permite un uso intensivo de la luz natural, contemplan iluminación de tecnología LED y un sistema de aire acondicionado de bajo consumo. Además, incorporan equipos y artefactos que reducen el consumo de agua. Este criterio se está aplicando en la tienda que se construye en la comuna de Colina, en Santiago, que se espera inaugurar en 2026.

Programa de energías renovables

Sodimac se abastece en un 86% con electricidad renovable, pero la meta es llegar a un 100% en 2030.

Para este objetivo, se han instalado paneles fotovoltaicos en 49 tiendas y otras instalaciones, que generaron 14.080 MWh de electricidad en 2025, lo que se tradujo en 3.840 tCO₂e de emisiones de alcance 2 evitadas.

A esto se suma el acuerdo suscrito por el grupo Falabella con Enel, gracias al cual se accedió a un total cercano a 69.413 MWh en 2025 y, con ello, se logró evitar la emisión de 18.929 tCO₂e.



Consumo energético de Sodimac por tipo:

Aspecto	Unidad	2023	2024	2025
Energía total requerida dentro de la organización	GWh	139	137	124
Combustibles de fuentes no renovables	GWh	30	33	28
Gas natural	GWh	1	1	1
Gas Licuado de Petróleo (GLP)	GWh	24	27	21
Diésel	GWh	3	3	3
Gasolina	GWh	3	3	3
Electricidad	GWh	108	104	97
Red promedio	GWh	20	14	13
Certificada 100% renovable (IREC, similar)	GWh	74	75	69
Generación 100% renovable on-site	GWh	15	14	14
Porcentaje de energía con origen 100% renovable	%	64%	65%	67%
Porcentaje de electricidad con origen 100% renovable	%	82%	86%	86%

Nota: Equivalencia 1 GWh = 3.6 TJ (Terajulios).

Consumo energético de Imperial por tipo:

Aspecto	Unidad	2023	2024	2025
Energía total requerida dentro de la organización	GWh	12,6	14,3	10,2
Combustibles de fuentes no renovables	GWh	6,2	6,7	3,9
Gas natural	GWh	0,0	0,0	0,0
Gas Licuado de Petróleo (GLP)	GWh	5,7	6,2	3,3
Diésel	GWh	0,1	0,2	0,2
Gasolina	GWh	0,3	0,4	0,4
Electricidad	GWh	6,4	7,5	6,3
Red regulada	GWh	6,4	7,5	6,3
Certificada 100% renovable (IREC, similar)	GWh	0,0	0,0	0,0
Generación 100% renovable on-site	GWh	0,0	0,0	0,0
Porcentaje de energía con origen 100% renovable	%	0%	0%	0%
Porcentaje de electricidad con origen 100% renovable	%	0%	0%	0%

Nota: Hubo un ajuste en los datos 2023 y 2024 durante el proceso de verificación.



► **Huella hídrica**

Sodimac y sus filiales no utilizan agua para fines industriales. Emplean el recurso fundamentalmente para el abastecimiento de trabajadores y clientes en duchas, casinos y servicios higiénicos, donde se utilizan equipos y artefactos que permiten un uso eficiente. Esta agua es suministrada por las empresas sanitarias de cada ciudad y, tras su uso, es descargada al sistema de alcantarillado público, según las normativas vigentes.

Por el bajo consumo de las tiendas y su uso no industrial, la compañía no desarrolla proyectos para reciclar o reutilizar agua. Sin embargo, en el ejercicio continuó levantando datos sobre el consumo interno, proceso que llevó a contabilizar un total de 1.128.694 m³ en el año en Sodimac y 44.834 m³ en Imperial, considerando instalaciones con factura directa de la sanitaria y una estimación de aquellas con facturaciones indirectas.

También se impulsan campañas de consumo responsable dirigidas a los clientes, promoviendo utilizar productos que aporten al ahorro de agua en el hogar.

La empresa ofrece a sus clientes una serie de productos y servicios para ahorrar agua y generar hogares y jardines más sostenibles.

► **Gastos e inversiones ambientales**

La compañía destinó importantes recursos a materias medioambientales en Sodimac.

Nombre del Proyecto	Inversión/Gasto 2025
Cambio de luminarias	737.178.639
Puntos Limpios	563.667.839
Tratamiento residuos	91.215.451
Huella de Carbono-Gestión GEI	31.442.400
Cumplimiento Ley REP	765.326.068
Declaraciones Ambientales	75.794.150
Plataforma Medioambiental	23.042.400
Sistema de Gestión de Energía	27.778.584
Actualización equipos de clima	1.029.816.191
Total	3.345.261.722

Fuente: Sodimac



► Residuos y circularidad

Sodimac aplica protocolos para la recuperación, reciclaje y disposición de materiales de desecho propios y generados por la comunidad.

Disposición de residuos no peligrosos

Junto con la Sociedad Recuperadora de Papel (Sorepa), se desarrolla un plan para el reciclaje de papeles y cartones derivados del proceso de embalaje realizado por proveedores. En 2025 se reciclaron 5.404 toneladas de material, incluyendo papel blanco y de revista, cartón y otros, y del ítem mixto papeles y cartulinas blancas y coloreadas, además de filme plástico y maderas.

Los residuos no peligrosos sin un plan de valorización y enviados a rellenos sanitarios debidamente autorizados ascendieron a 23.222 toneladas.

Residuos No Peligrosos de Sodimac (en toneladas)

Aspecto	Unidad	2023	2024	2025
Residuos No Peligrosos	t	29.364	29.475	31.961
A eliminación	t	21.817	21.136	23.222
A valorización	t	7.547	8.339	8.739

Residuos No Peligrosos de Imperial (en toneladas)

Aspecto	2023	2024	2025
Residuos No Peligrosos	3.723	3.805	4.000
A eliminación	3.208	3.249	3.494
A valorización	516	557	505

En Imperial, el 12,64% de estos residuos fue valorizado.



Economía circular

Sodimac desarrolla proyectos de economía circular a través de los cuales busca reducir residuos y contribuir a reducir las emisiones de gases de efecto invernadero. Entre ellos destacan:

Fabricación y venta de mulch

Gracias a una alianza con Armony, la empresa transforma pallets de desechos de su operación en mulch para maceteros y jardines, y también se elabora compost multipropósito con residuos de plantas y maderas de tiendas. Ambos tipos de productos son luego comercializados por Sodimac.

En 2025, se reutilizaron 250 toneladas de este tipo de residuos, produciendo 1.195 m³ de mulch y 6.478 m³ de compost, evitando su disposición en rellenos sanitarios.

Reciclaje mermas de alimento para mascotas

Sodimac recicla las mermas de alimento para mascotas (por ejemplo, el contenido de las bolsas de alimentos que se rompen en tiendas y no pueden ser comercializadas), trasladando este tipo de residuo a la planta de Ecofeed como insumo para generar nuevo alimento para animales. En 2025, se gestionaron 1.028 kilos de material.

Disposición de residuos peligrosos

Sodimac tiene un protocolo para eliminar residuos sólidos y líquidos originados por la operación de las tiendas que pueden ser dañinos para las personas y el medioambiente. Esto incluye la disposición de baterías usadas, tubos fluorescentes, artículos electrónicos, tarros de pintura vacíos, envases de solventes, aceites y residuos sólidos contaminados con hidrocarburos. Estos materiales se acopian y almacenan en contenedores plásticos debidamente rotulados.

Se aplica un Procedimiento Operacional Estándar (POE) de materiales peligrosos y en las áreas de almacenaje de productos químicos de cada tienda hay equipos de derrame, para una manipulación debidamente controlada.

La empresa especializada Veolia, previa autorización del organismo pertinente, se encarga de llevar los residuos peligrosos a la planta de disposición final, donde se efectúa un proceso de inertización, recuperación y tratamiento físico químico de todos los elementos no aprovechables o valorizables.

Residuos Peligrosos de Sodimac (en toneladas)

Aspecto	Unidad	2023	2024	2025
Residuos Peligrosos	t	157	139	147
A eliminación	t	84	84	53
A valorización*	t	73	54	93

* Baterías Fuera de Uso (BFU)



Residuos Peligrosos de Imperial
(en toneladas)

	2023	2024	2025
Residuos Peligrosos	3,7	5,2	7,1
A eliminación	3,7	5,2	7,1
A valorización	0,0	0,0	0,0

Fuente: Sodimac

La disposición adecuada de residuos peligrosos y no peligrosos se realiza con proveedores especializados que garantizan su recolección, transporte y disposición final conforme a las normativas vigentes. El control y la trazabilidad de los residuos opera con el sistema de Ventanilla Única del Ministerio del Medio Ambiente (MMA) que permite mantener un registro detallado de las cantidades gestionadas, basado en la facturación de los proveedores y declaraciones ambientales oficiales.

Red Nacional de Puntos Limpios

Iniciada en 2010, la Red Nacional de Puntos Limpios de Sodimac se consolidó como la mayor iniciativa de su tipo en el país con 18 centros de acopio ubicados entre Arica y Chiloé que son operados por TriCiclos.

La red recibe 14 tipos de materiales reciclables con destino garantizado de recuperación, incluyendo plásticos PET, polietileno, polipropileno, poliestireno, vidrio, aluminio, chatarra y latas de conserva, tetra, cartones, papeles, diarios y revistas, entre otros, que se compactan y envían a empresas de reciclaje. También, residuos electrónicos (celulares, tablets y cables en desuso).

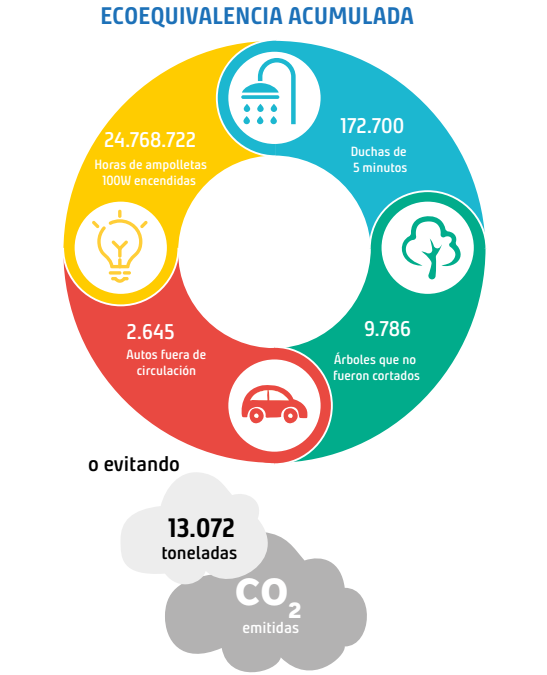
Sodimac es desde 2023 uno de los socios fundadores del primer Sistema de Gestión Colectivo de residuos de envases y embalajes, ReSimple. Para contribuir a

aumentar el reciclaje y el cumplimiento de la Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP), desde diciembre de ese año Sodimac empezó a traspasar gradualmente los puntos limpios de su Red Nacional a ReSimple. Al cierre de 2025, 11 puntos limpios ya han sido traspasados a ReSimple. Todos siguen operados por la empresa especializada TriCiclos, que se adjudicó las licitaciones públicas realizada por esa entidad. Estos cuentan con monitores que enseñan a la comunidad a entregar los residuos limpios y secos, y ayudan a segregarlos. lo que reduce la contaminación, pero no la elimina.

Adicionalmente el Sistema de Gestión ha instalado nuevos puntos limpios en cinco tiendas Sodimac: HC Curicó, HC Los Angeles, HC Maitencillo, HC Ovalle y HC Linares.

Con el traspaso de sus puntos limpios, Sodimac pone a disposición de las metas de reciclaje nacional no solo infraestructura, sino un importante flujo de usuarios que visitan estos puntos desde hace 15 años y han sido parte de un proceso de educación y cambio cultural que se busca potenciar a nivel nacional.

ReSimple es un sistema regido por la ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP) que inició un servicio de recolección gratuita de residuos reciclables desde domicilios, además de operar puntos limpios y puntos verdes.



Reciclaje en Puntos Limpios			
	2023	2024	2025
Toneladas	2.599	2.653	1.996
Visitas	367.219	413.175	280.295

Fuente: TriCiclos

Materiales Reciclados 2025	
Vidrio	60%
Celulosa	29%
Plásticos	9%
Metal	2%

Fuente: TriCiclos

Fomento al reciclaje para clientes

Otras iniciativas de incentivo a los hábitos de reducción, reutilización y reciclaje:

- **Servicios de refacción y/o reciclaje a domicilio de muebles y línea blanca**, entre los que destacan lavadoras, refrigeradores y cocinas. En 2025, se recuperaron 19.996 muebles y 50.947 aparatos de línea blanca y pequeños aparatos electrónicos en desuso de los clientes.
- **Reciclaje de neumáticos**: Los usuarios pueden dejar los neumáticos en desuso en puntos de recolección habilitados especialmente en todas las tiendas Sodimac que tienen un Car Center. El servicio es totalmente gratuito y permite enviar estos residuos dañinos para el medioambiente a una planta que los utiliza como materia prima para elaborar nuevos productos.

La iniciativa se inserta en el rol activo de Sodimac en Neurol, el primer sistema de gestión colectivo de neumáticos usados y fuera de uso de Chile, creado en el marco de la ley REP.

En 2025, se reciclaron 10.141 unidades que totalizaron 110 toneladas.

- **Reciclaje de baterías**: La empresa suscribió en 2016 un Acuerdo de Producción Limpia (APL) y en ese marco ofrece en los Car Center y en todas sus tiendas Sodimac Homecenter un servicio gratuito para la recuperación y reciclaje de baterías fuera de uso de vehículos. En 2025 se recuperaron 7.077 baterías (93 toneladas).



Manejo de residuos eléctricos y electrónicos

Desde 2019, Sodimac adhiere a un APL orientado a generar un sistema de gestión colectivo sobre manejo de residuos de aparatos eléctricos y electrónicos (AEE) y a mejorar la información del sector.

Sus principales acciones han sido definir un modelo de inclusión de los recicladores de base en la gestión y manejo de estos materiales en cuanto a almacenamiento, transporte, pretratamiento y peligrosidad; elaborar un mapa de acciones y pilotos público-privados vigentes de recuperación y valorización de AEE posconsumo, para levantar datos confiables y extrapolables sobre la capacidad real de gestión, y el desarrollo de campañas educativas para la comunidad sobre el manejo de estos equipos.

Entre las principales actividades del año destacan:

- Una visita técnica de TRAEE a Colombia para conocer la experiencia de los principales sistemas de gestión de RAEE del país (Red Verde, Pilas con el Ambiente, Ecocomputo y Grupo Retorna), como insumo para el diseño del modelo chileno.
- La realización del Encuentro Estratégico de Líderes de Productores de AEE,

con el objetivo de reunir a los principales actores del sector y alinear los pasos para la conformación de un GRANSIC.

- Se realizaron reuniones con tres asociaciones gremiales de municipalidades —MSUR, AMUCH y AMUR— con el objetivo de iniciar instancias de colaboración para la gestión de RAEE a nivel nacional.
- Se firmó un convenio de colaboración entre CCS-TRAEE, MSUR y Pañiwe, con el objetivo de implementar pilotos de recolección y valorización de RAEE en tres comunas de Santiago durante 2026.
- CCS-TRAEE, junto a ChileValora, presentó un nuevo perfil ocupacional para recicladores de base de RAEE, orientado al reconocimiento y formalización de estas competencias.
- TRAEE firmó una carta de intención con la Municipalidad de Peñalolén, que establece las bases para un futuro convenio de colaboración, en el marco de la Ley REP, orientado a promover la gestión de RAEE en la comuna.
- En el año se avanzó en la elaboración del borrador de estatutos del Sistema de Gestión Colectivo TRAEE, con el objetivo de definir su modelo de gobernanza.

Participación en el Pacto Chileno por los Plásticos

La empresa participa desde 2019 en el Pacto Chileno por los Plásticos (PCP), iniciativa impulsada a nivel global por la Fundación Ellen MacArthur, y liderada en Chile por Fundación Chile y el Ministerio de Medio Ambiente que busca acelerar el cambio del modelo lineal que caracteriza a la mayoría de los envases y embalajes plásticos, por uno circular, que permita aprovechar todas las virtudes de este material, conservando su valor y utilidad durante el mayor tiempo posible. De esta manera, se reduce el impacto negativo de estos residuos.

Principales hitos 2025:

- Balance del primer ciclo (2019–2025) y anuncio del segundo ciclo al 2030, reafirmando la ambición en las metas de reducción, diseño circular y reciclaje de plásticos.
- Incorporación de la educación ambiental como quinta meta oficial, elevándola desde actividad complementaria a objetivo estratégico con indicadores formales desde 2026.
- Ratificación del respaldo internacional de la Ellen MacArthur Foundation y WRAP, consolidando al Pacto como referente regional en circularidad de plásticos.
- Relevancia de campañas ciudadanas y acciones de sensibilización, reconocidas como fundamentales para alcanzar los objetivos de economía circular y fomentar hábitos sostenibles en la ciudadanía.

Gestión del aserrín en Imperial

El aserrín es la principal fuente de residuos en Imperial, debido al alto volumen de tableros y melaminas procesadas. Dado esto, esta filial realiza esfuerzos continuos para optimizar su gestión. La empresa asegura el correcto funcionamiento de los sistemas de aspiración centralizada en las máquinas de corte, maximizando la eficiencia en la recolección de este material, el cual es enviado al aliado estratégico GESMA para su conversión en biomasa, contribuyendo de manera significativa a la generación de energía térmica sostenible y a la reducción del impacto ambiental.

En 2025 se convirtieron 318.580 kilos de aserrín.

Imperial y Ley REP

Imperial se adscribió formalmente al Sistema de Gestión de Residuos a través de Resimple, cumpliendo con las obligaciones establecidas por la Ley REP, y al mismo tiempo adhirió a sus principios, reafirmando el compromiso voluntario con la economía circular y la sostenibilidad. Esta incorporación permitió reportar la gestión de aproximadamente 600 toneladas de envases y embalajes puestos en el mercado durante 2025, asumiendo la responsabilidad extendida del productor y contribuyendo al cumplimiento de las metas nacionales de reciclaje.

Productos y Servicios Sostenibles

Sodimac cerró 2025 con una oferta de más de 9.500 productos y servicios que cumplen normas y exigencias establecidas por el área de control de calidad que permiten calificarlos de “sostenibles”. Más detalle en sección Proveedores de esta Memoria.

Servicio para la mantención sostenible de herramientas

Como parte de su oferta de productos y servicios sostenibles, para promover el consumo responsable y la disminución de residuos, en noviembre de 2024 Sodimac lanzó el Servicio de Mantención Preventiva de Herramientas en todas las tiendas del país. Los clientes pueden agendarlo en los mesones de postventa o en Sodimac.com.

Inicialmente el servicio contemplaba nueve categorías de herramientas para todas las marcas: sierras caladoras, sierras circulares, taladros, lijadoras de mano, motosierras, orilladoras, esmeriles angulares, generadores y cortadoras de césped. Dada la buena recepción, en 2025 se amplió a otras categorías de herramientas: Llaves de impacto, compresores de aire, herramientas multipropósito y demolidores, completando un total de 1.348 mantenciones durante el 2025.

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

Promoviendo la sustentabilidad

Empaques y diseño de productos

Sodimac tiene un programa de rightsizing que busca disminuir el consumo de plástico y cartón en los envases y embalajes de los productos que comercializa, y así minimizar los residuos potenciales. Con esto, logra un uso más eficiente de los espacios en contenedores, bodegas y tiendas con embalajes ajustados al tamaño del artículo. Así, se pueden trasladar más productos en un solo despacho, lo que permite generar menos emisiones de CO₂ por concepto de transporte.

En paralelo, se busca que el 100% de los envases y embalajes de los productos que se comercializan sean reciclables, partiendo por aquellos de marca propia. Actualmente, cerca del 90% de estos últimos es calificado como reciclable.

Educación y consumo responsable

Sodimac difunde y fomenta hábitos de cuidado del medioambiente y economía circular entre sus públicos de interés mediante plataformas propias (presencia en tiendas, catálogos, sitio web, campañas publicitarias y contenido de “Hágalo Usted Mismo”), buscando sensibilizar y generar cambios de conducta que contribuyan a combatir el cambio climático y sus efectos.

Apoyo a iniciativas público-privadas

Cada año Sodimac colabora con acciones en favor del planeta que impulsan diversas instituciones:

- **Certificaciones Programa HuellaChile:** Desde 2018, la empresa participa anualmente en esta iniciativa del Ministerio del Medio Ambiente para promover la cuantificación, reporte y gestión de los GEI en organizaciones públicas y privadas.

- **Programa Acelerador de la Ambición Climática:** La compañía forma parte desde 2007 de este programa de Pacto Global de Naciones Unidas, que entrega a las empresas conocimientos y habilidades para avanzar más rápidamente en ambición climática y fijar objetivos de disminución de emisiones en base a la ciencia y alineados con el escenario de 1,5°C del Acuerdo de París.
- **Alianza Unidos Por La Acción Climática:** Nacida originalmente en 2019, esta alianza fue relanzada en 2025 para reforzar el rol del sector privado en el cumplimiento de las metas climáticas, promoviendo la colaboración, la innovación y la transición hacia una economía baja en carbono. Reúne a organizaciones líderes para impulsar la transición climática del sector privado chileno, articulando esfuerzos en torno a la NDC 3.0 (2025–2035). Su Hoja de Ruta Climática —que prioriza 18 contribuciones, define 6 lineamientos estratégicos y establece 5 ejes de acción— se ha convertido en una guía clave para el sector empresarial. Sodimac participa como empresa auspiciadora, contribuyendo activamente a la articulación público-privada, impulsando la acción climática en su cadena de valor y reforzando el avance hacia un modelo de negocio más sostenible.
- **Make it Zero (EDRA/GHIN):** Iniciativa global que reúne a retailers y fabricantes de mejoramiento del hogar para reducir las emisiones de Alcance 3 mediante estándares de medición, datos comparables de proveedores, metas ambiciosas y acciones de reducción. En 2025,



Sodimac profundizó su rol como miembro activo en grupos de trabajo, presentó su programa de gestión de huella para proveedores en webinars sectoriales y ejecutó un piloto de la Training Academy con proveedores locales e internacionales. En 2026, la red lanzará el Supplier Engagement Standard y una estrategia de materiales de baja huella. Sodimac seguirá contribuyendo con su experiencia y red de socios.

• Grupo de Líderes Empresariales por la Acción Climática (CLG-Chile):

La empresa es miembro de CLG- Chile, en su compromiso de combatir el cambio climático a través de un completo programa de gestión ambiental.

- **La Hora del Planeta:** El 22 de marzo, Sodimac se sumó nuevamente a “La Hora del Planeta”, la mayor iniciativa global para generar conciencia sobre el cambio climático, apagando los letreros de las fachadas de sus tiendas, centros de distribución y oficinas administrativas. Además, realizó acciones de difusión de la actividad, invitando a trabajadores, clientes y a la comunidad a sumarse.

- **Chile Green Building Week:** Es el evento más relevante de la construcción sostenible en Chile. Sodimac es empresa socia de Chile Green Building Council (Chile GBC), que organiza Chile Green Building Week. En 2025, en el marco de este evento, la empresa fue reconocida por Chile GBC como socio destacado por su aporte a la construcción sostenible.

Cumplimiento de gestión ambiental

A través del Área de Medioambiente, dependiente de la Gerencia de Sostenibilidad y Cumplimiento, la empresa identifica riesgos y lidera iniciativas para cumplir con la normativa ambiental vigente y los compromisos adquiridos por su adhesión voluntaria a diversos acuerdos en esta materia. La Política de Sostenibilidad contempla, asimismo, ingresar declaraciones en el sistema de Registro de Emisiones y Transferencias de Contaminantes (RETC), del Ministerio del Medio Ambiente.

Los requerimientos legales que guían las acciones de la compañía en estos ámbitos abarcan doce puntos:

1. Manejo y disposición de residuos

Existen bodegas de almacenamiento temporal de residuos autorizadas por las Seremi de Salud, con su respectivo responsable en el sistema web RETC, donde cada retiro es declarado. Los movimientos se informan al Sistema Nacional de Declaración de Residuos (SINADER) y al Sistema de Declaración de Residuos Peligrosos (SIDREP). Se envía una actualización mensual de la base de datos.

2. Emisiones de fuentes fijas

Sodimac inscribe los grupos electrógenos y bombas de incendio de todas sus instalaciones y realiza un monitoreo mensual del consumo de combustible y

horas de uso de dichos equipos. También hace una declaración anual por tienda en el sistema RETC.

3. Contaminación lumínica

El tipo y ángulo de instalación de las luminarias exteriores se regula por una legislación especial para proteger de contaminación lumínica a los observatorios astronómicos que operan en las regiones de Antofagasta, Atacama y Coquimbo.

4. Casinos de alimentación

Además de cumplir con una serie de exigencias de infraestructura, una resolución sanitaria de la Seremi de Salud autoriza la operación de estas instalaciones.

5. Seguimiento Resolución de Calificación Ambiental (RCA)

Según ciertas condiciones, los proyectos se deben ingresar al Sistema de Evaluación de Impacto Ambiental a través de un EIA o DIA, lo que culmina con el otorgamiento de la RCA incorporando todo compromiso que lleve a obtener un permiso de operación.

6. Control de plagas

Para mantener condiciones de higiene y salubridad en resguardo de trabajadores y clientes, se aplican

procedimientos periódicos de control de plagas y sanitización, según los requerimientos de cada instalación.

7. Sustancias Peligrosas

Considera el gas licuado para grúas, pinturas y solventes, entre otras. Existen requisitos para la exhibición en locales comerciales.

8. Ley de Responsabilidad Extendida del Productor (REP)

Exige que las empresas fabricantes e importadoras de seis productos prioritarios se hagan cargo de ellos una vez terminada su vida útil.

9. Permisos Superintendencia de Electricidad y Combustibles

Rigen para instalaciones interiores eléctricas y de gas, y el almacenamiento de combustibles líquidos.

10. Permisos municipales

Tutelan los permisos de edificación y recepción definitiva, y la obtención de las patentes comerciales.

Sodimac no tuvo sanciones del Registro Público de Sanciones de la Superintendencia de Medio Ambiente ni multas asociadas en 2025.

11. Calificación industrial

Evalúa los riesgos respecto a daños y perjuicios que el funcionamiento de una instalación pueda causar a trabajadores, vecindario y comunidad, y las actividades eventualmente inofensivas, molestas, insalubres, contaminantes o peligrosas. Busca generar condiciones para que la localización de las actividades se ajuste a lo permitido en los Planos Reguladores Comunales y esté en armonía con el entorno residencial y medioambiental.

12. Informe sanitario

Indica el cumplimiento en un establecimiento industrial de las normas ambientales, de salud y seguridad. El artículo 83 del Código Sanitario dicta que debe ser exigido por las municipalidades, previo al otorgamiento de una patente definitiva para instalar, ampliar o trasladar industrias, actividades comerciales o de bodega.

Ruidos molestos

En 2025, no hubo denuncias formales a la Superintendencia del Medio Ambiente por ruidos molestos.

Anexos





Anexo 1

Resumen hechos esenciales del periodo

Durante el año 2025, Sodimac S.A. informó a la CMF, en carácter de hecho esencial, los siguientes hechos relevantes:

Hecho esencial 1 – 3 de abril de 2025

En sesión extraordinaria de esta misma fecha, 3 de abril de 2025, el directorio de Sodimac S.A. acordó convocar a los accionistas de la Sociedad a Junta Ordinaria de Accionistas para el día 16 de abril de 2025, a las 9:00 horas, en las oficinas de la Sociedad, ubicadas en Av. Presidente Riesco N°5685, piso 14, comuna de Las Condes, para tratar las materias propias de este tipo de juntas. En lo referente a los dividendos a distribuir, se acordó proponer a la Junta Ordinaria de Accionistas el reparto de \$0,0285 por acción como dividendo definitivo con cargo a las utilidades del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2024, el que se pagaría el día 30 de abril de 2025 a los accionistas que se encuentren inscritos en el Registro de Accionistas el quinto día hábil anterior a esa fecha.

Hecho esencial 2 – 16 de abril de 2025

En Junta Ordinaria de Accionistas de la Sociedad celebrada el día de hoy, se adoptaron los siguientes acuerdos:

1. Se aprobó la Memoria, Balance General, Estado de Resultados y Dictamen de Auditores Externos correspondientes al ejercicio terminado el día 31 de diciembre de 2024.

2. Se aprobó el reparto de un dividendo definitivo de \$0,0285 por acción, con cargo a las utilidades del ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2024, el que será pagado el día 30 de abril de 2025 a los accionistas titulares de acciones que se encuentren inscritos en el Registro de Accionistas el quinto día hábil anterior a esa fecha.
3. Se designó a la empresa Deloitte Auditores y Consultores Limitada como Auditores Externos para el ejercicio 2025, y a las empresas Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada y Clasificadora de Riesgo Humphreys Limitada como Clasificadoras de Riesgo.

Hecho esencial 3 – 28 de octubre de 2025

Con fecha de hoy, el Gerente General de la Sociedad, don Eduardo Mizón Friedemann, presentó al Directorio su renuncia a su cargo, con efectos al 31 de diciembre del presente año. El Directorio procederá a la designación de su reemplazo antes de dicha fecha. El Directorio manifiesta su profundo agradecimiento a don Eduardo Mizón, quien ha ocupado el cargo desde agosto de 2006. Especialmente agradecemos su valiosa contribución al crecimiento y transformación de la empresa. En este período, Sodimac se ha seguido consolidando como líder del mercado del mejoramiento del hogar en una industria muy desafiante en lo físico y digital. Valoramos la conducción que ha tenido la empresa bajo su cargo durante los casi 20 años en que la ha liderado.

Hecho esencial 4 – 3 de noviembre de 2025

En sesión extraordinaria celebrada con fecha de hoy, el Directorio de la Sociedad ha designado a don Sebastián Simonetti Vicuña en el cargo de Gerente General de la misma, con efectos a contar del 1 de enero de 2026 y en reemplazo de don Eduardo Mizón Friedemann, quien según ya se ha anunciado permanecerá en sus funciones hasta el 31 de diciembre de 2025.

Hecho esencial 5 – 15 de diciembre de 2025

La Sociedad ha tomado conocimiento del hecho que el Directorio de su matriz Falabella S.A. aprobó la Política de Elección de Directores en Filiales de la misma, la que es aplicable a todas sus filiales, incluyéndose entre ellas a Sodimac S.A. La política antes aludida fue establecida y difundida conforme a lo dispuesto en el artículo 92 bis de la ley N° 18.046, sobre Sociedades Anónimas, y la Norma de Carácter General N.°533 de la CMF, encontrándose a disposición de los accionistas de Falabella S.A. y el público en general a partir del 9 de diciembre de 2025 en el sitio web de Falabella <https://investors.grupofalabella.com>, así como en las oficinas de Falabella S.A. ubicadas en Avenida Presidente Riesco n.º 5685, piso 4, comuna de Las Condes, Santiago.

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

Anexo 2

Inventario de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI)

Medición en Sodimac

Huella de carbono Sodimac (en ktCO2e), incluye impacto de productos vendidos

Aspecto	2021	2022	2023	2024	2025	%
Huella de Carbono (método de mercado)	3.565	2.576	1.776	1.673	1.822	100%
Huella de Carbono (método de ubicación)	3.594	2.600	1.792	1.687	1.836	-
Alcance 1	11	11	10	11	10	0,5%
1.1 Combustión en fuentes fijas	0,9	1,0	0,5	1,7	1,7	0,1%
1.2 Combustión en fuentes móviles	6	7	6	6	5	0,3%
1.4 Emisiones fugitivas	3	3	3	3	4	0,2%
Alcance 2 (mercado)	10	7	7	5	4	0,2%
2.1 Consumo eléctrico (método de mercado)	10	7	7	5	4	0,2%
2.1 Consumo eléctrico (método de ubicación)	39	31	23	19	17	-
Alcance 3 (sin ciclo de vida productos vendidos)	549	485	255	284	419	23%
3.1 Insumos y servicios	1,0	0,9	0,7	0,6	0,7	0,0%
3.3 Manufactura combustibles de alcance 1	1,0	1,1	1,0	1,1	0,9	0,0%
3.4 Importación de productos a centros distribución	127	87	45	66	187	10,3%
3.4 Transporte centros de distribución a tiendas (furgón/camión plano)	36	39	24	27	28	1,5%
3.4 Transporte local gestionado por terceros	105	98	52	53	56	3,1%
3.4 Despacho de última milla (DAD)	9,9	8,7	4,4	3,6	3,4	0,2%
3.5 Residuos y reciclaje	16	15	12	11	12	0,7%
3.6 Viajes de negocio	0,9	0,8	0,9	2,1	1,0	0,1%
3.7 Transporte de colaboradores	14	13	11	11	11	0,6%
3.7 Electricidad en trabajo remoto	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,0%
3.9 Traslados de clientes a tiendas	237	220	102	107	118	6,5%
3.9 Electricidad clientes en comercio electrónico	1,9	1,7	0,7	0,8	0,7	0,0%

Aspecto	2021	2022	2023	2024	2025	%
Alcance 3 (ciclo de vida productos vendidos) *	2.995	2.073	1.504	1.374	1.389	76%
3.1 Fabricación productos comercializados	1.700	1.288	1.020	876	894	49%
3.11 Uso productos comercializados	1.085	624	395	364	336	18%
3.12 Disposición productos comercializados	210	161	90	134	160	9%

Fuente: Proyectae

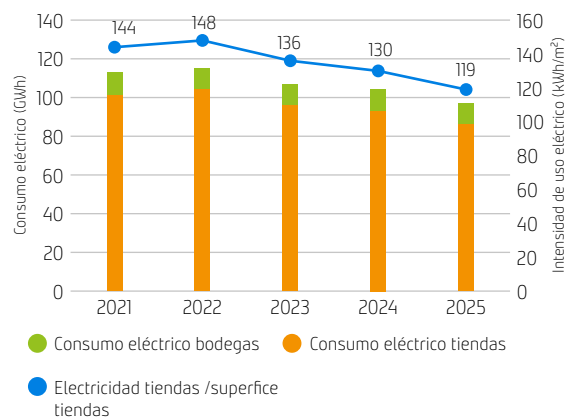
Las siguientes fuentes de emisión de alcance 3 no aplican o son consideradas no relevantes según ejercicio de materialidad: bienes de capital (3.2), activos arrendados “Aguas Arriba” (3.8), procesamiento de productos vendidos (3.10), activos arrendados “Aguas Abajo” (3.13), franquicias (3.14), inversiones (3.15). Las fuentes marcadas con asterisco (*) corresponden al impacto de los productos comercializados, fuente de emisión que se comenzó a reportar desde 2021. Se reexpresan las emisiones de alcance 2 y la categoría de alcance 3 Transporte centros de distribución a tiendas, reportadas en 2024, dado que se recibió la certificación de electricidad renovable de algunas tiendas y se actualizaron algunos datos de viajes realizados, respectivamente.

Intensidad de emisión de gases de efecto invernadero

Indicador	Unidad	2021	2022	2023	2024	2025
Emisiones de GEI 1 + 2	k tCO ₂ e	21	19	17	16	14
Alcance 1	k tCO ₂ e	11	11	10	11	10
Alcance 2	k tCO ₂ e	10	7	7	5	4
Superficie tiendas	mil m ²	699	702	711	715	724
Emisiones de GEI 1 + 2 / m ² tienda	kgCO ₂ e/m ²	29	27	24	22	19
Reducción acumulada vs. 2021	%	Base	-9%	-16%	-24%	-33%

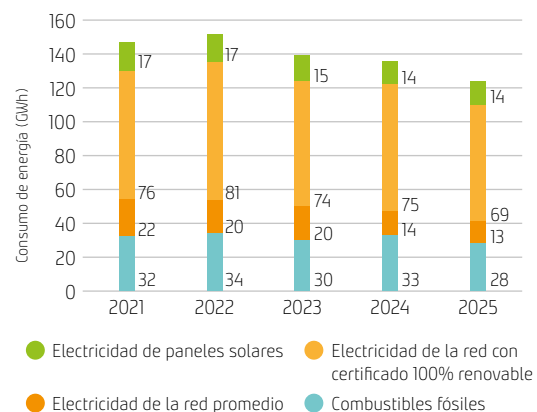
Fuente: Proyectae

Intensidad de uso eléctrico (kWh/m²)



Fuente: Proyectae

Distribución de consumo energético según fuente de origen



Fuente: Proyectae

En línea con el compromiso del grupo Falabella, la meta de reducción de emisiones de Sodimac de alcance 1 y 2 es:

- Reducir 65% las emisiones de alcance 1 y 2 al año 2030 con respecto a 2021.
- Reducir 90% las emisiones de alcance 1 y 2 al año 2035 con respecto a 2021 (Net-Zero).

Aspecto	k tCO ₂ e	%
Línea base Huella de Carbono 2021	21	base
Meta Huella de Carbono 2030	7	-65%
Meta Huella de Carbono 2034	2	-90%
Avance Huella de Carbono 2025	14	-33%

Sodimac ha logrado reducir sus emisiones 33% respecto a la línea base del año 2021, manteniéndose alineado a cumplir la meta de reducción de 65% al año 2030.

Nota: Dada la evolución conceptual que ha tenido la materia a nivel mundial, se aclara que "Cero Emisiones Netas" significa que la empresa se compromete a hacer una contribución con foco en reducir sus emisiones y comprando créditos de carbono equivalentes a las emisiones remanentes no reducidas en ese año.

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

▶ Anexo 3
Tiendas

Sodimac cuenta con 74 tiendas Sodimac y 13 de su filial Imperial, con una superficie de venta total de 791.967 m². Todas estas instalaciones son arrendadas, algunas de ellas a otras unidades del grupo Falabella.

N°	Tiendas	Dirección	Comuna	Región
1	Sodimac Arica	Av. Santa María 2985	Arica	Arica y Parinacota
2	Sodimac Alto Hospicio	Av. Los Aromos 2780	Alto Hospicio	Tarapacá
3	Sodimac Iquique	Héroes de la Concepción 2311	Iquique	Tarapacá
4	Constructor Antofagasta	Av. Antonio Rendic 6852	Antofagasta	Antofagasta
5	Sodimac Antofagasta	Balmaceda 2355	Antofagasta	Antofagasta
6	Sodimac Antofagasta La Portada	Av. Pedro Aguirre Cerda 10578	Antofagasta	Antofagasta
7	Sodimac Calama	Balmaceda 3398	Calama	Antofagasta
8	Sodimac Copiapó	Av. Panamericana Sur 140	Copiapó	Atacama
9	Sodimac Copiapó Cordillera	Los Carrera 4723	Copiapó	Atacama
10	Sodimac Vallenar	Av. Huasco 175	Vallenar	Atacama
11	Sodimac Coquimbo	Ruta 5 Norte 849	Coquimbo	Coquimbo
12	Sodimac La Serena	Av. Francisco de Aguirre N°02	La Serena	Coquimbo
13	Sodimac La Serena Balmaceda	Av. José Manuel Balmaceda 2885	La Serena	Coquimbo
14	Sodimac Ovalle	Prolongación Benavente 1075	Ovalle	Coquimbo
15	Constructor Valparaíso	Yungay 2516	Valparaíso	Valparaíso
16	Sodimac San Antonio	21 de Mayo 950	San Antonio	Valparaíso
17	Sodimac Quinta Vergara	Av. Valparaíso 1070	Viña del Mar	Valparaíso
18	Constructor Viña del Mar	Limache 3119	Viña del Mar	Valparaíso
19	Sodimac Viña del Mar	15 Norte 961	Viña del Mar	Valparaíso
20	Sodimac Maitencillo	Centro Comercial Marbella, Vía F-30E esquina Vía 124, Local 13, Maitencillo	Puchuncaví	Valparaíso
21	Sodimac El Belloto	Av. Freire 1351	Quilpué	Valparaíso

N°	Tiendas	Dirección	Comuna	Región
22	Sodimac Quillota	Ramón Freire 1551	Quillota	Valparaíso
23	Sodimac San Felipe	Tocornal 2810	San Felipe	Valparaíso
24	Sodimac Reñaca Alto	Open Plaza Santa Julia, Av. Alessandri 4025, Reñaca Alto	Viña del Mar	Valparaíso
25	Sodimac La Calera	Prolongación JJ Pérez 12.010	La Calera	Valparaíso
26	Constructor Cantagallo	Av. Las Condes 12422	Las Condes	Metropolitana
27	Sodimac Cerrillos	Av. Américo Vespucio 1501	Cerrillos	Metropolitana
28	Sodimac El Bosque	Gran Avenida 10375, Open Plaza	El Bosque	Metropolitana
29	Sodimac Estación Central	San Francisco de Borja 402	Estación Central	Metropolitana
30	Sodimac Huechuraba	Av. Américo Vespucio 1737	Huechuraba	Metropolitana
31	Sodimac Independencia	Av. Independencia 565	Independencia	Metropolitana
32	Sodimac Kennedy	Av. Pdte. Kennedy 5601	Las Condes	Metropolitana
33	Sodimac La Reina	Av. Jorge Alessandri 1347	La Reina	Metropolitana
34	Sodimac Las Condes	Av. Las Condes 11049	Las Condes	Metropolitana
35	Sodimac Los Dominicos	Av. Padre Hurtado Sur 875	Las Condes	Metropolitana
36	Sodimac Maipú	Av. Pajaritos 4444	Maipú	Metropolitana
37	Sodimac Mall Tobalaba	Camilo Henríquez 3692, Mall Tobalaba	Puente Alto	Metropolitana
38	Sodimac Melipilla	Av. Vicuña Mackenna 1415	Melipilla	Metropolitana
39	Sodimac Nueva La Florida	Av. J.P. Alessandri 6402	La Florida	Metropolitana
40	Sodimac Ñuble	Av. Vicuña Mackenna 1700	Ñuñoa	Metropolitana
41	Sodimac Ñuñoa	Av. Américo Vespucio 925	Ñuñoa	Metropolitana
42	Sodimac Plaza Vespucio	Av. Américo Vespucio 7310	La Florida	Metropolitana
43	Sodimac Puente Alto	Av. Concha y Toro 1315	Puente Alto	Metropolitana

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

N°	Tiendas	Dirección	Comuna	Región
44	Sodimac Quilicura	Av. M. Antonio Matta 581	Quilicura	Metropolitana
45	Sodimac Quilín	Altos del Parque Sur 5800	Peñalolén	Metropolitana
46	Sodimac San Bernardo	Jorge Alessandri Rodríguez 2040, Mall Plaza Sur	San Bernardo	Metropolitana
47	Sodimac San Miguel	Gran Avenida 5508	San Miguel	Metropolitana
48	Sodimac Talagante	Avda. Bernardo O' Higgins 2337	Talagante	Metropolitana
49	Constructor Rancagua	Koke 011	Rancagua	O'Higgins
50	Sodimac Rancagua	Av. Alberto Einstein 297	Rancagua	O'Higgins
51	Sodimac San Fernando	Av. Libertador Bernardo O'Higgins 0450.Ruta I-50	San Fernando	O'Higgins
52	Sodimac Santa Cruz	Rafael Casanova 412	Santa Cruz	O'Higgins
53	Sodimac Talca	Plaza Maule Shopping Center. Av. 2 Norte 3344	Talca	Maule
54	Sodimac Cauquenes	Errázuriz 700	Cauquenes	Maule
55	Sodimac Linares	Av. León Bustos 0376	Linares	Maule
56	Sodimac Talca-Colín	Av. Colín 0635	Talca	Maule
57	Sodimac Curicó	Av. Carlos Condell 1192	Curicó	Maule
58	Sodimac Chillán	Av. Ecuador 599	Chillán	Ñuble
59	Sodimac Los Ángeles	Av. Alemania 850	Los Ángeles	Biobío
60	Sodimac Coronel	Av. Carlos Prat 0901	Coronel	Biobío
61	Sodimac Mall Plaza El Trébol	Av. Pdte. Jorge Alessandri 3177	Talcahuano	Biobío
62	Sodimac Autopista Talcahuano	Autopista Concepción-Talcahuano 9200	Hualpén	Biobío
63	Sodimac Biobío	Av. Los Carrera Poniente 301	Concepción	Biobío
64	Sodimac Angol	Av. Bernardo O' Higgins 1744	Angol	Araucanía

N°	Tiendas	Dirección	Comuna	Región
65	Sodimac Temuco Cautín	Caupolicán 0457	Temuco	Araucanía
66	Sodimac Temuco Los Pablos	Avenida Las Encinas 2470	Temuco	Araucanía
67	Sodimac Villarrica	Av.Saturnino Epulef S/N, Km 0.1	Villarrica	Araucanía
68	Sodimac Valdivia	Av. Picarte 3349	Valdivia	Los Ríos
69	Sodimac Osorno	René Soriano 2619	Osorno	Los Lagos
70	Sodimac Puerto Montt	Av. Presidente Ibáñez 650	Puerto Montt	Los Lagos
71	Sodimac Chiloé	Ruta 5 Sur 2456, sector Ten Ten	Castro-Chiloé	Los Lagos
72	Sodimac Puerto Montt Alerce	Av. Ferrocarril 2001	Puerto Montt	Los Lagos
73	Sodimac Coyhaique	Av. Ogana 869	Coyhaique	Aysén
74	Sodimac Punta Arenas	Av. Pdte. Eduardo Frei Montalva 1400	Punta Arenas	Magallanes
75	Imperial Santa Rosa	Av. Santa Rosa 7850	La Granja	Metropolitana
76	Imperial Mapocho	Calle Mapocho 5906	Quinta Normal	Metropolitana
77	Imperial Maipú	Av. Alberto Llona 1153	Maipú	Metropolitana
78	Imperial Vespucio	Av. Américo Vespucio 1030	Peñalolén	Metropolitana
79	Imperial Huechuraba	Av. Américo Vespucio 1399	Huechuraba	Metropolitana
80	Imperial La Serena	Av. Balmaceda 3070	La Serena	Coquimbo
81	Imperial Valparaíso	Av. Independencia 3033	Valparaíso	Valparaíso
82	Imperial Reñaca	Camino Internacional 1025	Viña del Mar	Valparaíso
83	Imperial Rancagua	Calle La Cruz 01000	Rancagua	O'Higgins
84	Imperial Talca	Av. San Miguel 2687	Talca	Maule
85	Imperial Concepción	Tucapel 1259	Concepción	Biobío
86	Imperial Temuco	Av. Caupolicán 1151	Temuco	Araucanía
87	Imperial Puerto Montt	Pilpilco 200, Parque Industrial, Camino a Pargua	Puerto Montt	Los Lagos

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

 Anexo 4
Índice NGC 461

Sección	Indicador	Sub. indicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Perfil de la entidad	Misión, visión, propósito y valores	-	2.1.	-	-	16
Perfil de la entidad	Información histórica	-	2.2	-	-	17-18
Perfil de la entidad	Propiedad	Situación de control	2.3.1	-	-	15,23
Perfil de la entidad	Propiedad	Cambios importantes en la propiedad o control	2.3.2	-	-	15,23
Perfil de la entidad	Propiedad	Identificación de socios o accionistas mayoritarios	2.3.3	-	-	23
Perfil de la entidad	Propiedad	Acciones, sus características y derechos	2.3.4	i	-	23
Perfil de la entidad	Propiedad	Acciones, sus características y derechos	2.3.4	ii.	-	23
Perfil de la entidad	Propiedad	Acciones, sus características y derechos	2.3.4	iii.	a)	23
Perfil de la entidad	Propiedad	Acciones, sus características y derechos	2.3.4	iii.	b)	23
Perfil de la entidad	Propiedad	Acciones, sus características y derechos	2.3.4	iii.	c)	23
Perfil de la entidad	Propiedad	Otros valores	2.3.5	-	-	23
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	i.	-	25
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	ii.	-	25,53
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	iii.	-	46

Sección	Indicador	Sub. indicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	iv.	-	58-60
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	v.	-	67-68
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	vi.	-	85-86
Gobierno corporativo	Marco de gobernanza	-	3.1	vii.	-	85-86
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	i.	-	26
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	ii.	-	26
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	iii.	-	26
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	iv.	-	26
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	v.	-	26
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	vi.	-	29
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	vii.	-	31
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	viii.	-	25
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	ix.	a)	27
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	ix.	b)	27-28
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	ix.	c)	27-28
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	x.	-	27
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xi.	-	27
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xii.	a)	27
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xii.	b)	27
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xii.	c)	34,51
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xii.	d)	27
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	a)	26
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	b)	26
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	c)	26
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	d)	26

Sección	Indicador	Sub. indicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	e)	26
Gobierno corporativo	Directorio	-	3.2	xiii.	f)	29
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	i.	-	28
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	ii.	-	28
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	iii.	-	29
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	iv.	-	28-29
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	v.	-	29
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	vi.	-	28-29
Gobierno corporativo	Comités del Directorio	-	3.3	vii.	-	28
Gobierno corporativo	Ejecutivos principales	-	3.4	i.	-	30-31
Gobierno corporativo	Ejecutivos principales	-	3.4	ii.	-	32
Gobierno corporativo	Ejecutivos principales	-	3.4	iii.	-	28
Gobierno corporativo	Ejecutivos principales	-	3.4	iv.	-	28,32
Gobierno corporativo	Adherencia a códigos nacionales o internacionales	-	3.5	-	-	25,56
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	i.	-	36-48
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ii.	a)	36-48
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ii.	b)	40
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ii.	c)	32,36-38
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ii.	d)	45
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ii.	e)	43-44
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	iii.	-	36-37,47
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	iv.	-	37
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	v.	-	37
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	vi.	-	37,48
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	vii.	-	33-34

Sección	Indicador	Sub. indicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	viii.	-	40
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	ix.	-	34,51
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	x.	-	79
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	xi.	-	32,79
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	xii.	-	32,79
Gobierno corporativo	Gestión de riesgos	-	3.6.	xiii.	-	33
Gobierno corporativo	Relación con los grupos de interés y el público en general	-	3.7.	i.	-	58-61
Gobierno corporativo	Relación con los grupos de interés y el público en general	-	3.7.	ii.	-	58-61
Gobierno corporativo	Relación con los grupos de interés y el público en general	-	3.7.	iii.	-	27, 59-60
Gobierno corporativo	Relación con los grupos de interés y el público en general	-	3.7.	iv.	-	27, 59-60
Estrategia	Horizontes de tiempo	-	4.1.	-	-	69
Estrategia	Objetivos estratégicos	-	4.2.	-	-	19-20,62-64
Estrategia	Planes de inversión	-	4.3	-	-	69
Personas	Dotación de personal	-	5.1.1	-	-	73,75
Personas	Dotación de personal	-	5.1.2	-	-	73,74
Personas	Dotación de personal	-	5.1.3	-	-	73,75
Personas	Dotación de personal	-	5.1.4	-	-	73,75
Personas	Dotación de personal	-	5.1.5	-	-	73,75
Personas	Formalidad laboral	-	5.2	-	-	73
Personas	Adaptabilidad laboral	-	5.3	-	-	73
Personas	Equidad salarial por sexo	-	5.4.1	-	-	80,85
Personas	Equidad salarial por sexo	-	5.4.2	-	-	80
Personas	Acoso laboral y sexual	-	5.5	-	-	34-35,87

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

Sección	Indicador	Sub. indicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Personas	Seguridad laboral	-	5.6	-	-	88-89
Personas	Permiso postnatal	-	5.7	-	-	85
Personas	Capacitación y beneficios	-	5.8	i.	-	77
Personas	Capacitación y beneficios	-	5.8	ii.	-	77
Personas	Capacitación y beneficios	-	5.8	iii.	-	77
Personas	Capacitación y beneficios	-	5.8	iv.	-	77-78
Personas	Capacitación y beneficios	-	5.8	v.	-	82-84
Personas	Política de subcontratación	-	5.9	-	-	91
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	i.	-	66, 153, [ME1.1]
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	ii.	-	66, 154, [ME2.1]
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	iii.	-	32-35,128
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	iv.	-	15, 128
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	v.	-	51, 58-60
Modelo de negocios	Sector industrial	-	6.1	vi.	-	61
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	i.	-	7, 66
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	ii.	-	66
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	iii.	-	93
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	iv.	-	102
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	v.	-	7 71
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	vi.	-	71
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	vii.	-	71
Modelo de negocios	Negocios	-	6.2	viii.	-	67-71
Modelo de negocios	Grupos de interés	-	6.3	-	-	55-58
Modelo de negocios	Propiedades e instalaciones	-	6.4	i.	-	6-8, 133-134
Modelo de negocios	Propiedades e instalaciones	-	6.4	ii.	-	No aplica

Sección	Indicador	Sub. indicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Modelo de negocios	Propiedades e instalaciones	-	6.4	iii.	-	69, 133
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	i.	-	153-156
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	ii.	-	153-156
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	iii.	-	153-156
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	iv.	-	153-156
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	v.	-	153-156
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	vi.	-	153-156
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	vii.	-	153-156
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	viii.	-	153-156
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	ix.	-	153-156
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.1	x.	-	153-156
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.2	i.	-	No aplica
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.2	ii.	-	No aplica
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.2	iii.	-	No aplica
Modelo de negocios	Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	-	6.5.2	iv.	-	No aplica

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS



Sección	Indicador	Sub. indicador	Referencia	Numeral	Punto	Página
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	-	-	95
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	i.	-	95
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	ii.	-	95
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	iii.	-	95
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	iv.	-	93,95
Gestión de proveedores	Pago a proveedores	-	7.1	v.	-	95
Gestión de proveedores	Evaluación de proveedores	-	7.2	-	-	95-97
Indicadores	Cumplimiento legal y normativo	-	8.1.1	-	-	102-109
Indicadores	Cumplimiento legal y normativo	-	8.1.2	-	-	32-35, 90
Indicadores	Cumplimiento legal y normativo	-	8.1.3	-	-	124-128
Indicadores	Cumplimiento legal y normativo	-	8.1.4	-	-	40,44,50
Indicadores	Cumplimiento legal y normativo	-	8.1.5	-	-	32,48
Indicadores	Indicadores de sostenibilidad por tipo de industria	-	8.2	-	-	139
Hechos relevantes o esenciales		-	9	-	-	130
Comentarios de accionistas y del comité de directores		-	10	-	-	Información no disponible o incompleta
Informes financieros		-	11	-	-	144-157

► Anexo 5
Índice SASB

Tema	Parámetro de contabilidad/actividad	Categoría	Unidad de medida	Código	Página
Gestión de la energía en el comercio minorista y la distribución	1) Total de energía consumida, (2) porcentaje de electricidad de la red, (3) porcentaje de renovables	Cuantitativo	Gigajulios (GJ), porcentaje (%)	CG-MR-130a.1	121,132
Seguridad de los datos	Descripción del enfoque para identificar y abordar los riesgos para la seguridad de los datos	Debate y análisis	n/a	CG-MR-230a.1	40
Seguridad de los datos	1) Número de filtraciones de datos, (2) porcentaje que implica información de identificación personal (PII), (3) número de clientes afectados	Cuantitativo	Número, porcentaje (%)	CG-MR-230a.2	40
Prácticas laborales	1) Salario medio por hora y 2) porcentaje de empleados de tienda que ganan el salario mínimo, por región	Cuantitativo	Divisa para comunicar, porcentaje (%)	CG-MR-310a.1	79-80
Prácticas laborales	Tasa de rotación (1) voluntaria y (2) involuntaria de los empleados de tienda	Cuantitativo	Velocidad	CG-MR-310a.2	76
Prácticas laborales	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con las infracciones de la legislación laboral	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-MR-310a.3	36, 90
Diversidad e inclusión en la fuerza laboral	Porcentaje de representación de géneros y grupos raciales/étnicos en (1) la dirección y (2) todos los demás empleados	Cuantitativo	Porcentaje (%)	CG-MR-330a.1	74
Diversidad e inclusión en la fuerza laboral	Importe total de las pérdidas monetarias como resultado de los procedimientos judiciales relacionados con la discriminación en el empleo.	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-MR-330a.2	34-35,85
Abastecimiento, embalaje y marketing de productos	Ingresos de productos certificados por terceros según los estándares de sostenibilidad ambiental o social	Cuantitativo	Divisa para comunicar	CG-MR-410a.1	99
Abastecimiento, embalaje y marketing de productos	Análisis de los procesos para evaluar y gestionar los riesgos o peligros asociados a las sustancias químicas en los productos	Debate y análisis	n/a	CG-MR-410a.2	92-94
Abastecimiento, embalaje y marketing de productos	Análisis de las estrategias para reducir el efecto ambiental de los embalajes	Debate y análisis	n/a	CG-MR-410a.3	125-127
Parametros de actividad	Número de: (1) ubicaciones de venta al por menor y (2) centros de distribución	Cuantitativo	Número	CG-MR-000.A	8,133-134
Parametros de actividad	Superficie total de: (1) espacio de venta al por menor y (2) centros de distribución	Cuantitativo	Metros cuadrados (m2)	CG-MR-000.B	6

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

► Anexo 6
Índice GRI

Declaración de uso	Sodimac S.A. ha elaborado el informe conforme a los Estándares GRI para el periodo comprendido entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2024.
GRI 1 usado	GRI 1: Fundamentos 2021
Estándares Sectoriales GRI aplicables	-

ESTÁNDARES GRI				
Categoría Contenidos Generales				OMISION
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	EXPLICACIÓN
GRI 2: Contenidos Generales 2021	2-1	Detalles organizacionales	2,6	
	2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	2,6	
	2-3	Periodo objeto del informe, frecuencia y punto de contacto	2	
	2-4	Actualización de la información	-	No hay reformulaciones durante el periodo
	2-5	Verificación externa	145	
GRI 2: Contenidos Generales 2021 2. Actividades y trabajadores	2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	7	
	2-7	Empleados	73-75	
	2-8	Trabajadores que no son empleados	91	

ESTÁNDARES GRI				
Categoría Contenidos Generales				OMISION
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	EXPLICACIÓN
GRI 2: Contenidos Generales 2021 3. Gobernanza	2-9	Estructura de gobernanza y composición	26, 30-31	
	2-10	Designación y selección del máximo órgano de gobierno	26-28	
	2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	26	
	2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de los impactos	25-28,32-33,56	
	2-13	Delegación de la responsabilidad de gestión de los impactos	28,56	
	2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la presentación de informes de sostenibilidad	56	
	2-15	Conflictos de interés	25-28,46	
	2-16	Comunicación de inquietudes críticas	-	Información no disponible o incompleta
	2-17	Conocimientos colectivos del máximo órgano de gobierno	27	Restricciones de confidencialidad
	2-18	Evaluación del desempeño del máximo órgano de gobierno	27	
	2-19	Políticas de remuneración	32,79-80	
	2-20	Proceso para determinar la remuneración	-	Restricciones de confidencialidad
	2-21	Ratio de compensación total anual	-	Restricciones de confidencialidad

ESTÁNDARES GRI				
Categoría Contenidos Generales				OMISION
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página	EXPLICACIÓN
GRI 2: Contenidos Generales 2021 4. Estrategia, políticas y prácticas	2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	4-5	
	2-23	Compromisos y políticas	16,46,49-50, 53,94,118,132	
	2-24	Incorporación de los compromisos y políticas	16,46,49-50,53,94,118	
	2-25	Procesos para remediar los impactos negativos	32-35, 49, 94,102-105	
	2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	32-35	
	2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	32-34,128	
	2-28	Afiliación a asociaciones	61	
GRI 2: Contenidos Generales 2021 5. Participación de los grupos de interés	2-29	Enfoque para la participación de los grupos de interés	58-60	
	2-30	Convenios de negociación colectiva	90	

ESTÁNDARES GRI			
INDICE DE CONTENIDOS GRI			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 3: Temas Materiales 2021	3-1	Proceso de determinación de los temas materiales	55
	3-2	Lista de temas materiales	55
	3-3	Gestión de los temas materiales	56-57
Lista de Temas Materiales		Descripción de impactos, políticas. Medidas	53-57

Categoría Económica			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 201: Desempeño Económico	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	146
GRI 202: Presencia en el Mercado	202-1	Ratio del salario de categoría inicial estándar por sexo frente al salario mínimo local	80
	202-2	Proporción de altos ejecutivos contratados de la comunidad local	74,76
GRI 203: Impactos económicos indirectos	203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados	112-113
GRI 204: Prácticas de Adquisición	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	93
GRI 205: Lucha contra la corrupción	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	95
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	32,40
	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	34-35
GRI 206: Prácticas de competencia desleal	206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	32
GRI 207: Impuestos	207-1	Enfoque de impuestos	50

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

Categoría Medioambiente			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 302: Energía	302-1	Consumo energético dentro de la organización	121
	302-3	Intensidad energética	132
	302-4	Reducción del consumo energético	118-119, 121
GRI 303: Agua y efluentes	303-5	Consumo de agua	122
GRI 305: Emisiones	305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	118-119
	305-2	Emisiones indirectas de GEI al generar energía (alcance 2)	118-119
	305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	118-119
	305-4	Intensidad de las emisiones de GEI	131-132
	305-5	Reducción de las emisiones de GEI	118-119, 131-132
GRI 306: Efluentes y Residuos	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	123-125
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	123-124
	306-3	Residuos generados	123-124
	306-4	Residuos no destinados a eliminación	123-124
	306-5	Residuos destinados a eliminación	123-124
GRI 307: Cumplimiento regulatorio	307-1	Incumplimiento de la legislación y normativa ambiental	128
GRI 308: Evaluación ambiental de los proveedores	308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	95

Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 401: Empleo	401-1	Nuevas contrataciones de empleados y rotación de personal	76
	401-2	Prestaciones para los empleados a tiempo completo que no se dan a los empleados a tiempo parcial o temporales	84
	401-3	Permiso parental	85
GRI 403: Salud y Seguridad en el Trabajo	403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	88-89
	403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	88-89
	403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	88-89
	403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	88-89
	403-6	Fomento de la salud de los trabajadores	88-89
	403-8	Cobertura del sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	88-89
	403-9	Lesiones por accidente laboral	88
	403-10	Dolencias y enfermedades laborales	88
	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	77
	404-2	Programas para mejorar las aptitudes de los empleados y programas de ayuda a la transición	77-78
GRI 404: Capacitación y Educación	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	79
	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	26,73
GRI 405: Diversidad e Igualdad de Oportunidades	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	80
GRI 406: No Discriminación	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	34-35

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMACGOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS



Categoría Desempeño Social			
ESTÁNDAR	Código Estándares	Indicadores	Página
GRI 407: Libertad de asociación y negociación colectiva	407-1	Operaciones y proveedores cuyo derecho a la libertad de asociación y negociación colectiva podría estar en riesgo	90
GRI 412: Evaluación de derechos humanos	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	49
GRI 413: Comunidades locales	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y programas de desarrollo	111-114
	413-2	Operaciones con impactos negativos significativos –reales o potenciales– en las comunidades locales	111
GRI 414: Evaluaciones de los proveedores en temas sociales	414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y medidas tomadas	95-96
GRI 415: Política Pública	415-1	Contribución a partidos y/o representantes políticos	Sodimac no realiza contribuciones políticas
GRI 416: Salud y Seguridad de los clientes	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	96-97,106
	416-2	Casos de incumplimiento relativos a los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos y servicios	106-107
GRI 417: Etiquetados de los productos y servicios	417-1	Requerimientos para la información y el etiquetado de productos y servicios	96-97,106
	417-2	Casos de incumplimiento relacionados con la información y el etiquetado de productos y servicios	106-107
	417-3	Casos de incumplimiento relacionados con comunicaciones de marketing	106-107
GRI 418: Privacidad de los clientes	418-1	Reclamaciones fundamentadas relativas a violaciones de la privacidad del cliente y pérdida de datos del cliente	40

Estados financieros

Índice

- Informe del auditor independiente
- Estado de situación financiera clasificado consolidado
- Estado de resultado por función consolidado
- Estado de resultado integral consolidado
- Estado de cambios en el patrimonio consolidado
- Estado de flujo de efectivo consolidado
- Análisis razonado de los estados financieros consolidados
- Información sobre filiales
- Relación de propiedad directa e indirecta entre Sodimac y subsidiarias
- Declaración de responsabilidad y suscripción de la Memoria

Los Estados Financieros de Sodimac están disponibles en el sitio en Internet de la Comisión para el Mercado Financiero y en el sitio web de la empresa.

<https://sodimac.falabella.com/sodimac-cl/page/estados-financieros>

INFORME DEL AUDITOR INDEPENDIENTE

A los Señores Accionistas y Directores de
Sodimac S.A.

Opinión

Hemos auditado los estados financieros consolidados de Sodimac S.A. y Filiales (el Grupo), que comprenden el estado de situación financiera consolidado al 31 de diciembre de 2025, los estados consolidados de resultados, de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo correspondientes al año terminado en esa fecha, y las notas a los estados financieros consolidados, incluyendo información de las políticas contables materiales.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados adjuntos presentan razonablemente, en todos los aspectos materiales, la situación financiera consolidada de Sodimac S.A. y Filiales al 31 de diciembre de 2025, sus resultados consolidados y flujos de efectivo consolidados correspondientes al año terminado en esa fecha, de conformidad con las Normas de Contabilidad de las Normas Internacionales de Información Financiera, emitidas por el International Accounting Standards Board.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Chile. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección “Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados” de nuestro informe. Somos independientes del Grupo de conformidad con el Código de Ética del Colegio de Contadores de Chile, y hemos cumplido las demás responsabilidades de ética de conformidad con esos requerimientos. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Asuntos clave de la auditoría

Los asuntos clave de la auditoría son aquellos asuntos que, según nuestro juicio profesional, han sido de la mayor significatividad en nuestra auditoría de los estados financieros consolidados del año actual. Estos asuntos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de los estados financieros consolidados como un todo y en la formación de nuestra opinión sobre éstos, y no expresamos una opinión por separado sobre esos asuntos.

Ambiente de los sistemas de información

Sodimac S.A. y filiales depende significativamente de sistemas tecnológicos altamente desarrollados para el procesamiento y registro de sus operaciones. La complejidad de estos sistemas, junto con la cantidad de datos procesados y la automatización de controles, podría propiciar el riesgo de errores materiales o de accesos no autorizados, lo que podría afectar la integridad de la información financiera.

En este contexto, resulta importante evaluar aspectos como la organización del área de Tecnología y Operaciones del Grupo, gestión de accesos, cambios en los sistemas y aplicaciones, desarrollo de nuevos programas y controles automatizados de los procesos de negocio relevantes.

Al respecto, la Administración monitorea el control interno de los sistemas de información, incluyendo los servicios prestados por terceros y el soporte de los procesos de tecnología del Grupo.

Dado lo anterior, consideramos esta área como un asunto clave para nuestra auditoría.

Como nuestra auditoría abordó el asunto clave de auditoría

Para ello se han realizado procedimientos sobre la efectividad del diseño y operatividad de los controles claves y pruebas sustantivas relacionadas con:

- La función de gobierno de TI
- Evaluar el diseño y la implementación de los controles generales de tecnología de la información (ITGC), incluyendo los controles de acceso y seguridad lógica, controles de cambios y controles de operaciones, sobre las aplicaciones, sistemas operativos y bases de datos que soportan la información relevante financiera.
- Probar, sobre una base selectiva, la eficacia operativa de los controles automáticos relevantes para los procesos financieros clave.
- Revisar la gestión de incidentes tecnológicos significativos durante el ejercicio y sus resoluciones.
- Evaluar los procesos de respaldo y recuperación ante desastres para asegurar la continuidad de las operaciones.
- Mantenimiento de las operaciones informáticas, incluyendo el entendimiento de la respuesta de la Administración a los riesgos de ciberseguridad.
- Involucrar a nuestros especialistas en TI para probar la integridad y exactitud de los reportes críticos para los estados financieros y, además las interfaces entre sistemas.
- Revisar los reportes de auditorías internas y externas de los sistemas tecnológicos.
- Verificar la adecuación de las revelaciones en los estados financieros relacionadas con riesgos tecnológicos y controles asociados.

De acuerdo con los resultados de nuestros procedimientos anteriores no hemos identificado observaciones relevantes sobre este asunto clave de auditoría.

Existencia y valuación de los inventarios

Al 31 de diciembre de 2025, el Grupo mantiene inventarios que ascienden a M\$410.949.737, de acuerdo con lo revelado en la Nota 8 a los estados financieros consolidados. Estos inventarios se relacionan principalmente con el número de códigos de productos de los distintos segmentos de negocio, los cuales están distribuidos en centros de distribución y tiendas en múltiples ubicaciones a lo largo del país.

Los inventarios representan una parte significativa de los activos del Grupo y su valoración y existencia requieren la aplicación de juicios por parte de la administración, en lo referente a la identificación de inventarios obsoletos o de lento movimiento, la determinación del valor neto realizable y la realización de recuentos físicos en múltiples ubicaciones. La verificación de la existencia física de los inventarios es fundamental para la auditoría, especialmente considerando el volumen y la dispersión geográfica.

La complejidad inherente del entorno tecnológico, los diversos procesos involucrados y el alto volumen de transacciones, junto con la materialidad de los montos involucrados, requieren un esfuerzo significativo en nuestro trabajo de auditoría.

Cómo nuestra auditoría abordó el asunto clave de auditoría:

- Comprender el proceso establecido por la administración para gestionar y valorizar los inventarios, evaluando el diseño e implementación de los controles relevantes establecidos en dicho proceso y verificando la eficacia operativa de esos controles, con la participación de nuestros especialistas en los sistemas de información.
- Asistir, de manera selectiva, a recuentos físicos de inventarios para observar y verificar la existencia y condición de los mismos. Asimismo, revisamos que los inventarios hayan sido valorados al costo o al valor neto realizable mediante la realización de procedimientos sustantivos sobre una muestra de ítems de inventarios.
- Revisamos los controles implementados en el sistema de información de los inventarios, evaluando su capacidad para registrar y reportar adecuadamente los movimientos y saldos de inventario.

De acuerdo con los resultados de nuestros procedimientos anteriores no hemos identificado observaciones relevantes sobre este asunto clave de auditoría.

Deterioro de activos no corrientes

Al 31 de diciembre de 2025, el Grupo mantiene propiedades, plantas y equipos y plusvalías por un valor de M\$879.623.826 y M\$40.058.041, respectivamente, dichos activos no corrientes se someten anualmente a pruebas de deterioro a nivel de unidad generadora de efectivo (UGE). El deterioro de los activos existe cuando el valor en libros de un activo o UGE excede su importe recuperable, que es el mayor entre (i) su valor razonable menos los costos de venta y (ii) su valor en uso.

Las pruebas de deterioro de propiedades, plantas y equipos y plusvalías son complejas y con nivel alto de juicio debido a la estimación significativa requerida para determinar el valor en uso de la UGE. En particular, las estimaciones del valor en uso fueron sensibles a supuestos significativos, como la tasa de descuento (costo promedio ponderado del capital), las tasas de crecimiento de los ingresos y los márgenes operativos.

Cómo nuestra auditoría abordó el asunto clave de auditoría:

Como parte de nuestra auditoría, evaluamos los indicadores de deterioro y los posibles impactos de las pruebas de deterioro de las unidades generadoras de efectivo (UGE) asociadas a las propiedades, plantas y equipos y plusvalías, nuestras principales actividades incluyeron:

- Evaluamos los principios contables aplicados a los indicadores de deterioro, de acuerdo IAS36; obtuvimos un entendimiento de los procesos de deterioro y proyección; y evaluamos y desafiamos los indicadores de deterioro seleccionados por la administración.

Estado de Situación Financiera Clasificado Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y de 2024

ACTIVOS	31.12.2025 M\$	31.12.2024 M\$
Activos Corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	13.422.350	10.813.593
Otros activos financieros corrientes	10.673	1.557.007
Otros activos no financieros corrientes	3.502.761	5.350.326
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	108.043.731	105.855.033
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	20.954.234	45.599.230
Inventarios	410.949.737	406.244.531
Activos por impuestos corrientes	4.199.105	5.010.993
Total de activos corrientes distintos de activos o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	561.082.591	580.430.713
Activos no corrientes o grupos de activos para su disposición clasificados como mantenidos para la venta o como mantenidos para distribuir a los propietarios	160.439	160.439
Activos corrientes totales	561.243.030	580.591.152
Activos no Corrientes		
Otros activos financieros no corrientes	3.050.089	1.873.365
Otros activos no financieros no corrientes	983.492	1.830.083
Cuentas por cobrar no corrientes	447.510	457.212
Activos intangibles distintos de la plusvalía	5.101.207	5.306.915
Plusvalía	40.058.041	40.058.041
Propiedades, plantas y equipos	879.623.826	941.153.272
Activos por impuestos diferidos	63.327.615	58.014.166
Activos no corrientes totales	992.591.780	1.048.693.054
Activos totales	1.553.834.810	1.629.284.206

Estado de Resultado por Función Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y de 2024

PATRIMONIO Y PASIVOS	31.12.2025 M\$	31.12.2024 M\$
Pasivos Corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	15.754.072	7.454.368
Pasivos por arrendamientos corrientes	71.440.463	73.563.485
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	228.147.276	267.736.977
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	132.675.088	165.053.578
Otras provisiones corrientes	1.710.230	3.461.024
Pasivos por impuestos corrientes	171.717	267.891
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	39.055.753	33.941.414
Otros pasivos no financieros corrientes	16.022.591	19.909.198
Pasivos corrientes totales	504.977.190	571.387.935
Pasivos no Corrientes		
Otros pasivos financieros no corrientes	37.481.583	41.379.084
Pasivos por arrendamientos no corrientes	691.067.429	742.381.994
Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes	135.502.450	100.752.450
Otras provisiones no corrientes	531.355	493.422
Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes	58.126.838	40.622.545
Pasivos no corrientes totales	922.709.655	925.629.495
Total Pasivos	1.427.686.845	1.497.017.430
Patrimonio		
Capital emitido	200.769.836	200.769.836
Ganancias acumuladas	26.766.463	19.223.400
Otras reservas	(113.249.821)	(99.153.067)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	114.286.478	120.840.169
Participaciones no controladoras	11.861.487	11.426.607
Patrimonio total	126.147.965	132.266.776
Patrimonio y pasivos totales	1.553.834.810	1.629.284.206

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

Estado de Resultado por Función Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y de 2024

Estado de Resultado	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Ingresos de actividades ordinarias	2.555.785.756	2.422.084.484
Costo de ventas	(1.790.302.892)	(1.714.508.022)
Ganancia bruta	765.482.864	707.576.462
Costos de distribución	(58.525.941)	(48.700.360)
Gastos de administración	(648.042.296)	(622.676.261)
Otros gastos, por función	(16.172.491)	(10.803.536)
Otras ganancias (pérdidas)	13.307.912	16.544.868
Ingresos financieros	1.772.047	6.450.395
Costos financieros	(48.538.873)	(43.516.717)
Diferencias de cambio	4.762.875	(5.478.577)
Resultados por unidades de reajuste	(1.478.475)	(2.066.022)
Ganancia antes de impuestos	12.567.622	(2.669.748)
Gasto por impuestos a las ganancias	(1.170.276)	3.286.884
Ganancia del periodo	11.397.346	617.136
Ganancia atribuible a		
Los propietarios de la controladora	10.775.804	1.687.297
Participaciones no controladoras	621.542	(1.070.161)
Ganancia del ejercicio	11.397.346	617.136
Ganancia por acción básica	01.01.2025 31.12.2025 \$	01.01.2024 31.12.2024 \$
Ganancia por acción básica	0,61	0,10

Estado de Resultado Integral Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y de 2024

Estado del resultado integral	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Ganancia del periodo	11.397.346	617.136
Componentes de otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del periodo, antes de impuestos		
Ganancias actuariales por planes de beneficios definidos	(18.876.577)	(5.254.919)
Otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del periodo	(18.876.577)	(5.254.919)
Componentes de otro resultado integral que se reclasificarán al resultado del periodo, antes de impuestos		
Coberturas del flujo de efectivo		
Ganancias por coberturas de flujos de efectivo, antes de impuestos	(434.046)	1.344.334
Otro resultado integral, antes de impuestos, coberturas del flujo de efectivo	(434.046)	1.344.334
Impuestos a las ganancias relativos a componentes de otro resultado integral que no se reclasificará al resultado del periodo		
Impuesto a las ganancias relacionados con planes de beneficios al personal	5.096.676	1.418.828
Total Impuesto a las ganancias relacionado con componentes de otros resultados integrales que no se reclasificarán al resultado del periodo	5.096.676	1.418.828
Impuestos a las ganancias relativos a componentes de otro resultado integral que se reclasificará al resultado del periodo		
Impuesto a las ganancias relacionado con coberturas de flujos de efectivo de otro resultado integral	117.193	(362.971)
Impuestos a las ganancias acumulados relativos a componentes de otro resultado integral que se reclasificarán al resultado del periodo	117.193	(362.971)
Total otro Resultado integral	(14.096.754)	(2.854.728)
Total Resultado integral	(2.699.408)	(2.237.592)
Resultado integral atribuible a		
Los propietarios de la controladora	(3.320.950)	(1.167.431)
Participaciones no controladoras	621.542	(1.070.161)
Total Resultado integral	(2.699.408)	(2.237.592)

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

Estado de Cambios en el Patrimonio Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y de 2024

	Capital Emitido	Reserva de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos	Reservas de coberturas de flujo de efectivo	Reserva de pagos basados en acciones	Otras reservas	Total Otras Reservas	Ganancias acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Participaciones no controladoras	Patrimonio Total
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Saldo Inicial periodo al 01/01/2025	200.769.836	(28.902.556)	394.938	6.473.107	(77.118.556)	(99.153.067)	19.223.400	120.840.169	11.426.607	132.266.776
Cambios en patrimonio										
Resultado del periodo	-	-	-	-	-	-	10.775.804	10.775.804	621.542	11.397.346
Otro resultado integral	-	(13.779.901)	(316.853)	-	-	(14.096.754)	-	(14.096.754)	-	(14.096.754)
Total resultado integral	-	(13.779.901)	(316.853)	-	-	(14.096.754)	10.775.804	(3.320.950)	621.542	(2.699.408)
Dividendos (6)	-	-	-	-	-	-	(3.232.741)	(3.232.741)	(186.662)	(3.419.403)
Total de cambios patrimonio	-	(13.779.901)	(316.853)	-	-	(14.096.754)	7.543.063	(6.553.691)	434.880	(6.118.811)
Saldo final periodo al 31/12/2025	200.769.836	(42.682.457)	78.085	6.473.107	(77.118.556)	(113.249.821)	26.766.463	114.286.478	11.861.487	126.147.965

	Capital Emitido	Reserva de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos	Reservas de coberturas de flujo de efectivo	Reserva de pagos basados en acciones	Otras reservas	Total Otras Reservas	Ganancia acumuladas	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Participaciones no controladoras	Patrimonio Total
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2024	200.769.836	(25.066.465)	(586.425)	6.473.107	(77.118.556)	(96.298.339)	18.042.292	122.513.789	12.497.149	135.010.938
Cambios en patrimonio										
Resultado del ejercicio	-	-	-	-	-	-	1.687.297	1.687.297	(1.070.161)	617.136
Otro resultado integral	-	(3.836.091)	981.363	-	-	(2.854.728)	-	(2.854.728)	-	(2.854.728)
Total resultado integral	-	(3.836.091)	981.363	-	-	(2.854.728)	1.687.297	(1.167.431)	(1.070.161)	(2.237.592)
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(506.189)	(506.189)	(381)	(506.570)
Total de cambios patrimonio	-	(3.836.091)	981.363	-	-	(2.854.728)	1.181.108	(1.673.620)	(1.070.542)	(2.744.162)
Saldo final ejercicio al 31/12/2024	200.769.836	(28.902.556)	394.938	6.473.107	(77.118.556)	(99.153.067)	19.223.400	120.840.169	11.426.607	132.266.776

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS

Estado de Flujo de Efectivo Consolidado

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y de 2024

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	3.054.554.119	2.877.070.735
Otros cobros por actividades de operación	6.808.122	12.660.091
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(2.601.971.286)	(2.400.725.153)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(270.740.381)	(266.239.730)
Otros pagos por actividades de operación	(66.236.797)	(64.215.604)
Impuestos a las ganancias (pagados)	1.047.260	(254.975)
Otras entradas de efectivo	237.147	461.237
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación	123.698.184	158.756.601
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión		
Importes procedentes de ventas de propiedades, planta y equipo	615.101	16.441.370
Compras de propiedades, planta y equipo	(33.342.762)	(25.735.675)
Compras de activos intangibles	(1.730.101)	(1.070.956)
Intereses recibidos	279.854	354.380
Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión	(34.177.908)	(10.010.881)

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Importes procedentes de préstamos	46.858.364	37.842.051
Pagos de préstamos	(38.909.225)	(41.443.048)
Pasivos a entidades relacionadas, neto	30.360.141	(27.379.661)
Pagos de pasivos por arrendamientos	(100.244.178)	(94.103.821)
Dividendos pagados	(506.482)	(381)
Intereses pagados	(17.610.306)	(18.178.233)
Otras entradas salidas de efectivo, neto	(9.128.033)	(1.551.027)
Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de financiación	(89.179.719)	(144.814.120)
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo antes del efecto de la tasa de cambio	340.557	3.931.600
Efecto de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	2.268.200	(3.913.149)
Aumento (disminución) del efectivo y equivalentes al efectivo	2.608.757	18.451
Efectivo y equivalentes al efectivo al inicio del ejercicio	10.813.593	10.795.142
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	13.422.350	10.813.593

SODIMAC CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE SODIMAC

GOBIERNO CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS FINANCIEROS



Análisis razonado de los Estados Financieros Consolidados

Al 31 de diciembre de 2025

I. RESUMEN

INGRESOS DE EXPLOTACIÓN

Los ingresos de explotación consolidados acumulados a diciembre 2025 aumentan un 5,5% comparado con igual período del año anterior, alcanzando los M\$2.555.785.756. Este crecimiento se explica por el fortalecimiento del negocio online mediante campañas, donde se destacan el Cyber Day de octubre y el Black Friday de noviembre, las cuales tuvieron mejor desempeño que en 2024. La estrategia comercial de surtido, beneficiando los productos importados lograron que el ingreso creciera por sobre los niveles de inflación.

EBITDA

El EBITDA acumulado a diciembre de 2025 aumenta un 10,7% comparado con igual período del año anterior, alcanzando los M\$164.889.051, lo que representa un 6,5% del total de ingresos, versus un 6,1% el año anterior.

RESULTADO

El resultado del ejercicio atribuible a los propietarios de la controladora a diciembre 2025 alcanzó M\$10.775.804, lo que equivale a una mejora de 538,6% respecto del año anterior y que representa un 0,42% del total de los ingresos versus un 0,1% en 2024. Esta variación es coherente con el crecimiento de los ingresos alcanzado a diciembre. Este desempeño se complementa con una administración del gasto acorde a los efectos regulatorios y a la mayor actividad operativa del cierre del ejercicio, manteniéndose dentro de los niveles previstos en la planificación anual.

II.RESULTADOS CONSOLIDADOS A DICIEMBRE 2025

	Unidad	31.12.2025	% Ingresos	31.12.2024	% Ingresos	Var.	% var.
Ingresos de explotación	M\$	2.555.785.756	100,0%	2.422.084.484	100,0%	133.701.272	5,5%
Costos de explotación	M\$	(1.790.302.892)	(70,0%)	(1.714.508.022)	(70,8%)	(75.794.870)	4,4%
Ganancia Bruta	M\$	765.482.864	29,95%	707.576.462	29,21%	57.906.402	8,2%
Gastos de adm. y ventas ¹	M\$	(722.740.728)	(28,3%)	(682.180.157)	(28,2%)	(40.560.571)	5,9%
Resultado operacional	M\$	42.742.136	1,7%	25.396.305	1,0%	17.345.831	68,3%
Resultado no operacional ²	M\$	(30.174.514)	(1,2%)	(28.066.053)	(1,2%)	(2.108.461)	7,5%
EBITDA ³	M\$	164.889.051	6,5%	148.910.279	6,1%	15.978.772	10,7%
Resultado antes de impuestos	M\$	12.567.622	0,5%	(2.669.748)	(0,1%)	15.237.370	(570,7%)
Impuestos	M\$	(1.170.276)	0,0%	3.286.884	0,1%	(4.457.160)	(135,6%)
Resultado después de impuestos	M\$	11.397.346	0,4%	617.136	0,0%	10.780.210	1746,8%
Atribuible a no controladores	M\$	621.542	0,0%	(1.070.161)	0,0%	1.691.703	(158,1%)
Atribuible a controladores	M\$	10.775.804	0,42%	1.687.297	0,1%	9.088.507	538,6%

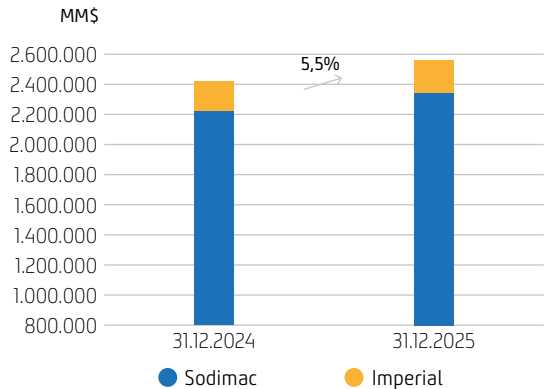
1.

Corresponde a la suma de los costos de distribución, gastos de administración y otros gastos por función.
2.

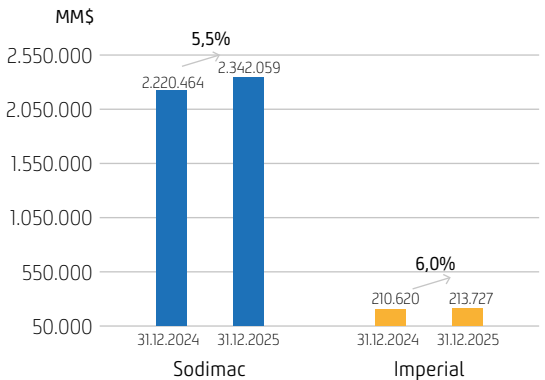
Corresponde a las sumas netas de Otras ganancias (pérdidas), Ingresos financieros, Costos financieros, Diferencias de cambio y Resultados por unidades de reajustes.
3.

Resultado Operacional menos depreciaciones y amortizaciones.
- El aumento experimentado por el resultado después de impuestos atribuible a controladores es un 538,6% respecto del ejercicio anterior, lo cual se explica por lo siguiente: Los ingresos del segmento Mejoramiento del Hogar (Sodimac) aumentan un 5,5% mientras que los del segmento Especialista (Imperial) aumentan un 6,0%. El margen pasa de un 29,21% a un 29,95%. Este crecimiento supera el desempeño del año anterior, impulsado por el buen desempeño de los productos de origen importado y por un excelente desempeño en la categoría de hogar, que superó las expectativas. También se destacan los negocios de temporada y campañas, que tuvieron muy buen efecto sobre la venta.

Ingresos de la Explotación Consolidado



Ingresos de la Explotación por Segmento de Negocio



- El gasto de administración y ventas aumentó en M\$40.560.571, equivalente a un 5,9%, explicado principalmente por mayores costos de personal, que crecieron en M\$12.461.229. Este incremento se asocia al ajuste por IPC, aumentos del sueldo mínimo, a la implementación de la ley N° 21.561 (40 horas) y de la nueva ley de AFC, además de mayores indemnizaciones registradas durante el ejercicio. Asimismo, se observaron mayores gastos en honorarios y servicios de terceros por M\$9.271.127 por mayor contratación de servicios externos y asesorías administrativas.

En el ámbito logístico, los gastos aumentaron en M\$9.825.581, como consecuencia de un mayor nivel de abastecimiento a tiendas, asociado al incremento en el volumen y metros cúbicos despachados. Este efecto se vio reforzado por mayores costos de despacho a regiones, explicados por un aumento en el número de transacciones respecto del año anterior.

Adicionalmente, los gastos de marketing se incrementaron en M\$5.368.955, producto de una mayor inversión en campañas publicitarias y producciones televisivas orientadas a impulsar las ventas. A lo anterior se suma un aumento en las comisiones por tarjetas de crédito por M\$3.844.399, explicado por mayores niveles de venta que impactan directamente el monto total de comisiones.

Finalmente, los gastos de ocupación se vieron afectados por el alza de la UF, reflejándose

en mayores arriendos y gastos comunes por M\$2.193.227.

En su conjunto, estos incrementos responden principalmente a ajustes regulatorios y a una mayor intensidad operativa. No obstante, su impacto fue gestionado dentro de los parámetros presupuestarios definidos, priorizando la eficiencia y el control del gasto.

- El resultado no operacional presenta una mayor pérdida de M\$2.108.461 lo que representa un 7,5% de aumento respecto del año anterior, siendo explicado principalmente por la menor contribución en Otras ganancias (pérdidas) – dado que en 2024 se reconoció ganancia por la venta del terreno y edificio de la tienda de Chiloé.

III.PERSPECTIVAS

Terminando diciembre del 2025 el IPC tuvo una variación mensual de -0,2% donde destacaron las disminuciones en las divisiones de vestuario y calzado, así como la de alimentos y bebidas no alcohólicas, y el aumento de la división de restaurantes y alojamiento. Con esto, el IPC acumuló 3,5% de variación en lo que va del año y 3,5% a doce meses respecto de la serie empalmada del índice, según el Instituto Nacional de Estadísticas (INE). Con esto se pudo divisar un escenario más estable para el cuarto trimestre.

Para diciembre del 2025 la variación anual (12 meses) de la inflación se encontró en un 4,2% ubicándose en un porcentaje mayor al estimado en el último IPoM publicado. Según el Banco Central la inflación total se ubicaría cerca de 3% en el primer trimestre del 2026 manteniéndose en torno a ese valor durante el resto del horizonte de política monetaria. Esto considera, entre varios factores, una apreciación del tipo de cambio real, que parte de un nivel más bajo debido a su evolución reciente, coherente con la evolución de sus fundamentos. También incluye una reducción de las tarifas eléctricas a inicios de 2026, conforme a lo informado por la autoridad. A estos elementos se contraponen presiones inflacionarias acotadas por el lado de la demanda, dado que la mayor inversión se concentra en transables y algunos indicadores sugieren un incremento de la productividad.

La variación anual del Índice Mensual de Actividad Económica (IMACEC) de diciembre se encuentra en un 1,7% en comparación con igual mes del año anterior. Con este desempeño el indicador creció 1,3% en doce meses y según el Banco Central, el resultado se explicó por el crecimiento de los servicios y del resto de bienes, lo que fue en parte compensado por la menor producción de la minería. El IMACEC no minero presentó un crecimiento anual de 3,0%.

En el plano internacional, el impulso externo es algo mayor para Chile. La actividad mundial ha sido resiliente a los shocks de incertidumbre de inicios de

año y las condiciones financieras han mejorado. El alza del precio del cobre ha impactado positivamente los términos de intercambio. De todos modos, los riesgos globales siguen siendo importantes.

En el tercer trimestre, el crecimiento de la actividad en Estados Unidos habría superado las expectativas, aunque el mercado laboral continúa debilitándose. El auge de las nuevas tecnologías y las expectativas sobre su impacto en la productividad han impulsado el desempeño global, con efectos notorios en el sector real y financiero, principalmente en Estados Unidos.

De todos modos, los riesgos del panorama internacional continúan siendo elevados. Persisten las tensiones geopolíticas, más allá de que algunas se han atenuado. Las tensiones bélicas se mantienen y las economías desarrolladas (principalmente Eurozona) están aumentando su gasto en defensa, lo que podría agravar su situación fiscal. Se suman las dudas sobre la valoración de los activos globales.

En este contexto, respecto de septiembre, se observan alzas generalizadas en las bolsas y movimientos mixtos de las tasas de interés. La Reserva Federal volvió a reducir su tasa de referencia y se espera que continúe recortándola durante 2026. Destaca la apreciación de varias monedas latinoamericanas, incluido el peso chileno. De este modo, el impulso externo para la economía chilena es algo mayor, con una leve alza del

crecimiento previsto de los socios comerciales y una mejora de los términos de intercambio.

América Latina creció más de lo previsto, favorecida por las mejores perspectivas tras los acuerdos comerciales que de momento han limitado el impacto de las alzas arancelarias.

Con respecto a la Tasa Política Monetaria (TPM), el Banco Central manifestó que se mantienen las expectativas para la TPM. De esta manera se mantiene la proyección en un rango de 3,75% a 4,75%. El mayor impulso de la economía local podría impulsar las expectativas y el gasto de hogares y empresas, en un entorno de condiciones financieras más laxas, costos laborales creciendo por sobre sus promedios históricos y un precio del cobre más elevado. Esto generaría mayores presiones inflacionarias. Además, reafirma su compromiso de conducir la política monetaria con flexibilidad, asegurando que la inflación proyectada se ubique en 3% en el horizonte de dos años.

Según el INE, en el trimestre septiembre-noviembre 2025, la estimación de la tasa de desocupación nacional fue del 8,4%, disminuyendo en 1,2 puntos porcentuales en los últimos 12 meses, debido al aumento de la fuerza laboral (1,5%) que fue mayor al de las personas ocupadas (1,2%). Las personas desocupadas disminuyeron un 4%. El total de personas ocupadas creció un 1,2% en el último año, influida

principalmente por servicios administrativos y de apoyo (31%), transporte (5,5%) y comunicaciones (13,6%). La población fuera de la fuerza de trabajo se mantuvo en el mismo nivel en doce meses.

IV.RESUMEN ECONÓMICO DEL RUBRO A DICIEMBRE 2025

Finalizado el cuarto trimestre, la Cámara Chilena de la Construcción (CChC) presentó una inversión en infraestructura de 3,3% comparado con 5% en último informe MACH. En torno a la inversión pública baja a 0,6% mientras que la productiva baja a 5,5%. Al 31 de octubre de este año el Plan de Emergencia Habitacional (PEH) mostraba un avance de 88% respecto de la meta de 260.000 viviendas al término del actual gobierno. Este resultado se explica por 165 mil unidades construidas y entregadas con subsidio desde marzo de 2022 y de otras 64 mil unidades en el marco de otros programas, registrándose actualmente 124 mil unidades en distintas etapas de ejecución. Por otro lado, la inversión en vivienda terminó con un 0,1% compuesto por una inversión pública del 5,7% y una inversión privada de -2,3%. Considerando el mejor ritmo de ventas de viviendas observado durante el segundo y tercer trimestre del año, la CChC estima que éstas cerrarán este 2025 con una recuperación de 19% anual a nivel nacional, lo que equivale a la comercialización

de poco más de 48.500 unidades, cifra mayor a las registradas en los tres años anteriores, pero muy inferior al promedio de ventas de los últimos 10 años (55.000 viviendas entre 2015 y 2024).

El empleo en el sector de la construcción se mantiene en niveles observados en informes anteriores, pasando de 712 mil trabajadores en septiembre según la CChC a 715 mil trabajadores en noviembre, aumentando la dotación en 3 mil trabajadores. Es así como podemos ver una variación anual del -0,05% mientras que en 2024 existía una variación anual del 1,56%.

Por otra parte, los precios de los materiales de la construcción tuvieron una baja en octubre del -0,8% y para noviembre el IPMIC presentó un alza del 0,11%, acumulando en lo que va del año una variación del 1,74% versus el año anterior donde hubo una variación anual del 3,26%.

Con respecto a las actualizaciones del INE, la edificación habitacional obtuvo un permiso de edificación de 537 mil m2 en noviembre, mientras que la edificación no habitacional obtuvo un permiso de edificación de 197 mil m2 en el mismo mes. Por lo tanto, el permiso total de edificación fue de 734 mil m2, lo que implica una variación anual de -6,98%, mostrando una mejoría con respecto a la variación de noviembre del 2024 (-13,43%).

El IMACON no ve una tendencia clara desde septiembre de este año para los meses siguientes. Es así como para los últimos meses tuvo una variación mensual de 0,68% en noviembre, un -0,56% en octubre, mientras que en septiembre fue de 0,02%, por lo que la actividad del sector de la construcción se estabilizó para los últimos meses del trimestre.

V. PARTICIPACIÓN DE MERCADO Y COMPETENCIA

La participación de mercado de Sodimac alcanza a 22,5% (calculado al cierre de 2025). Este mercado incluye mejoramiento, reparación y mantención del hogar, además de nuevas construcciones.

El cálculo de participación de mercado se determina con estudios que la Compañía realiza anualmente, los cuales fueron actualizados con la información del: Censo 2017-2024, INE; EPF (Encuesta Presupuesto Familiar) 2002 – 2012 – 2017, INE; Índice de Actividad de Comercio mensual 2025, INE; Índice de venta minorista 2025, CNC; IPC mensual 2025, INE; Reporte de Inversión en Construcción 2025, CChC (estimado).

Sodimac S.A. tiene múltiples y diversos competidores en el mercado nacional, dentro de los cuales están las grandes tiendas de materiales de construcción y mejoramiento del hogar, tales como Easy y Construmart, así como también existe una gran cantidad de ferreterías, muchas de las cuales están agrupadas en cadenas como MTS, Chilemat y/o Placacentros. Además, existen otros competidores en productos de mejoramiento del hogar dentro de los cuales destacan todos los hipermercados, tiendas departamentales y tiendas de especialidad, operadores online y, por último, proveedores que atienden directamente a clientes como empresas constructoras.

VI. ANÁLISIS COMPARATIVO DE LAS PRINCIPALES TENDENCIAS DE LOS ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA

El comportamiento de los principales rubros de activos y pasivos entre el 31 de diciembre de 2025 y 2024 es el siguiente:

ACTIVOS	31.12.2025	31.12.2024	Variación	
	M\$	M\$	M\$	%
Efectivo y equivalentes al efectivo	13.422.350	10.813.593	2.608.757	24,1%
Otros activos financieros corrientes	10.673	1.557.007	(1.546.334)	(99,3%)
Otros activos no financieros corrientes	3.502.761	5.350.326	(1.847.565)	(34,5%)
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	108.043.731	105.855.033	2.188.698	2,1%
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	20.954.234	45.599.230	(24.644.996)	(54,0%)
Inventarios	410.949.737	406.244.531	4.705.206	1,2%
Activos por impuestos corrientes	4.199.105	5.010.993	(811.888)	(16,2%)
Activos Corrientes distintos de activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta	561.082.591	580.430.713	(19.348.122)	(3,3%)
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta	160.439	160.439	-	0,0%
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	561.243.030	580.591.152	(19.348.122)	(3,3%)
Propiedades, planta y equipo	879.623.826	941.153.272	(61.529.446)	(6,5%)
Activos por impuestos diferidos	63.327.615	58.014.166	5.313.449	9,2%
Otras partidas de activos no corrientes	49.640.339	49.525.616	114.723	0,2%
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	992.591.780	1.048.693.054	(56.101.274)	(5,35%)
TOTAL ACTIVOS	1.553.834.810	1.629.284.206	(75.449.396)	(4,6%)

Activos Corrientes

Al 31 de diciembre de 2025 disminuyen un 3,3% en relación con el 31 de diciembre de 2024, lo que se explica principalmente por:

- a) Efectivo y equivalente al efectivo aumenta en M\$2.608.757, principalmente explicados por mayor saldo en banco en Imperial S.A. y un aumento de efectivo en caja.
- b) Otros activos financieros, corrientes disminuyen en M\$1.546.334, principalmente por una disminución en el saldo devengado por los contratos de forward vigentes a cada cierre de ejercicio.
- c) Otros activos no financieros, corrientes disminuyen en M\$1.847.565, principalmente por devengamiento de los bonos pronto acuerdo, pólizas de seguro y los contratos de mantención de software pagados anticipadamente.
- d) Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar aumenta en M\$2.188.698, debido a mayor volumen de venta a empresas en el último trimestre de 2025, compensado por la disminución en los saldos de medios de pago.
- e) El saldo de Cuentas por cobrar a entidades relacionadas disminuye en M\$24.644.996,

principalmente por menores saldos con Falabella S.A y Falabella Inmobiliario S.A.

- f) Los inventarios aumentan en M\$4.705.206 (1,2% respecto del año anterior), con el propósito de mejorar y equilibrar la disponibilidad de productos durante 2025.
- g) Los activos por impuestos corrientes disminuyen en M\$811.888, debido a que en 2025 hubo devolución de impuesto.

Activos no Corrientes

Al 31 de diciembre de 2025 presentan una disminución de 5,35% en relación al 31 de diciembre de 2024, explicado por:

- a) Una disminución neta de M\$61.529.446 en Propiedades, plantas y equipos, principalmente por la depreciación del ejercicio por M\$120.771.148, compensado por adiciones por M\$79.728.360 y retiros netos por M\$20.618.494.
- b) El aumento de los activos por impuestos diferidos por M\$5.313.449 se explica principalmente por la mayor diferencia temporaria deducible reconocida por el incremento de la provisión para beneficios definidos.

PASIVOS	31.12.2025	31.12.2024	Variación	
	M\$	M\$	M\$	%
Otros pasivos financieros corrientes	15.754.072	7.454.368	8.299.704	111,3%
Pasivos por arrendamientos corrientes	71.440.463	73.563.485	(2.123.022)	(2,9%)
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar corrientes	228.147.276	267.736.977	(39.589.701)	(14,8%)
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	132.675.088	165.053.578	(32.378.490)	(19,6%)
Otras provisiones corrientes	1.710.230	3.461.024	(1.750.794)	(50,6%)
Pasivos por impuestos corrientes	171.717	267.891	(96.174)	(35,9%)
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	39.055.753	33.941.414	5.114.339	15,1%
Otros pasivos no financieros corrientes	16.022.591	19.909.198	(3.886.607)	(19,5%)
TOTAL PASIVOS CORRIENTES	504.977.190	571.387.935	(66.410.745)	(11,6%)
Otros pasivos financieros no corrientes	37.481.583	41.379.084	(3.897.501)	(9,4%)
Pasivos por arrendamientos no corrientes	691.067.429	742.381.994	(51.314.565)	(6,9%)
Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes	135.502.450	100.752.450	34.750.000	34,5%
Otras provisiones no corrientes	531.355	493.422	37.933	7,7%
Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes	58.126.838	40.622.545	17.504.293	43,1%
TOTAL PASIVOS NO CORRIENTES	922.709.655	925.629.495	(2.919.840)	(0,3%)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	114.286.478	120.840.169	(6.553.691)	(5,4%)
Participaciones no controladoras	11.861.487	11.426.607	434.880	3,8%
TOTAL PATRIMONIO NETO	126.147.965	132.266.776	(6.118.811)	(4,6%)
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	1.553.834.810	1.629.284.206	(75.449.396)	(4,6%)

Pasivos corrientes

Al 31 de diciembre de 2025 presentan una disminución de 11,6% en relación al 31 de diciembre de 2024, explicado principalmente por:

- a) Otros pasivos financieros corrientes aumentan en M\$8.299.704 principalmente por un aumento en los préstamos bancarios.
- b) Pasivos por arrendamientos corrientes disminuye en M\$2.123.022, principalmente por amortización de las cuotas, compensando por el efecto del incremento de la UF.
- c) Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar disminuyen en M\$39.589.701, principalmente por menor saldo de la deuda con proveedores nacionales.
- d) Cuentas por pagar a entidades relacionadas disminuye en M\$32.378.490, explicados principalmente por cambios en la deuda estructurada con Falabella S.A, menores saldos con Falabella.com y Aceros AZA S.A.
- e) Otras provisiones corrientes disminuyen en M\$1.750.794, explicados principalmente por una baja en la provisión por reclamaciones legales en Imperial S.A. f) Provisión por beneficios a los empleados corrientes, aumenta en M\$5.114.339, explicados principalmente por el aumento en la provisión bonos e incentivos.
- f) Otros pasivos no financieros corrientes disminuye en M\$3.886.607 explicados principalmente por una disminución en el pasivo por venta no despachadas a clientes y el saldo del IVA por pagar.

Pasivos no corrientes

Al 31 de diciembre de 2025 presentan una disminución de un 0,3% respecto de los saldos al 31 de diciembre de 2024, explicado principalmente por:

- a) Otros pasivos financieros no corrientes disminuye en M\$3.897.501, principalmente por la amortización de la deuda de bonos.
- b) Pasivos por arrendamientos no corrientes, disminuyen en M\$51.314.565, principalmente por amortización de las cuotas, compensando por el efecto del incremento de la UF.
- c) Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes aumentan en M\$34.750.000 explicados principalmente por cambios en la deuda estructurada con Falabella S.A.
- d) Las provisiones por beneficios a los empleados no corrientes aumentan en M\$17.504.293 principalmente por la provisión de beneficios definidos.

Patrimonio

Disminuye en M\$6.118.811, explicado por:

- a) Utilidades generadas a diciembre 2025 por un monto de M\$10.775.804.
- b) Disminución por resultados integrales producto del cambio de las variables del pasivo actuarial de M\$13.779.901.
- c) Disminución por dividendos de M\$3.419.403.

- d) Disminución por resultados integrales producto de la reserva por coberturas de flujos de efectivos de M\$316.853. e) Aumento del resultado por participación minoritaria de M\$621.542.

VII. ANÁLISIS DEL FLUJO DE EFECTIVO

	31.12.2025	31.12.2024	Variación	
	M\$	M\$	M\$	%
Flujos de efectivo de actividades de Operación	123.698.184	158.756.601	(35.058.417)	(22,1%)
Flujos de efectivo de actividades de Inversión	(34.177.908)	(10.010.881)	(24.167.027)	241,4%
Flujos de efectivo de actividades de Financiación	(89.179.719)	(144.814.120)	55.634.401	(38,4%)
Aumento (disminución) neta de efectivo y equivalentes al efectivo	340.557	3.931.600	(3.591.043)	(91,3%)

Al revisar la variación de los principales componentes del flujo de efectivo registrados al 31 de diciembre 2025 y 2024 se puede indicar lo siguiente:

a) Flujos netos procedentes de actividades de operación

La disminución en un 22,1% que presenta este flujo, respecto de diciembre 2024, se explica principalmente por mayores pagos a proveedores de mercaderías.

b) Flujos netos utilizados en actividades de inversión

La disminución del flujo de inversión se explica principalmente por la no repetición del ingreso extraordinario del año 2024 asociado a la venta del terreno y edificio de la tienda de Chiloé.

c) Flujos netos utilizados en actividades de financiamiento

Este flujo presenta menores desembolsos netos de un 38,4% en relación del año pasado, principalmente por menores pagos a Falabella S.A.

VIII. EVOLUCIÓN DE LOS ÍNDICES FINANCIEROS

a) Liquidez

	Unidad	31.12.2025	31.12.2024	% var.
Liquidez corriente ⁴	Veces	1,11	1,02	8,8%
Razón ácida ⁵	Veces	0,30	0,31	(3,2%)

4. Activos Corrientes / Pasivos Corrientes.
5. Activos Corrientes (-) Existencias / Pasivos Corrientes.

La razón corriente aumenta de 1,02 a 1,11 debido a que los pasivos corrientes disminuyen 11,6%, por sobre la caída de activos corrientes (-3,3%); en tanto, la razón ácida desciende levemente de 0,31 a 0,30 por la menor base de activos corrientes ex-inventarios.

En cuanto a la disminución de 3,2% mostrado en el indicador de razón ácida, esto se explica porque los activos corrientes, depurados de los inventarios, disminuyen en 13,8% y los pasivos corrientes en un 11,6%.

b) Endeudamiento

	Unidad	31.12.2025	31.12.2024	% var.
Razón de endeudamiento ⁶	Veces	11,32	11,32	0,0%
Deuda corriente a deuda total	%	35,37	38,17	(7,3%)
Deuda no corriente a deuda total	%	64,63	61,83	4,5%

6. Pasivos Corrientes (+) Pasivos Largo Plazo / Patrimonio.

La razón de endeudamiento no muestra variación, dado que los pasivos totales y el patrimonio disminuyen en la misma proporción.

Cobertura de gastos financieros ⁷	Unidad	31.12.2025	31.12.2024	% var.
	Veces	1,26	0,94	34,0%

7. Resultado Antes de Intereses e Impuestos / Gastos Financiero.

La cobertura de gastos financieros aumenta en 34,0%, producto que el resultado antes de impuestos y costos financieros mejora en un 49,6%, mientras que los costos financieros sin reajustes en un 11,5%.

c) Actividad

	Unidad	31.12.2025	31.12.2024	% var.
Total de activos	M\$	1.553.834.810	1.629.284.206	(4,6%)
Inventario Promedio	M\$	423.475.288	386.862.548	9,5%
Rotación de inventarios	Veces	4,23	4,43	(4,5%)
Permanencia de inventarios ⁸	Días	85,15	81,23	4,8%

8. Inventario Promedio * 360 / Costo Venta Stock.

La permanencia de inventarios aumenta principalmente por un mayor stock de mercadería. Para los efectos de determinar estos indicadores, se considera el costo de explotación anual, respecto de los inventarios promedio mensuales.

d) Rentabilidad

	Unidad	31.12.2025	31.12.2024	pbs
Rentabilidad del patrimonio ⁹	%	8,82	0,46	836
Rentabilidad del activo ¹⁰	%	0,716	0,04	68
Rendimiento activos operacionales ¹¹	%	2,93	1,74	119
Resultado por acción ¹²	\$/acción	0,61	0,10	0,51
Margen bruto	%	29,95	29,21	74
Resultado operacional / Ingresos de explotación	%	1,67	1,05	62
Gastos financieros / Ingresos de explotación	%	1,90	1,80	10
Gastos de adm. ventas / Ingresos de explotación	%	28,28	28,17	11

9. Ganancia sobre patrimonio promedio (dic-25 dic-24 / dic-24 dic-23).
10. Ganancia sobre activos promedios (dic-25 dic-24 / dic-24 dic-23).
11. Resultado Operacional sobre activos operacionales promedios (dic-25 dic-24 / dic-24 dic-23).
12. Resultado de la controladora sobre acciones vigentes de Sodimac S.A.

La rentabilidad del patrimonio aumenta 836 puntos base, respecto de diciembre 2024, lo que se explica principalmente por el aumento del resultado en un 1.746,8% y una disminución del patrimonio promedio en un 3,3%.

La rentabilidad del activo aumenta 68 puntos base, debido a que el resultado aumenta en un 1.746,8% y los activos promedios disminuyen en un 0,1%.

Por su parte, el indicador de rendimiento de los activos operacionales aumenta en 119 puntos base, ya que el resultado operacional aumenta en un 68,3% y los activos operacionales promedios disminuyen en un 0,3%.

Para estos efectos, se consideran activos operacionales: el Efectivo y equivalentes al efectivo, Otros activos financieros corrientes y no corrientes, Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar, Inventarios, Activos por impuestos corrientes, Otros activos no financieros corrientes y no corrientes, Propiedades, plantas y equipos, Cuentas por Cobrar no corrientes y Activos intangibles.

La mejora de la utilidad por acción se explica por un mayor resultado de la controladora de 538,6%. El número total de acciones al cierre de ambos ejercicios es el mismo y corresponde a 17.758.158.202.

IX. VALORACIÓN DE ACTIVOS

La Compañía valoriza sus activos de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (en adelante “NIIF”) y sus interpretaciones, emitidas por el International Accounting Standards Board (en adelante “IASB”) vigentes al 31 de diciembre de 2025.

A juicio de la administración, al 31 de diciembre de 2025 no se observan diferencias significativas entre los valores de libros y los valores económicos de los principales activos.

La Sociedad mantiene pólizas de seguro que cubren adecuadamente los riesgos de deterioro, paralización y otros relacionados, respecto de sus activos y patrimonio, todos controlados con compañías de primera línea en el mercado asegurador.

X. ADMINISTRACIÓN DEL RIESGO

Para el detalle de los principales riesgos que enfrenta la Sociedad, favor referirse a la nota 35 de los Estados Financieros consolidados intermedios, sobre instrumentos financieros y administración del riesgo.

A. Imperial S.A.

La sociedad fue constituida como sociedad anónima cerrada, bajo la razón social de “Sodimac Cuatro S.A”, por escritura pública de fecha 20 de abril de 2007, otorgada en la Notaría de Santiago de Alberto Mozó Aguilar, bajo el repertorio N° 2026/2007. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 16.246, número 12.025, del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2007, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 25 de abril del mismo año. Con posterioridad, y luego de varias modificaciones, por acuerdo adoptado en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada con fecha 5 de noviembre del año 2007, cuya acta se redujo a escritura pública con fecha 6 de noviembre del año 2007, otorgada en la Notaría de Santiago de Enrique Morgan Torres, bajo el repertorio N° 5530-2007, modificó su razón social por la actual, esto es, “Imperial S.A.”. La última modificación de la sociedad fue acordada en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada con fecha 7 de diciembre del año 2007, cuya acta se redujo a escritura pública con esta misma fecha, otorgada en la Notaría de Santiago de Enrique Morgan Torres, bajo el repertorio N° 6.165/2007, en que la sociedad absorbió a la filial “Inversiones Imperial S.A.”, produciéndose su disolución, quedando Imperial S.A. como su continuadora legal. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 1.204, número 762, del Registro

de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2008, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 11 de enero del mismo año.

Objeto Social

El objeto social de la sociedad es la compra, venta, comercialización, fabricación, importación y exportación de mercaderías y otros bienes corporales muebles y la prestación de servicios, y, en especial, la comercialización de materiales de construcción y toda otra actividad relacionada con las anteriores.

Capital suscrito y pagado

Al 31 de diciembre de 2025 el capital de la sociedad es de M\$ 41.162.198, de los cuales Sodimac S.A. tiene un 60% de participación. El patrimonio de Imperial S.A. representa el 2,01% del total de activos de Sodimac Consolidado.

Relación comercial con la matriz

Compra y venta de productos relacionados con la actividad del giro. La sociedad no ha celebrado actos y contratos con la matriz que influyan significativamente en el resultado de Imperial.

Directorio

Nombre	Cargo
Juan Pablo del Río Goudie	Presidente
Margarita Cabo Osmer	Directora
Enrique Cabo Osmer	Director
Eduardo Mizón Friedemann	Director
Francisco Torres Larraín	Director
Valentín Carril Muñoz	Director
Alejandro Arze Safian	Director

Administración

Nombre	Apellidos	Cargo
Rodrigo	Fuenzalida Frugone	Gerente General
Robinson	Martínez Bustos	Gerente de Operaciones
Sebastián	Vocke Vieille	Gerente de Administración y Finanzas
Javier	Osorio Escobar	Subgerente de TI
Edison	Azúa Cáceres	Contralor
Christian	Trepte Farías	Gerente de Logística
Francisca	Gutiérrez Morales	Gerenta de Personas
Francisco	Quiroz Pinnau	Gerente Canales Digitales
Cristián	Herceg Llodra	Gerente Comercial

Remuneraciones

A los directores y administradores de Sodimac S.A. (matriz), que ejecutan funciones de director o administrador en la sociedad Imperial S.A., no se les paga dieta o remuneración adicional por el ejercicio de dichos cargos.

Imperial S.A.
Estado de Situación Financiera Clasificados
Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

ACTIVOS	31.12.2025 M\$	31.12.2024 M\$
Activos Corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	2.783.284	1.652.596
Otros activos financieros corrientes	2.260	25.796
Otros activos no financieros corrientes	448.939	355.885
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	25.524.837	24.731.370
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	1.634.013	5.331.091
Inventarios	39.078.088	35.521.705
Activos por impuestos corrientes	158.314	141.338
Activos corrientes totales	69.629.735	67.759.781
Activos no Corrientes		
Otros activos no financieros no corrientes	325.017	223.718
Cuentas por cobrar no corrientes	447.509	457.212
Activos intangibles distintos de la plusvalía	3.812.986	3.810.229
Propiedades, plantas y equipos	48.564.675	56.164.099
Activos por impuestos diferidos	4.521.912	4.586.217
Activos no corrientes totales	57.672.099	65.241.475
Activos totales	127.301.834	133.001.256

Imperial S.A.
Estado de Situación Financiera Clasificados
Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

PATRIMONIO Y PASIVOS	31.12.2025 M\$	31.12.2024 M\$
Pasivos Corrientes		
Otros pasivos financieros corrientes	1.607.113	962.995
Pasivos por arrendamientos corrientes	7.624.212	8.785.257
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	29.832.374	28.749.243
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	5.576.341	1.405.386
Otras provisiones corrientes	89.852	2.240.212
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	2.887.414	2.319.959
Otros pasivos no financieros corrientes	2.716.911	2.473.549
Pasivos corrientes totales	50.334.217	46.936.601
Pasivos no Corrientes		
Pasivos por arrendamientos no corrientes	35.611.401	41.808.569
Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes	10.000.000	14.000.000
Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes	68.808	55.817
Pasivos no corrientes totales	45.680.209	55.864.386
Total Pasivos	96.014.426	102.800.987
Patrimonio		
Capital emitido	41.162.198	41.162.198
Ganancias acumuladas	2.336.268	1.249.129
Otras reservas	(12.211.058)	(12.211.058)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	31.287.408	30.200.269
Patrimonio total	31.287.408	30.200.269
Patrimonio y pasivos totales	127.301.834	133.001.256

Imperial S.A.
Estado de Resultado por Función

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Estado de Resultado	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Ingresos de actividades ordinarias	215.059.946	202.866.211
Costo de ventas	(160.774.934)	(152.863.747)
Ganancia bruta	54.285.012	50.002.464
Costos de distribución	(4.796.800)	(4.625.654)
Gastos de administración	(45.521.228)	(44.702.918)
Otros gastos, por función	(98.248)	(2.282.783)
Otras ganancias	324.912	339.385
Ingresos financieros	163.546	474.382
Costos financieros	(3.075.608)	(3.026.211)
Diferencias de cambio	324.724	(480.488)
Resultados por unidades de reajuste	11.052	11.530
Utilidad (Pérdida) antes de impuestos	1.617.362	(4.290.293)
Resultado por impuestos a las ganancias	(64.305)	1.613.819
Utilidad (Pérdida) del ejercicio	1.553.057	(2.676.474)
Resultado atribuible a:		
Los propietarios de la controladora	1.553.057	(2.676.474)
Utilidad (Pérdida) del ejercicio	1.553.057	(2.676.474)
Resultado por acción básica	01.01.2025- 31.12.2025 M\$	01.01.2024- 31.12.2024 M\$
Utilidad (Pérdida) del ejercicio	17	(28,67)

Imperial S.A.
Estado de Resultado Integral

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Estado del resultado integral	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Utilidad (Pérdida) del ejercicio	1.553.057	(2.676.474)
Total Resultado integral	1.553.057	(2.676.474)

Imperial S.A.
Estado de Cambios en el Patrimonio

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

	Capital Emitido M\$	Otras reservas M\$	Ganancia acumuladas M\$	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Patrimonio Total M\$
Saldo inicial ejercicio al 01/01/2025	41.162.198	(12.211.058)	1.249.129	30.200.269	\$30.200.269
Cambios en patrimonio					
Resultado del ejercicio	-	-	1.553.057	1.553.057	\$1.553.057
Dividendos	-	-	(465.918)	(465.918)	\$-465.918
Total de cambios patrimonio	-	-	1.087.139	1.087.139	\$1.087.139
Saldo final ejercicio al 31/12/2025	41.162.198	(12.211.058)	2.336.268	31.287.408	\$31.287.408
	Capital Emitido M\$	Otras reservas M\$	Ganancia acumuladas M\$	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Patrimonio Total M\$
Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2024	41.162.198	(12.211.058)	3.925.603	32.876.743	32.876.743
Cambios en patrimonio					
Resultado del ejercicio	-	-	(2.676.474)	(2.676.474)	(2.676.474)
Total de cambios patrimonio	-	-	(2.676.474)	(2.676.474)	(2.676.474)
Saldo final ejercicio al 31/12/2024	41.162.198	(12.211.058)	1.249.129	30.200.269	30.200.269

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

Imperial S.A.
Estado de Flujo de Efectivo
Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	257.469.182	239.307.107
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(221.390.669)	(196.700.742)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(19.926.014)	(18.526.843)
Otros pagos por actividades de operación	(4.763.723)	(4.896.601)
Impuestos a las ganancias	140.729	638.609
Otras salidas entradas de efectivo	(31.718)	85.839
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación	11.497.787	19.907.369
Flujos de efectivo (utilizados en) procedentes de actividades de inversión		
Importes procedentes de ventas de propiedades, planta y equipo	11.200	1.337
Compras de propiedades, planta y equipo	(2.394.898)	(1.424.244)
Compras de activos intangibles	(850.549)	(843.477)
Intereses recibidos	138.745	214.947
Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión	(3.095.502)	(2.051.437)

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Flujos de efectivo (utilizados en) procedentes en actividades de financiación		
Importes procedentes de préstamos	11.307.590	9.703.130
Pago préstamos	(10.518.162)	(13.068.288)
Pagos pasivos a entidades relacionadas, neto	3.940.150	(2.890.908)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(10.519.679)	(10.089.906)
Intereses pagados	(1.241.391)	(1.128.941)
Otras salidas entradas de efectivo	(218.110)	230.283
Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de financiación	(7.249.602)	(17.244.630)
Aumento en el efectivo y equivalentes al efectivo antes del efecto de la tasa de cambio	1.152.683	611.302
Efecto de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(21.995)	5.081
Aumento del efectivo y equivalentes al efectivo	1.130.688	616.383
Efectivo y equivalentes al efectivo al inicio del ejercicio	1.652.596	(1.036.213)
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	(2.783.284)	(1.652.596)

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

B. Logística Internacional Limitada

La sociedad fue constituida como una sociedad de responsabilidad limitada, bajo la razón social de “Servicios Logísticos Sodilog Limitada”, por escritura pública de fecha 5 de septiembre de 2011, otorgada en la Notaría de Santiago de Francisco Javier Leiva Carvajal, bajo el repertorio N° 5.945/2011. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 54.622, número 40.226, del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2011, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 23 de septiembre del mismo año. Con posterioridad, y luego de varias modificaciones, por escritura pública de fecha 10 de julio de 2018, otorgada en la Notaría de Santiago de Francisco Javier Leiva Carvajal, bajo el repertorio N° 67.573/2018, modificó su razón social por la actual, esto es, “Logística Internacional Limitada”. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 54.820, número 28.263, del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2018, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 23 de julio del mismo año.

Objeto Social

El objeto de la sociedad es: Uno. El transporte terrestre, marítimo y lacustre de toda clase de bienes muebles, dentro y fuera del país en vehículos propios, tomados en arrendamiento o en leasing o encomendado a terceros, la prestación de servicios de mudanza, embalajes y la asesoría y prestación de servicios de puerto y de aduanas. Dos. La prestación de los servicios de almacenaje de mercaderías, en bodegas propias o de terceros, la prestación de servicios de acopio de contenedores; construir, operar y administrar

terminales de carga general, de contenedores o de otras especies, prestación de servicios de estiba y desestiba de todo tipo de cargas y prestación del servicio de distribución de mercaderías. Tres. La importación y exportación de toda clase de mercancías propias o ajenas, incluyendo la importación para transformación o ensamble para todo tipo de productos y los actos accesorios a estas operaciones. Cuatro. La prestación de toda clase de asesorías y servicios relacionados con la contratación de seguros. Cinco. La compra, venta, comercialización, fabricación, importación y exportación de mercaderías y otros bienes corporales muebles y la prestación de servicios, y, en especial, la comercialización de materiales de construcción y toda otra actividad relacionada con las anteriores. Seis. Podrá la sociedad formar parte de otras sociedades de cualquier naturaleza que ellas sean y ejecutar todo otro negocio que los socios acuerden.

Capital suscrito y pagado

Al 31 de diciembre de 2025, el capital de la sociedad es de M\$ 100.000, con un 99,99% de participación de parte de Sodimac S.A. y un 0,01% de participación de Inversiones Parmin SpA. El patrimonio de Logística Internacional Limitada representa el 0,35% del total de activos de Sodimac Consolidado.

Relación comercial con la matriz

Operaciones de logística, para lo cual la sociedad mantiene un contrato de servicios logísticos con Sodimac S.A., que no afecta significativamente en sus resultados.

Remuneraciones

Los directores y administradores de Sodimac S.A. (matriz), que desempeñan funciones en la sociedad Logística Internacional Limitada, no reciben remuneración adicional por el ejercicio de dichas funciones.

Administración de Logística Internacional Limitada y su relación con la sociedad matriz:

Nombre	Cargo en Sodimac S.A. y su Matriz	Cargo en Logística Internacional Limitada
Juan Pablo del Río Goudie	Presidente del Directorio Sodimac S.A.	Apoderado clase A
Alejandro González Dale	Gerente General Corporativo Falabella S.A.	Apoderado clase A
Alejandro Arze Safian	Gerente General Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase A
Gonzalo Smith Ferrer	Gerente Corporativo de Asuntos Legales y Gobernanza Falabella S.A.	Apoderado clase A
María Carolina Bascuñán Vargas	Gerente Regional Personas Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Francisco Torres Larraín	Gerente Comercial y Marketing Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Ignacio Monteverde	Gerente Comercial y Marketing Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Mariano Imberga	Gerente de Operaciones Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Francisco Errázuriz López	Gerente General IKEA	Apoderado clase B
Francisco Pirozzi Jabat	Gerente Cadena de Abastecimiento Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Juan Cristóbal López Herreros	Gerente Sell Out E-commerce Regional y Chile	Apoderado clase B
Mauricio Flores Vilches	Gerente Corporativo Logística Internacional Limitada	Apoderado clase B
Juan Pablo Harrison Calvo	Gerente de Finanzas Corporativo Falabella S.A.	Apoderado clase B
Pablo Aguirre Rigo Righi	Gerente de Gestión Financiera Corporativo Falabella S.A.	Apoderado clase B
Claudia Castro Hruska	Gerente de Personas Sodimac S.A.	Apoderado clase C
Constanza Varea Uribe	Gerente Corporativo Transporte Internacional	Apoderado clase C
Vanessa Barros Rioseco	Gerente Corporativo Transporte Internacional	Apoderado clase C

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA
Estado de Situación Financiera Clasificados

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

ACTIVOS	31.12.2025 M\$	31.12.2024 M\$
Activos Corrientes		
Efectivo y equivalentes al efectivo	448.491	49.573
Otros activos no financieros corrientes	8.731	16.898
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	3.840.341	3.297.913
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	2.547.902	3.001.829
Activos por impuestos corrientes	195.076	317.120
Activos corrientes totales	7.040.541	6.683.333
Activos no Corrientes		
Otros activos no financieros no corrientes	16.151	19.125
Propiedades, plantas y equipos	6.262	7.492
Activos por impuestos diferidos	119.070	103.234
Activos no corrientes totales	141.483	129.851
Activos totales	7.182.024	6.813.184

LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA
Estado de Situación Financiera Clasificados

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

PATRIMONIO Y PASIVOS	31.12.2025 M\$	31.12.2024 M\$
Pasivos Corrientes		
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	678.847	600.250
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	72.917	43.887
Pasivos por impuestos corrientes	122.285	252.410
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	511.621	447.450
Otros pasivos no financieros corrientes	225.040	171.909
Pasivos corrientes totales	1.610.710	1.515.906
Pasivos no Corrientes		
Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes	135.539	97.001
Pasivos no corrientes totales	135.539	97.001
Total Pasivos	1.746.249	1.612.907
Patrimonio		
Capital emitido	100.000	100.000
Ganancias acumuladas	5.336.809	5.077.210
Otras reservas	(1.034)	23.067
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	5.435.775	5.200.277
Patrimonio total	5.435.775	5.200.277
Patrimonio y pasivos totales	7.182.024	6.813.184

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA
Estado de Resultado por Función

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Estado de Resultado	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Ingresos de actividades ordinarias	16.159.224	14.838.674)
Costo de ventas	(8.956.502)	(6.504.650)
Ganancia bruta	7.202.722	8.334.024
Gastos de administración	(2.781.594)	(2.463.397)
Otros (gastos) por función	(70.793)	(169.409)
Otras ganancias	388	12.367
Ingresos financieros	95.557	144.334
Costos financieros	(3.207)	(1.093)
Diferencias de cambio	(151.297)	(16.867)
Resultados por unidades de reajuste	23.168	20.043
Ganancia antes de impuestos	4.314.944	5.860.002
Gasto por impuestos a las ganancias	(1.120.487)	(1.575.299)
Ganancia del ejercicio	3.194.457	4.284.703
Ganancia atribuible a:		
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora	3.194.457	4.284.703
Ganancia del ejercicio	3.194.457	4.284.703

LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA
Estado de Resultados Integrales

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Estado del resultado integral	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Ganancia	3.194.457	4.284.703
Componentes de otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del período, antes de impuestos		
Pérdidas actuariales por planes de beneficios definidos	(33.015)	(3.728)
Impuesto a las ganancias relacionado con componentes de otros resultados integrales		
Impuesto a las ganancias relacionados con planes de beneficios al personal	8.914	1.006
Total otro resultado integral	(24.101)	(2.722)
Resultado integral total	3.170.356	4.281.981
Resultado integral atribuible a		
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	3.170.356	4.281.981
Resultado integral total	3.170.356	4.281.981

LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA
Estado de Cambios en el Patrimonio

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

	Capital Emitido M\$	Reservas de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos M\$	Ganancias acumuladas M\$	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Patrimonio Total M\$
Saldo inicial ejercicio al 01/01/2025	100.000	23.067	5.077.210	5.200.277	5.200.277
Ganancia del ejercicio		-	3.194.457	3.194.457	3.194.457
Otro resultado integral	-	(24.101)	-	(24.101)	(24.101)
Dividendos	-	-	(2.934.858)	(2.934.858)	(2.934.858)
Total de cambios patrimonio	-	(24.101)	259.599	235.498	235.498
Saldo final ejercicio al 31/12/2025	100.000	(1.034)	5.336.809	5.435.775	5.435.775

	Capital Emitido M\$	Reservas de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos M\$	Ganancia acumuladas M\$	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Patrimonio Total M\$
Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2024	100.000	25.789	4.605.441	4.731.230	4.731.230
Cambios en Patrimonio					
Ganancia del ejercicio	-	-	4.284.703	4.284.703	4.284.703
Otro resultado integral	-	(2.722)	-	(2.722)	(2.722)
Dividendos	-	-	(3.812.934)	(3.812.934)	(3.812.934)
Total de cambios patrimonio	-	(2.722)	471.769	469.047	469.047
Saldo final ejercicio al 31/12/2024	100.000	23.067	5.077.210	5.200.277	5.200.277

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA
Estado de Flujo de Efectivo

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	16.964.803	13.888.639
Otros cobros por actividades de operación	19.125	-
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(10.418.739)	(7.957.056)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(1.496.170)	(1.429.558)
Otros pagos por actividades de operación	(1.059.068)	(677.047)
Impuestos a las ganancias (pagados)	(1.113.537)	(1.826.470)
Otras entradas (salidas) de efectivo	64.091	(12.502)
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación	2.960.505	1.986.006
Flujos de efectivo (utilizados en) procedentes de actividades de inversión		
Pasivos a entidades relacionadas, neto	-	1.819.657
Compras de propiedades, planta y equipo	(1.259)	-
Flujos de efectivo (utilizados en) procedentes de actividades de inversión	(1.259)	1.819.657
Flujos de efectivo utilizados en actividades de financiación		
Pasivos a entidades relacionadas, neto	398.213	-
Dividendos pagados	(2.934.858)	(3.812.934)
Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de financiación	(2.536.645)	(3.812.934)

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Aumento (diminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo antes del efecto de la tasa de cambio	422.602	(7.271)
Efecto de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectiv	(23.681)	31.260
Aumento de efectivo y equivalentes al efectivo	398.918	23.989
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del ejercicio	49.573	25.584
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	448.491	49.573

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

C. Traineemac SpA

La sociedad fue constituida como sociedad anónima cerrada, por escritura pública de fecha 24 de diciembre de 2008, otorgada en la Notaría de Santiago de Enrique Morgan Torres, bajo el repertorio N° 6.397/2008. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 7.181, número 4.646, del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2009, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 7 de febrero de 2009. Con posterioridad, por acuerdo adoptado en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada con fecha 26 de marzo de 2021, cuya acta se redujo a escritura pública con fecha 31 de marzo del año 2021, otorgada en la Notaría de Santiago de Francisco Javier Leiva Carvajal, bajo el repertorio N° 32.293/2021, la sociedad acordó modificar el objeto social, en el sentido de señalar expresamente como giro único y exclusivo la prestación de servicios de capacitación. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 26.237 número 2.155 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2021, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 5 de abril del mismo año. La última modificación de la sociedad fue acordada en Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada con fecha 21 de agosto de 2025, cuya acta se redujo a escritura pública con fecha 25 de agosto de 2025, otorgada en la Notaría de Santiago de Francisco Javier Leiva Carvajal, bajo el repertorio N° 82.609/2025, en que la sociedad se transformó en una sociedad por acciones bajo la razón social actual, Traineemac SpA. Un extracto autorizado de dicha escritura fue inscrito a fojas 79.023, número

29.844, del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago correspondiente al año 2025, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 30 de agosto del mismo año.

Objeto Social

El objeto único y exclusivo de la sociedad es la prestación de servicios de capacitación.

Capital suscrito y pagado

Al 31 de diciembre de 2025, el capital de la sociedad es de M\$10.000, con un 99,99999% de participación de parte de Sodimac S.A. y un 0,00001% de participación de Inversiones Parmin SpA. El patrimonio de Traineemac SpA representa el 0,02% del total de activos de Sodimac Consolidado.

Relación comercial con la matriz

Capacitación al personal, para lo cual la sociedad mantiene un contrato de servicios de capacitación, seminarios y otros con la matriz, que no afecta significativamente sus resultados.

Remuneraciones

Los directores y administradores de Sodimac S.A. (matriz), que desempeñan funciones en la sociedad Traineemac SpA, no reciben remuneración adicional por el ejercicio de dichas funciones.

Administración de Traineemac SpA y su relación con Sodimac S.A. y su matriz

Nombre	Cargo en Sodimac S.A. y su Matriz	Cargo en Traineemac SpA
Juan Pablo del Río Goudie	Presidente del Directorio Sodimac S.A.	Apoderado clase A
Alejandro González Dale	Gerente General Corporativo Falabella S.A.	Apoderado clase A
Alejandro Arze Safian	Gerente General Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase A
Gonzalo Smith Ferrer	Gerente Corporativo de Asuntos Legales y Gobernanza Falabella S.A.	Apoderado clase A
Claudia Castro Hruska	Gerente de Personas Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Francisco Torres Larraín	Gerente Comercial y Marketing Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Ignacio Monteverde	Gerente Comercial, Marketing y Ventas a Distancia Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Mariano Imberga	Gerente de Operaciones Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Francisco Pirozzi Jabat	Gerente Cadena de Abastecimiento Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Francisca Núñez Regauer	Gerente de Administración y Control de Gestión Sodimac S.A.	Apoderado clase B
Juan Pablo Harrison Calvo	Gerente de Finanzas Corporativo Falabella S.A.	Apoderado clase B
Pablo Aguirre Rigo Righi	Gerente de Gestión Financiera Corporativo Falabella S.A.	Apoderado clase B
María Carolina Auad Selman	Gerente de Marketing Sodimac S.A.	Apoderado clase C
Gabriel Aste Díaz	Gerente Construcción y Ferretería Sodimac S.A.	Apoderado clase C
Alyson Yévenes	Subgerente de Licitaciones y Compras Sodimac S.A.	Apoderado clase C
Erick Hernández La Torre	Gerente Financiamiento y Crédito Corporativo Sodimac S.A.	Apoderado clase C

SODIMAC CHILE
IMPERIAL
PERFIL DE SODIMAC
GOBIERNO CORPORATIVO
SOSTENIBILIDAD
DESARROLLO DEL NEGOCIO
PERSONAS
PROVEEDORES
CLIENTES
COMUNIDAD
MEDIOAMBIENTE
ANEXOS
ESTADOS FINANCIEROS

TRAINEEMAC SpA
Estado de Situación Financiera Clasificados
Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

ACTIVOS	31.12.2025 M\$	31.12.2024 M\$
Activos Corrientes		
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	69.690	55.775
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	533.050	324.024
Activos corrientes totales	602.740	379.799
Activos no Corrientes		
Otros activos no financieros no corrientes	489	488
Activos por impuestos diferidos	8.705	6.320
Activos no corrientes totales	9.194	6.808
Activos totales	611.934	386.607

TRAINEEMAC SpA
Estado de Situación Financiera Clasificados
Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

PATRIMONIO Y PASIVOS	31.12.2025 M\$	31.12.2024 M\$
Pasivos Corrientes		
Cuentas comerciales y otras cuentas por pagar	137.165	127.627
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	291	67.013
Pasivos por impuestos corrientes	49.432	15.480
Provisiones por beneficios a los empleados corrientes	11.905	16.892
Pasivos corrientes totales	198.793	227.012
Pasivos no Corrientes		
Provisiones por beneficios a los empleados no corrientes	29.229	18.120
Pasivos no corrientes totales	29.229	18.120
Total Pasivos	228.022	245.132
Patrimonio		
Capital emitido	10.000	10.000
Ganancias acumuladas	391.475	141.654
Otras reservas	(17.563)	(10.179)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	383.912	141.475
Patrimonio total	383.912	141.475
Patrimonio y pasivos totales	611.934	386.607

TRAINEEMAC SpA
Estado de Resultado por Función

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Estado de Resultado	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Ingresos de actividades ordinarias	1.469.874	909.256
Costo de ventas	(806.110)	(487.469)
Ganancia bruta	663.764	421.787
Gastos de administración	(138.510)	(172.004)
Otros gastos por función	(103)	(207)
Ingresos financieros	8.532	24.770
Costos financieros	(214)	(605)
Resultados por unidades de reajuste	798	-
Ganancia antes de impuestos	534.267	273.741
Gasto por impuestos a las ganancias	(142.792)	(71.378)
Ganancia del ejercicio	391.475	202.363
Ganancia atribuible a:		
Ganancia, atribuible a los propietarios de la controladora	391.475	202.363
Ganancia del ejercicio	391.475	202.363

TRAINEEMAC SpA
Estado de Resultados Integrales

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Estado del resultado integral	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Ganancia	391.475	202.363
Componentes de otro resultado integral que no se reclasificarán al resultado del período, antes de impuestos		
Pérdidas actuariales por planes de beneficios definidos	(10.114)	(1.910)
Impuesto a las ganancias relacionado con componentes de otros resultados integrales		
Impuesto a las ganancias relacionados con planes de beneficios al personal	2.730	516
Total otro resultado integral	(7.384)	(1.394)
Resultado integral total	384.091	200.969
Resultado integral atribuible a		
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	384.091	200.969
Resultado integral total	384.091	200.969

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

TRAINEEMAC SpA
Estado de Cambios en el Patrimonio

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2024 y de 2023

	Capital Emitido M\$	Reservas de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos M\$	Ganancias acumuladas M\$	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Patrimonio Total M\$
Saldo inicial ejercicio al 01/01/2025	10.000	(10.179)	141.654	141.475	141.475
Ganancia del ejercicio		-	391.475	391.475	391.475
Otro resultado integral	-	(7.384)	-	(7.384)	(7.384)
Dividendos	-	-	(141.654)	(141.654)	(141.654)
Total de cambios patrimonio	-	(7.384)	249.821	242.437	242.437
Saldo final ejercicio al 31/12/2025	10.000	(17.563)	391.475	383.912	383.912

	Capital Emitido M\$	Reserva de ganancias o pérdidas actuariales en planes de beneficios definidos M\$	Ganancia acumuladas M\$	Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Patrimonio Total M\$
Saldo Inicial ejercicio al 01/01/2024	10.000	(8.785)	441.349	442.564	442.564
Cambios en patrimonio					
Resultado del ejercicio	-	-	202.363	202.363	202.363
Otro resultado integral	-	(1.394)	-	(1.394)	(1.394)
Dividendos	-	-	(502.058)	(502.058)	(502.058)
Total de cambios patrimonio	-	(1.394)	(299.695)	(301.089)	(301.089)
Saldo final ejercicio al 31/12/2024	10.000	(10.179)	141.654	141.475	141.475

SODIMAC
CHILE

IMPERIAL

PERFIL DE
SODIMAC

GOBIERNO
CORPORATIVO

SOSTENIBILIDAD

DESARROLLO
DEL NEGOCIO

PERSONAS

PROVEEDORES

CLIENTES

COMUNIDAD

MEDIOAMBIENTE

ANEXOS

ESTADOS
FINANCIEROS

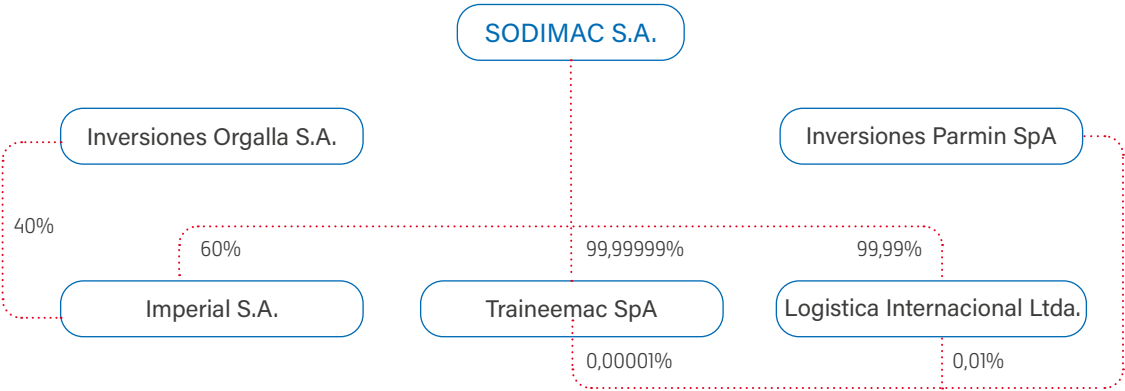
TRAINEEMAC SpA

Estado de Flujo de Efectivo

Correspondiente a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Estado de flujos de efectivo Método Directo	01.01.2025 31.12.2025 M\$	01.01.2024 31.12.2024 M\$
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación		
Clases de cobros por actividades de operación		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	1.455.958	853.481
Clases de pagos		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(872.793)	(461.839)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(65.023)	(103.393)
Otros pagos por actividades de operación	(3.008)	(3.456)
Impuestos a las ganancias (pagados)	(107.697)	(172.349)
Otras (salidas) entradas de efectivo	(4.383)	903
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación	403.054	113.347
Flujos de efectivo (utilizados en) procedentes de actividades de inversión		
Pasivos a entidades relacionadas, neto	(200.691)	505.889
Flujos de efectivo (utilizados en) procedentes de actividades de inversión	(200.691)	505.889
Flujos de efectivo (utilizados en) procedentes en actividades de financiación		
Dividendos pagados	(202.363)	691.236
Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de financiación	(202.363)	691.236
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del ejercicio	-	-

► Relación de propiedad directa e indirecta entre Sodimac y subsidiarias



Sodimac no tiene otras inversiones que representen más del 20% del activo total de alguna entidad, y que no revistan el carácter de subsidiarias o asociadas.

► Declaración de responsabilidad y suscripción de la Memoria

Los señores directores de Sodimac S.A., tomaron conocimiento y declaran bajo juramento su responsabilidad respecto de la veracidad de toda la información en la presente Memoria Anual.

Juan Pablo Del Rio Goudie
Juan Pablo Del Rio Goudie (24 feb.. 2026 17:16:41 GMT-3)

Sr. Juan Pablo del Río Goudie
RUT: 5.898.685-2
Presidente

Sr. Sebastián Arispe Karlezi
RUT: 15.636.728-1
Directora

Jaime García R
Jaime García R (24 feb.. 2026 12:57:52 GMT-3)

Sr. Jaime García Rioseco
RUT: 5.894.661-3
Director

Manuel

Sr. Manuel Cristóbal Hurtado Rourke
RUT: 13.038.050-6
Director

Elizabeth Lehmann
Elizabeth Lehmann (24 feb.. 2026 11:07:00 EST)

Sra. Elizabeth Lehmann Cosoi
RUT: 11.625.647-9
Directora

Victor Pucci L
Victor Pucci L (24 feb.. 2026 14:26:14 GMT-3)

Sr. Victor Pucci Labatut
RUT: 6.474.224-8
Director

Sr. Gonzalo Rojas Vildósola
RUT: 6.179.689-4
Director

Agustín A Solari
Agustín A Solari (24 feb.. 2026 13:01:21 GMT-3)

Sr. Agustín Solari Álvarez
RUT: 8.458.863-6
Director

Sandro Solari D.
Sandro Solari D. (24 feb.. 2026 16:10:22 GMT-3)

Sr. Sandro Solari Donaggio
RUT: 9.585.729-9
Director

Sebastián Simonetti V.
Sebastián Simonetti V. (24 feb.. 2026 16:23:33 GMT-3)

Sr. Sebastián Simonetti Vicuña
RUT: 13.442.409-5
Gerente General Sodimac S.A.

