

Sodimac S.A.

Anual desde Envío Anterior

ANALISTAS:
Laura Ponce
Patricio Del Basto
laura.ponce@humphreys.cl
patricio.delbasto@humphreys.cl

FECHA
Agosto 2026

Categoría de riesgo ¹	
Tipo de instrumento	Categoría
Bonos y líneas de bonos	AA-
Tendencia	Estable
EEFF base	30 de junio de 2026 ²

Número y fecha de inscripción de emisiones de deuda	
Línea de bonos	N° 676 de 09.09.2011
Línea de bonos	N° 677 de 09.09.2011
Serie K (BSODI-K)	Primera emisión

Estados de Resultados Consolidados IFRS						
MM\$	2021	2022	2023	2024	2025	jun-26
Ingresos ordinarios	3.255.724	2.957.797	2.364.993	2.422.084	2.555.786	1.325.190
Costo de ventas	-2.235.218	-2.082.240	-1.697.824	-1.714.508	-1.790.303	-940.709
Ganancia bruta	1.020.506	875.558	667.169	707.576	765.483	384.480
Costos de distribución	-64.006	-80.509	-63.139	-48.700	-58.526	-33.927
Gasto de administración	-613.017	-667.022	-608.952	-622.676	-648.042	-321.921
Resultado operacional	333.434	115.819	-12.170	25.396	42.742	22.646
Costos financieros	-36.510	-59.449	-52.107	-43.517	-48.539	-20.586
Utilidad (pérdida del ejercicio)	228.951	52.080	-44.529	617	11.397	5.734
EBITDA	438.382	228.161	108.148	148.910	164.889	83.582

Estados de Situación Financiera Consolidados IFRS						
MM\$	2021	2022	2023	2024	2025	jun-26
Activos corrientes	777.850	685.948	492.678	580.591	561.243	556.362
Activos no corrientes	931.207	1.064.607	1.064.346	1.048.693	992.592	1.026.752
Total de activos	1.709.057	1.750.555	1.557.024	1.629.284	1.553.835	1.583.114
Pasivos corrientes	521.993	546.655	423.096	571.388	504.977	433.136
Pasivos no corrientes	903.741	1.032.819	998.917	925.629	922.710	1.011.506
Total de pasivo	1.425.735	1.579.473	1.422.013	1.497.017	1.427.687	1.444.642
Patrimonio total	283.322	171.081	135.011	132.267	126.148	138.472
Total de pasivos y patrimonio	1.709.057	1.750.555	1.557.024	1.629.284	1.553.835	1.583.114
Deuda financiera ³	772.773	868.019	853.359	864.779	815.744	862.005

¹ Metodología aplicada: Metodología Clasificación de Riesgo Corporaciones (25-08-2026).

² El presente informe se preparó sobre la base de los estados financieros terminados al 31 de marzo de 2026. Para efectos de presentación se han incorporado los estados financieros al 30 de junio de 2026 recientemente publicados, los cuales, de acuerdo con los análisis previamente efectuados, no afectan la categoría de riesgo asignada. Cabe destacar que el proceso de clasificación de **Humphreys** está basado en los aspectos estructurales del emisor, con un enfoque de largo plazo, por lo cual los resultados de un ejercicio en particular no afectan, necesariamente, la opinión de la clasificadora.

³ Contiene pasivos por arrendamientos.

Opinión

Fundamentos de la clasificación

Sodimac S.A. (Sodimac) es una empresa que se dedica a la intermediación de artículos de construcción y mejoramiento del hogar. Sus operaciones se orientan a tres segmentos de negocios: *retail*, pequeñas y medianas empresas (pymes) del área construcción y grandes constructoras. La venta al detalle, hogares en su mayoría, representa la principal fuente de ingresos y márgenes para la compañía. Es importante mencionar que, si bien en esta actividad el grupo controlador tiene presencia en Perú, Argentina, Colombia, Brasil, Uruguay y México, dichas empresas no consolidan en Sodimac Chile S.A., sino que forman parte de otras filiales del grupo.

Entre enero y junio de 2026, la compañía operaba 87 puntos de venta distribuidos a lo largo del país. Durante el primer semestre del año registró ingresos por \$ 1.325.190 millones y un EBITDA de aproximadamente \$ 83.582 millones. A la misma fecha, la deuda financiera ascendía a \$ 862.005 millones, mientras que el patrimonio contable alcanzaba \$ 138.472 millones.

Entre las principales fortalezas que sustentan la clasificación de **Sodimac** en “*Categoría AA-*”, destaca su posición de liderazgo en el mercado chileno de mejoramiento del hogar y materiales de construcción, apoyada en el alto reconocimiento de sus marcas, su amplia cobertura comercial y una oferta diversificada de productos y servicios. Asimismo, la compañía cuenta con una extensa red de puntos de venta y una sólida participación de mercado, atributos que fortalecen su posición competitiva. En opinión de **Humphreys**, resulta poco probable que la empresa pierda su liderazgo dentro de la industria en el mediano plazo.

Otros factores que respaldan la clasificación de los títulos de deuda corresponden al apoyo de Falabella S.A. como controlador de la compañía, uno de los grupos de *retail* más relevantes de Sudamérica, así como a la exitosa ejecución de la estrategia de negocios de **Sodimac**, la que le ha permitido mantener una posición de liderazgo en el mercado chileno y fortalecer su desempeño operativo a lo largo del tiempo.

Junto con lo anterior, aunque **Sodimac** no consolida las operaciones que la marca mantiene en otros países de la región, estas forman parte del grupo Falabella, lo que favorece la coordinación y aprovechamiento de sinergias a nivel corporativo. En particular, la realización conjunta de determinadas compras y procesos de abastecimiento permite acceder a economías de escala, fortaleciendo la competitividad de la compañía y su capacidad de negociación con proveedores.

También incorpora como elemento positivo la participación de la sociedad en Imperial, empresa de larga trayectoria en el sector y con una importante presencia en un segmento de mercado de mayor especialización (mayoristas y mueblistas), sumado a la madurez de sus marcas propias, lo que permite al emisor diversificar y ampliar sus ingresos y consolidar un mayor liderazgo en el sector.

En paralelo, como elemento positivo, se considera el fortalecimiento del desarrollo electrónico de la compañía potenciando el desarrollo de las ventas *online*.

Desde otra perspectiva, la categoría de riesgo asignada se encuentra limitada por la posibilidad de que aumente la competencia debido a la eventual entrada de nuevos operadores internacionales y por la posibilidad de procesos de desintermediación en la compra, esto último ligado especialmente al negocio de pymes y grandes constructoras.

Otro factor de riesgo propio del sector es la sensibilidad de su demanda a períodos económicos contractivos, en especial de aquellos segmentos altamente ligados a la construcción, actividad con fuertes características procíclicas y que, por tanto, experimenta profundos descensos en épocas recesivas. Asimismo, el rubro de venta al

detalle, orientado al mercado familiar, también se ve resentido en tales períodos, básicamente por tratarse de productos que no son de primera necesidad, tal como se ha observado en los últimos años.

En el ámbito de ASG, **Sodimac** ha incorporado la sostenibilidad como un eje estratégico de su gestión, impulsando iniciativas relacionadas con gobierno corporativo, personas, clientes, proveedores, comunidad y medio ambiente, con foco en la creación de valor sostenible de largo plazo.

Resumen Fundamentos Clasificación

Fortalezas centrales

- Fuerte liderazgo en venta.

Fortalezas complementarias

- Amplia cobertura de ventas a nivel nacional.
- Economías de escalas.

Fortalezas de apoyo

- Matriz solvente y que aporta sinergia.

Riesgos considerados

- Sensibilidad ante ciclos recesivos (riesgo medio y acotado a períodos específicos).
- Presión a los márgenes por incremento en la competencia (riesgo atenuado por su acceso a economías de escala y experiencia).

Hechos recientes

Resultados junio 2026

Durante el primer semestre de 2026, las ventas de la empresa totalizaron \$ 1.325.190 millones, un 1,5% superior a igual período anterior. Los ingresos de los segmentos Mejoramiento del Hogar (**Sodimac**) aumentaron un 1,3% y el segmento Especialista (Imperial) en un 3,7%.

Por otra parte, los costos de venta crecieron un 1,7%, de esta manera el margen bruto de la empresa aumentó en un 1,1%, representando el 29,0% de los ingresos (29,1% durante el primer semestre del año anterior).

El EBITDA de la empresa, por su parte, disminuyó un 5,3% hasta \$ 83.582 millones, con lo que el margen EBITDA se situó en 6,3%, comparado con el margen de 6,8% observado en junio de 2025. Finalmente, la ganancia del ejercicio llegó a \$ 5.734 millones, disminuyendo respecto de junio de 2025, cuando alcanzó los \$ 9.795 millones.

La deuda financiera de la empresa totalizó \$ 862.005 millones, lo que corresponde a un incremento aproximado de 5,7% respecto de diciembre de 2025. El patrimonio alcanzó los \$ 138.472 millones, mostrando un alza de 9,8% respecto de 2025.

Resultados diciembre 2025

En términos nominales, entre enero y diciembre de 2025, los ingresos de **Sodimac** aumentaron un 5,5%, alcanzando los \$ 2.555.786 millones, impulsados por el crecimiento de los segmentos Mejoramiento del Hogar (**Sodimac**) y Especialista (Imperial). Este desempeño estuvo favorecido por el fortalecimiento del negocio *online* mediante campañas comerciales, destacando *Cyber Dayy Black Friday*, además de una estrategia de surtido que benefició particularmente a los productos importados.

Por su parte, los costos de venta aumentaron un 4,4%. Como resultado, la ganancia bruta se incrementó en 8,2%, alcanzando los \$ 765.483 millones, con un margen bruto de 30,0%, superior al registrado en 2024.

Los gastos de administración y ventas totalizaron \$ 648.042 millones, exhibiendo un aumento de 4,1% respecto del ejercicio anterior. Esta variación se explicó principalmente por mayores costos de personal asociados a reajustes por IPC, incrementos del salario mínimo, la implementación de la Ley de 40 Horas y de la nueva normativa de AFC. Adicionalmente, se registraron mayores gastos logísticos, de *marketing*, comisiones por tarjetas de crédito y servicios de terceros.

Como consecuencia de lo anterior, el resultado operacional alcanzó \$ 42.742 millones, lo que representó un incremento de 68,3% respecto de 2024. Asimismo, el EBITDA aumentó 10,7%, situándose en \$ 164.889 millones, equivalente al 6,5% de los ingresos, superior al 6,1% registrado el año anterior. La utilidad del ejercicio alcanzó los \$ 11.397 millones, mientras que la utilidad atribuible a los propietarios de la controladora fue de \$ 10.776 millones.

Al cierre de 2025, la deuda financiera ascendió a \$ 815.744 millones, incluyendo pasivos por arrendamientos financieros, lo que representó una disminución respecto de diciembre de 2024. Esta reducción se explicó principalmente por la amortización de deuda financiera y de pasivos por arrendamientos. Por su parte, el patrimonio alcanzó \$ 126.148 millones, cifra inferior a la registrada al cierre de 2024.

Definición de categorías de riesgo

Categoría AA

Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una muy alta capacidad del pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, la cual no se vería afectada en forma significativa ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.

“-” Corresponde a los títulos de deuda con mayor riesgo relativo dentro de su categoría.

Tendencia Estable

Corresponde a aquellos instrumentos que presentan una alta probabilidad que su clasificación no presente variaciones a futuro.

Oportunidades y fortalezas

Posición de mercado y reconocimiento de marca: La compañía mantiene una posición de liderazgo en el mercado chileno de mejoramiento del hogar y materiales de construcción, alcanzando una participación de mercado estimada de 22,5% al cierre de 2025, superior al 21,9% registrado el año anterior. Este liderazgo se sustenta en el posicionamiento de sus distintos formatos y marcas, entre las que destacan **Sodimac** e Imperial, así como en su amplia cobertura geográfica, estrategia omnicanal y oferta orientada tanto a clientes hogar como a especialistas y empresas. Asimismo, la compañía cuenta con una sólida trayectoria en la industria, considerando que sus orígenes se remontan a 1952, lo que le ha permitido desarrollar un amplio conocimiento del mercado y consolidar una posición competitiva relevante a lo largo del tiempo.

Adecuada cobertura de ventas: La compañía cuenta con una amplia cobertura comercial a nivel nacional. Al cierre de 2025, operaba una red de 74 tiendas **Sodimac** distribuidas a lo largo del país, a través de formatos orientados tanto al segmento hogar como a clientes profesionales, incluyendo Homecenter y Constructor. Adicionalmente, el segmento Especialista opera mediante 13 tiendas Imperial, fortaleciendo la presencia de la compañía en nichos especializados asociados a maderas, tableros y soluciones para la industria del mueble.

Respaldo de Falabella: El impacto de Falabella en **Sodimac** proviene de la experiencia del primero en el negocio del *retail* y de los aportes de las ventas a crédito mediante la tarjeta de crédito CMR de Falabella en locales de **Sodimac**. El controlador de la sociedad conforma un grupo económico con presencia internacional y con amplia trayectoria y prestigio a nivel nacional. Falabella es el segundo operador de *retail* de Chile en términos de ventas, cuenta con inversiones en Perú, Argentina, Brasil y Colombia. Sus operaciones incluyen ventas en tiendas por departamento, supermercados, corretaje de seguros, agencia de viajes, servicios financieros e inversiones inmobiliarias y manufactureras. A su vez, el uso de la tarjeta comercial CMR de Falabella, fuertemente posicionada entre los consumidores, en las tiendas **Sodimac** incentiva la compra.

A nivel de grupo, durante 2025, Falabella registró un patrimonio consolidado de aproximadamente \$10.169.860 millones, de forma que el patrimonio de Sodimac representó cerca de un 1,2% del patrimonio total del grupo.

Economías de escala: Si bien **Sodimac** considera exclusivamente las operaciones desarrolladas en el país, forma parte del Grupo Falabella, que mantiene presencia en distintos mercados de América Latina. Esto permite realizar, en determinados casos, adquisiciones de productos de manera conjunta con otras operaciones del grupo, aumentando los volúmenes de compra y facilitando el acceso a mejores condiciones comerciales con proveedores.

Factores de riesgo

Demanda sensible a los ciclos: La demanda por los productos comercializados por la compañía mantiene una estrecha relación con la evolución de la actividad económica y, particularmente, con el desempeño del sector construcción. Las ventas dirigidas a empresas, contratistas y especialistas tienden a verse afectadas por cambios en los niveles de inversión y actividad del rubro, mientras que las ventas orientadas a los hogares dependen en mayor medida de factores como el empleo, el ingreso disponible, las condiciones de financiamiento y la confianza de los consumidores. Si bien la diversificación de formatos, segmentos de clientes y canales de venta contribuye a moderar esta exposición, la compañía continúa presentando una sensibilidad relevante a las variaciones del ciclo económico y de la actividad sectorial.

Intensificación de la competencia directa e indirecta: Si bien **Sodimac** mantiene una posición de liderazgo en el mercado chileno del mejoramiento del hogar y materiales de construcción, la compañía opera en una industria altamente competitiva, caracterizada por la presencia de diversos actores especializados y no especializados. Entre sus principales competidores se encuentran cadenas de mejoramiento del hogar y materiales de construcción, tales como Easy y Construmart, además de redes de ferreterías asociadas como MTS y Chilemat, junto con un elevado número de ferreterías independientes distribuidas a lo largo del país.

Adicionalmente, la compañía enfrenta competencia indirecta proveniente de hipermercados, tiendas por departamento, tiendas especializadas, operadores de comercio electrónico y proveedores que atienden directamente a empresas constructoras y clientes profesionales. En este contexto, el avance de los canales digitales y de los modelos de *marketplace* ha incrementado la transparencia de precios y facilitado la comparación entre oferentes, aumentando la intensidad competitiva del sector.

Si bien el liderazgo de mercado, el reconocimiento de marca, la amplia cobertura geográfica, la estrategia omnicanal y la escala operacional constituyen ventajas competitivas relevantes para **Sodimac**, no puede descartarse que una mayor presión competitiva afecte su participación de mercado, márgenes o ritmo de crecimiento en el futuro.

Antecedentes generales

La compañía

Sodimac inició sus actividades en 1952 como una cooperativa abastecedora de empresas del rubro de la construcción. En 1988 introdujo el formato de venta al detalle Homecenter y, posteriormente, incorporó nuevos formatos de negocio, entre ellos Sodimac Constructor en 1992 y Homy en 2009. Asimismo, en 2007 adquirió la cadena Imperial, especializada en la distribución de maderas y tableros.

Sodimac es la filial de mejoramiento del hogar del grupo Falabella. Al cierre de 2025, Falabella controlaba indirectamente el 100% de la propiedad de la compañía a través de Inversiones y Prestaciones Venser Seis Ltda., titular de prácticamente la totalidad de las acciones, e Inversiones Parmin SpA, con una participación minoritaria.

Composición de los flujos

Sodimac desarrolla su estrategia a través de dos segmentos de negocio: Mejoramiento del hogar y materiales de construcción (**Sodimac**) y Especialista (Imperial). No obstante, la primera de ellas puede desagregarse en ventas mayoristas (grandes empresas), segmentos pequeños constructores y contratistas (Sodimac Constructor) y venta al detalle (tiendas Homecenter), con énfasis en mejoramiento de hogar.

A la fecha, la empresa cuenta con 74 tiendas **Sodimac** y 13 tiendas Imperial. Respecto de su posicionamiento de mercado, en 2025 registró una participación estimada, según información del emisor, de 22,5%, incluyendo todos sus formatos, siendo el líder de la industria.

Dentro de los dos segmentos de negocio, destaca por su elevada contribución a los ingresos el segmento de Mejoramiento del Hogar (**Sodimac**), que a marzo de 2026 representó aproximadamente el 91,6% de los ingresos consolidados de la compañía. Por su parte, el segmento Especialista (Imperial) aportó el 8,4% restante.

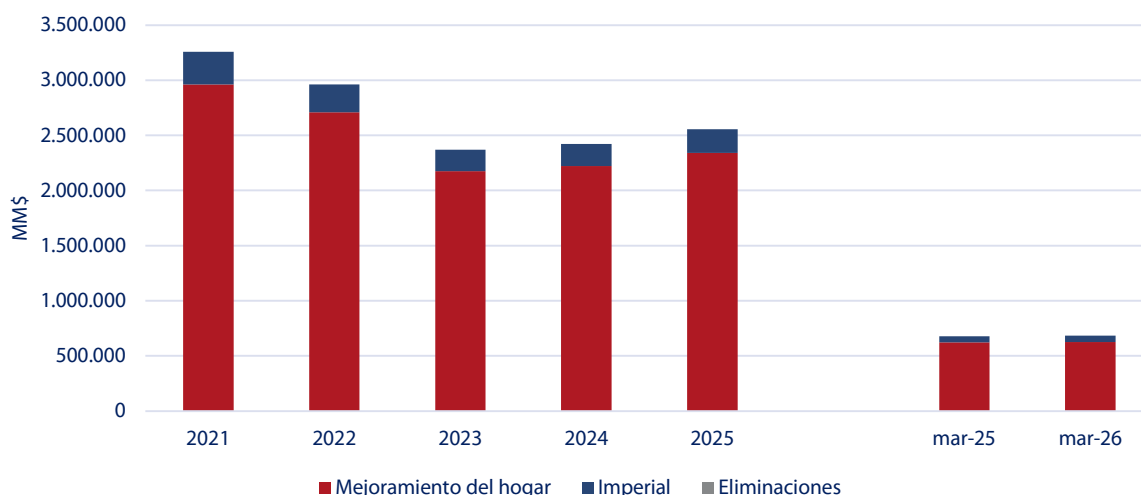


Ilustración 1: Estructura de ingresos por segmento

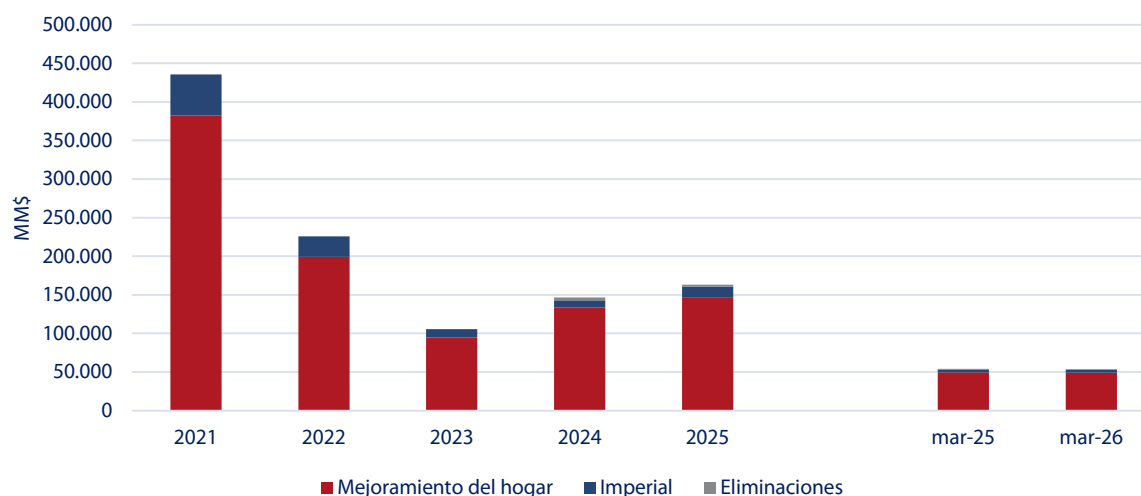


Ilustración 2: Estructura de EBITDA por segmento

Líneas de negocio⁴

Sodimac opera a través de dos segmentos de negocio: Mejoramiento del hogar y materiales de construcción (**Sodimac**) y Especialista (Imperial).

Sodimac

Este segmento comprende las actividades asociadas a la comercialización de productos para la construcción, remodelación, mantención y mejoramiento del hogar, incluyendo materiales de construcción, ferretería, herramientas, artículos para cocina, baño, jardín, decoración y otras categorías relacionadas. La operación se desarrolla a través de una estrategia omnicanal que integra los formatos Sodimac Homecenter, Sodimac Constructor, Venta a Empresas y canales digitales, atendiendo tanto a clientes hogar como a profesionales y empresas del sector construcción. A continuación, se presentan los distintos formatos y canales de negocio que conforman este segmento.

Venta a empresas

Es la unidad de negocios orientada a atender empresas constructoras y clientes corporativos, mediante una oferta especializada de productos y servicios para proyectos de construcción, mantención e infraestructura. Las compras de mayor volumen que caracterizan a este segmento permiten aprovechar economías de escala y fortalecer la relación comercial de la compañía con sus proveedores.

Sodimac Constructor

Es el segmento orientado a contratistas, maestros especialistas y pequeñas empresas del rubro de la construcción. La propuesta de valor de este negocio se basa en una amplia oferta de productos y servicios,

⁴ EBITDA por segmento descontando depreciación de las maquinarias en arriendo y otros negocios.

disponibilidad de stock, asesoría especializada y una operación de compra ágil, adaptada a las necesidades de los clientes profesionales.

Dentro de este segmento destaca el Círculo de Especialistas (CES), principal programa de fidelización de la compañía, que al cierre de 2025 superaba el millón de socios en Chile. A través de esta iniciativa, **Sodimac** fortalece su relación con contratistas y especialistas mediante capacitaciones, beneficios comerciales y herramientas orientadas al desarrollo de sus actividades. La rapidez de atención, la accesibilidad de los productos y la amplitud del surtido continúan siendo elementos clave de la propuesta dirigida a este segmento.

Tiendas Homecenter

Homecenter es el formato orientado principalmente a las familias y personas que buscan desarrollar proyectos de construcción, remodelación, decoración y mejoramiento del hogar. Al cierre de 2025, **Sodimac** contaba con 74 tiendas distribuidas a lo largo del país, consolidándose como uno de los principales actores del mercado de mejoramiento del hogar en Chile. Su liderazgo se sustenta en una amplia oferta de productos y servicios, una estrategia omnicanal y un fuerte posicionamiento de marca entre los consumidores.

Canal digital

Corresponde a las ventas realizadas a través de las plataformas digitales de la compañía. Durante 2025 este canal mostró un fuerte crecimiento impulsado por el desarrollo de Sodimac Super Store, ampliando significativamente la variedad de productos, marcas y vendedores disponibles para clientes hogar y profesionales.

Evolución de los ingresos y EBITDA

El segmento Mejoramiento del Hogar constituye el principal negocio de la compañía y concentra la mayor parte de sus ingresos y generación de flujo.

Su desempeño durante los últimos años ha estado influido por la evolución del consumo de los hogares, la actividad del sector construcción y las condiciones macroeconómicas del país. Tras el ajuste experimentado en 2023, asociado a una menor actividad económica, una menor demanda por materiales de construcción y una elevada presión competitiva, el segmento mostró una recuperación gradual durante 2024 y 2025, apoyada por una normalización de inventarios, una mejora en el mix de productos y un mayor aporte de los canales digitales. Esta evolución permitió fortalecer la generación de EBITDA y recuperar los flujos provenientes de actividades operacionales, favorecidos además por una gestión más eficiente del capital de trabajo. Durante marzo de 2026, el segmento registró ingresos por \$ 625.987 millones, equivalentes al 91,7% de los ingresos consolidados, mientras que su EBITDA alcanzó \$ 49.248 millones, manteniendo márgenes cercanos a los observados durante marzo de 2025.

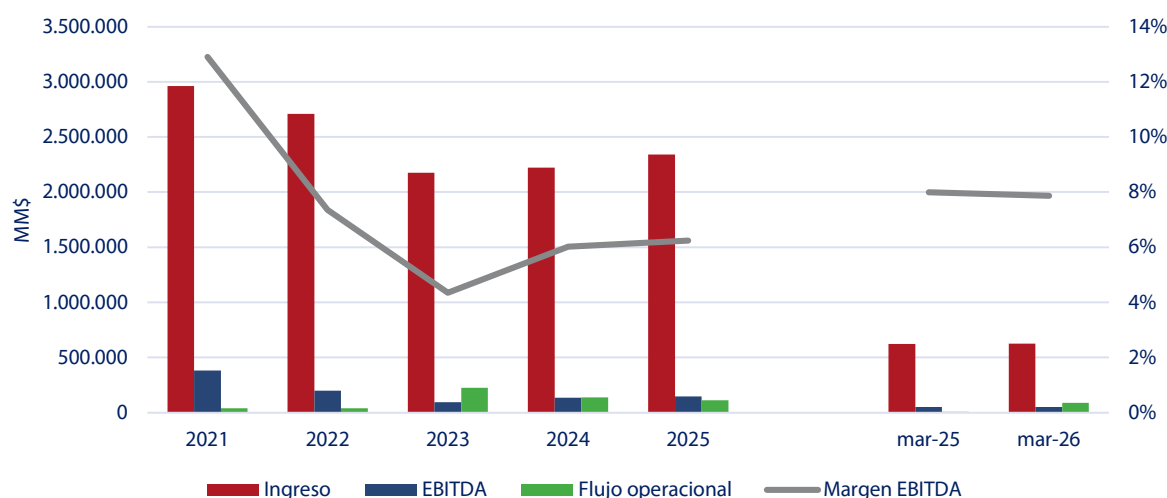


Ilustración 3: Evolución ingresos, margen EBITDA y EBITDA de segmento Sodimac

Imperial

Este segmento opera en el negocio de distribución de tableros de madera, maderas, materiales de construcción, terminaciones, quincallería y artículos de ferretería, con un enfoque especializado en la industria del mueble y la carpintería. La cadena se caracteriza por atender principalmente a mueblistas, contratistas, emprendedores y clientes profesionales que demandan productos y soluciones especializadas.

A diferencia de **Sodimac** (Mejoramiento del hogar), Imperial posee una propuesta más enfocada en nichos específicos del mercado, comercializando productos y servicios orientados a necesidades técnicas particulares, especialmente en la fabricación de muebles y proyectos de carpintería. Al cierre de 2025, la compañía contaba con 13 tiendas a lo largo del país.

Asimismo, la cadena complementa su propuesta comercial con servicios de asesoría, capacitación y espacios especializados, como los Centros de Experiencia del Mueble, fortaleciendo su posicionamiento como un actor relevante dentro del mercado profesional de maderas y tableros en Chile.

Evolución de los ingresos y EBITDA

El segmento Especialista (Imperial) está orientado principalmente a contratistas, maestros especialistas, mueblistas y empresas constructoras, por lo que su desempeño se encuentra estrechamente vinculado a la evolución de la actividad constructiva. Durante 2023, la debilidad del sector construcción, la menor ejecución de proyectos inmobiliarios y un entorno económico menos favorable afectaron la demanda del segmento, traduciéndose en una caída de ingresos y resultados. Sin embargo, durante 2024 y, especialmente, en 2025, se observó una recuperación gradual del negocio, apoyada por una mayor actividad comercial de clientes profesionales y una estabilización del mercado de materiales para la construcción. En este contexto, Imperial cerró 2025 con una recuperación relevante de sus ingresos, EBITDA y margen EBITDA, reflejando una mejora tanto en los niveles de actividad como en la rentabilidad del segmento. Durante marzo de 2026, esta tendencia continuó, registrando ingresos por \$ 57.216 millones y un EBITDA de \$ 4.110 millones, superiores a los observados en igual período del año anterior.

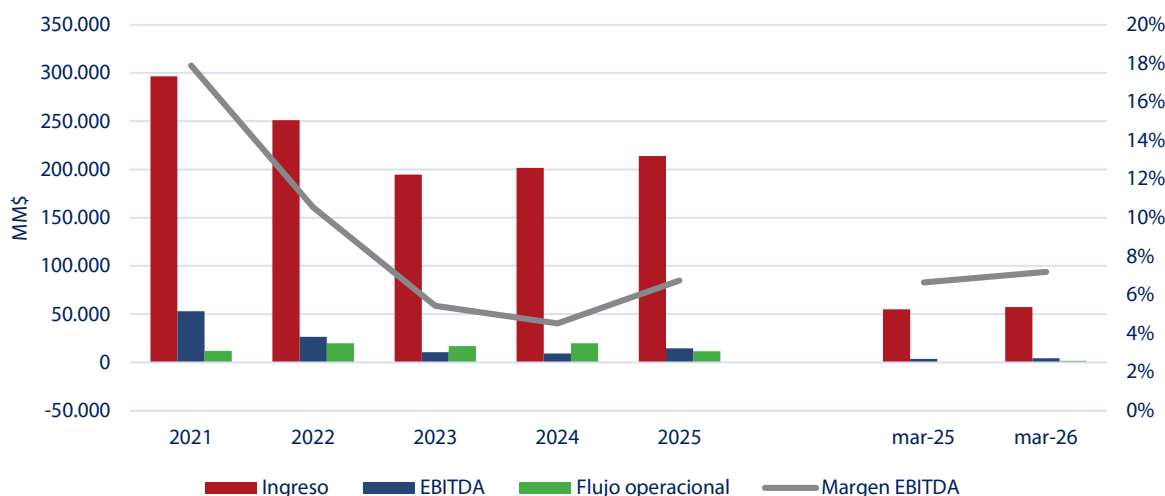


Ilustración 4: Evolución ingresos, margen EBITDA y EBITDA de segmento Imperial

Análisis financiero

Evolución de los ingresos y EBITDA

Entre 2022 y mediados de 2024, la compañía experimentó un deterioro en sus ingresos en términos reales, asociado principalmente a una menor actividad comercial en los segmentos de mejoramiento del hogar (Sodimac) y especialista (Imperial). Hacia fines de 2024 comenzaron a observarse señales de recuperación, reflejando un cambio de tendencia respecto del período previo. Durante 2025, los ingresos retomaron una trayectoria de crecimiento, impulsados por una recuperación del consumo y el buen desempeño de los canales digitales. Sin embargo, esta recuperación mostró una moderación en los meses más recientes, evidenciando un menor ritmo de crecimiento al cierre de marzo de 2026.

En tanto, el EBITDA mostró una recuperación entre 2024 y 2025, en línea con el mejor desempeño comercial y operacional de la compañía. No obstante, en los últimos doce meses terminados en marzo de 2026 se observó una disminución respecto de igual período del año anterior, explicada principalmente por mayores gastos de administración y ventas, asociados a incrementos en costos de personal, logística y otros gastos operacionales. Durante marzo de 2026, el margen EBITDA se ubicó en 6,4%. Por su parte, el flujo de caja proveniente de actividades operacionales ha mostrado una evolución variable en los últimos años, influido por cambios en los niveles de actividad, la administración de inventarios y las fluctuaciones del capital de trabajo. En particular, la fuerte generación de caja observada en algunos períodos respondió principalmente a procesos de ajuste y normalización de inventarios, mientras que posteriormente el flujo tendió a moderarse conforme el negocio retomó una trayectoria más estable. En los últimos doce meses terminados en marzo de 2026, la generación de caja operacional mostró una recuperación respecto de igual período del año anterior, alcanzando \$ 180.937.339 millones.

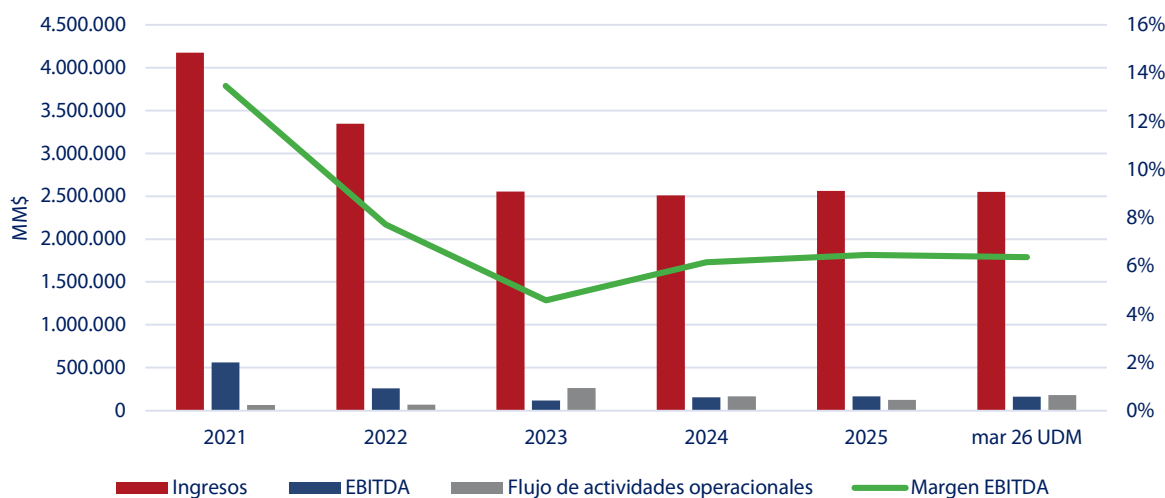


Ilustración 5: Ingresos, Flujos operacionales, EBITDA y margen EBITDA

Evolución del endeudamiento

El endeudamiento, medido como pasivo total sobre patrimonio, presentó una tendencia creciente durante los últimos años hasta alcanzar las 11,3 veces en su *peak*, explicada principalmente por la reducción de la base patrimonial de la compañía. Esta disminución respondió a las pérdidas registradas en 2023, a la reducida generación de resultados observada en 2024 y 2025, así como al efecto de dividendos distribuidos y otros ajustes reconocidos directamente en patrimonio, particularmente aquellos asociados a pasivos por beneficios definidos y coberturas contables. No obstante, al cierre de marzo de 2026 el indicador se redujo hasta 10,2 veces, favorecido por el aumento patrimonial derivado de las utilidades generadas durante el período y por una disminución de los pasivos totales.

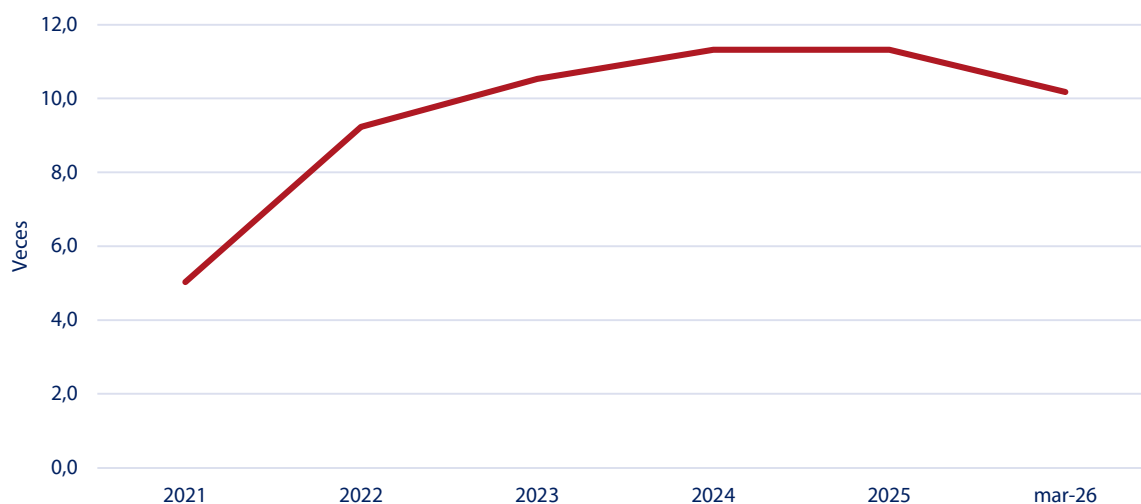


Ilustración 6: Evolución pasivo total sobre patrimonio

La relación deuda financiera sobre EBITDA ha mostrado una tendencia decreciente durante los últimos años, favorecida por una recuperación gradual de la generación de flujos operacionales y una reducción de la deuda financiera. En marzo de 2026, la deuda financiera de Sodimac totalizó \$ 832.337 millones, incluyendo los pasivos por arrendamientos, mientras que la razón deuda financiera sobre EBITDA se situó en 5,1 veces.

Por su parte, la relación deuda financiera sobre Flujo de Caja de Largo Plazo (FCLP⁵) alcanzó 7,5 veces (0,4 veces excluyendo los pasivos por arrendamientos financieros), el nivel más alto de la serie reciente. Este comportamiento responde principalmente a la metodología de cálculo del indicador, que considera el promedio de la rentabilidad anual de los activos de los últimos cinco años. En este contexto, durante 2026 dejó de formar parte del cálculo el ejercicio 2021, caracterizado por niveles excepcionalmente elevados de rentabilidad y generación de flujos, siendo reemplazado por un período con resultados comparativamente más acotados, reduciendo así el FCLP estimado y elevando la razón de endeudamiento medida sobre dicha variable.

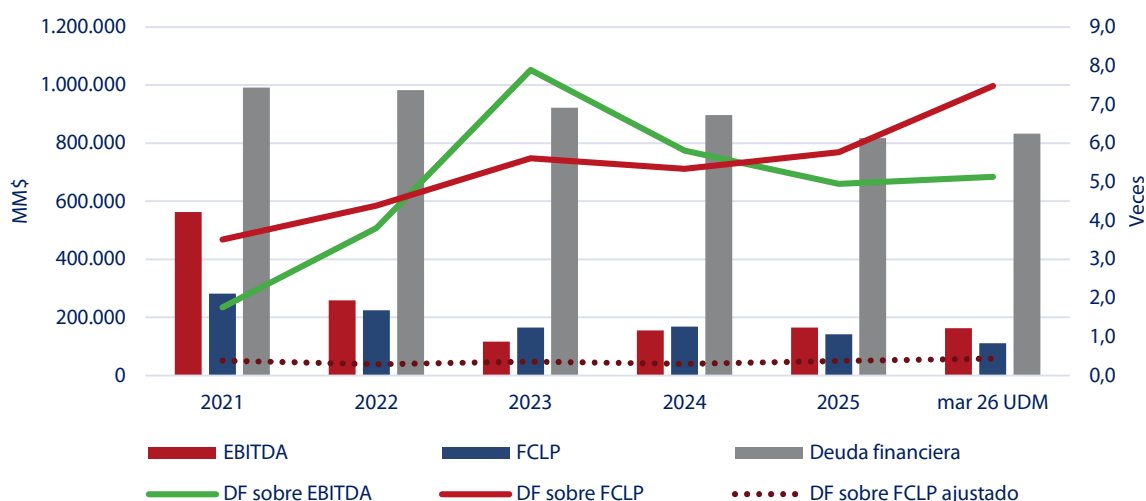


Ilustración 7: Evolución endeudamiento relativo

En relación con el perfil de vencimientos, los compromisos financieros de la compañía corresponden principalmente a pasivos por arrendamientos, los que representaban un 94,1% de la deuda financiera total a marzo de 2026. Al contrastar los vencimientos de corto y mediano plazo con la capacidad estimada de generación de Flujo de Caja de Largo Plazo (FCLP), se observa que se alcanza a cubrir casi la totalidad de dichas obligaciones. Cabe señalar que los compromisos informados para el tramo superior a cinco años corresponden a vencimientos acumulados para dicho período. Adicionalmente, el pago de las obligaciones financieras se complementa con otras fuentes de financiamiento, entre ellas deuda bancaria y financiamiento relacionado con su matriz Falabella, destacando el uso de una cuenta corriente mercantil que le otorga flexibilidad para administrar sus necesidades de liquidez y refinanciamiento.

⁵ El FCLP es un indicador determinado por la clasificadora que representa el flujo de caja que debiera generar el emisor como promedio en el largo plazo, antes de dividendos e inversiones, dado su comportamiento pasado y su actual estructura de activos. Es más restrictivo que el EBITDA y no responde a los resultados de un año en particular.

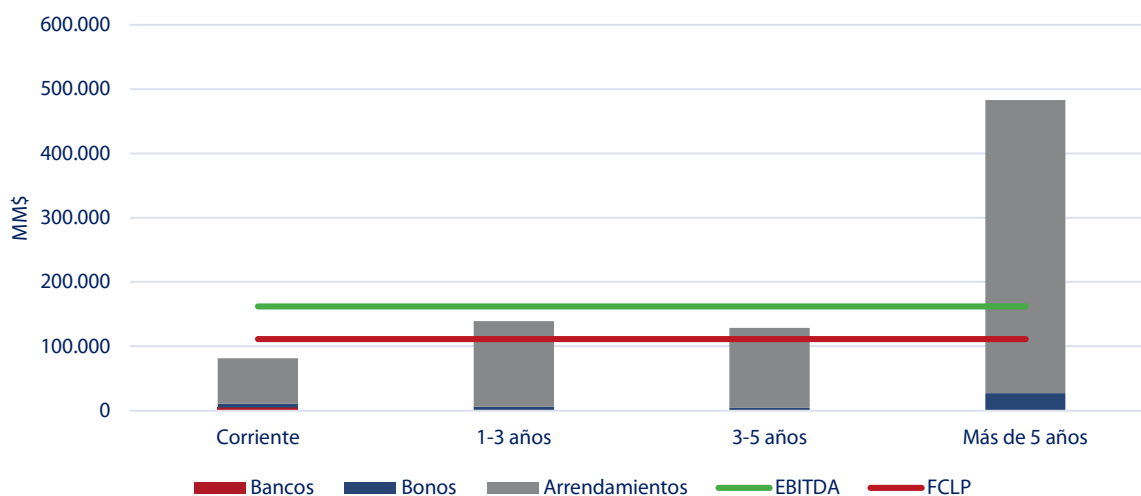


Ilustración 8: Perfil de vencimientos

Evolución de la liquidez

La liquidez de la compañía evidenció una tendencia favorable durante los últimos períodos. La razón corriente mostró una mejora entre 2024 y 2025, tendencia que continuó al cierre de marzo de 2026, alcanzando 1,31 veces. Esta evolución se explicó principalmente por un aumento de los niveles de efectivo, junto con una disminución de los pasivos corrientes, particularmente de las obligaciones financieras de corto plazo.

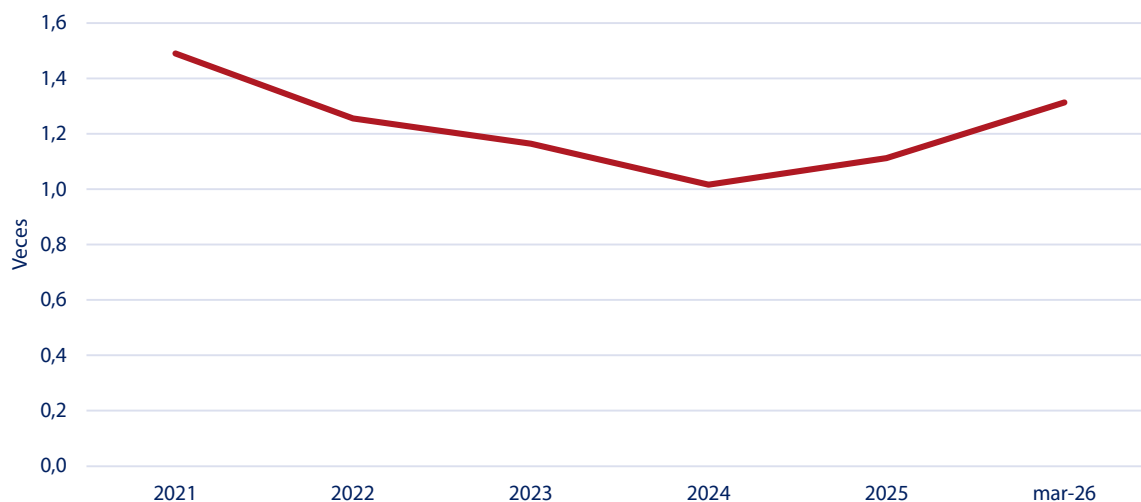


Ilustración 9: Evolución razón circulante

Evolución de la rentabilidad

Las utilidades y los indicadores de rentabilidad mostraron una recuperación relevante entre 2024 y 2025, impulsados por una mejora de los resultados operacionales, la recuperación de márgenes y un mejor desempeño comercial del negocio. Sin embargo, al cierre de marzo de 2026 esta tendencia se moderó, observándose una disminución de la utilidad respecto de igual período del año anterior, principalmente como consecuencia del incremento de los gastos de administración y ventas, asociado a mayores costos laborales, logísticos y de distribución. Como resultado, los principales indicadores de rentabilidad retrocedieron respecto de los niveles observados un año antes. En este contexto, la rentabilidad total del activo (ROA), la rentabilidad operacional del activo y la rentabilidad sobre el patrimonio (ROE) alcanzaron 0,6%, 2,8% y 7,0%, respectivamente.

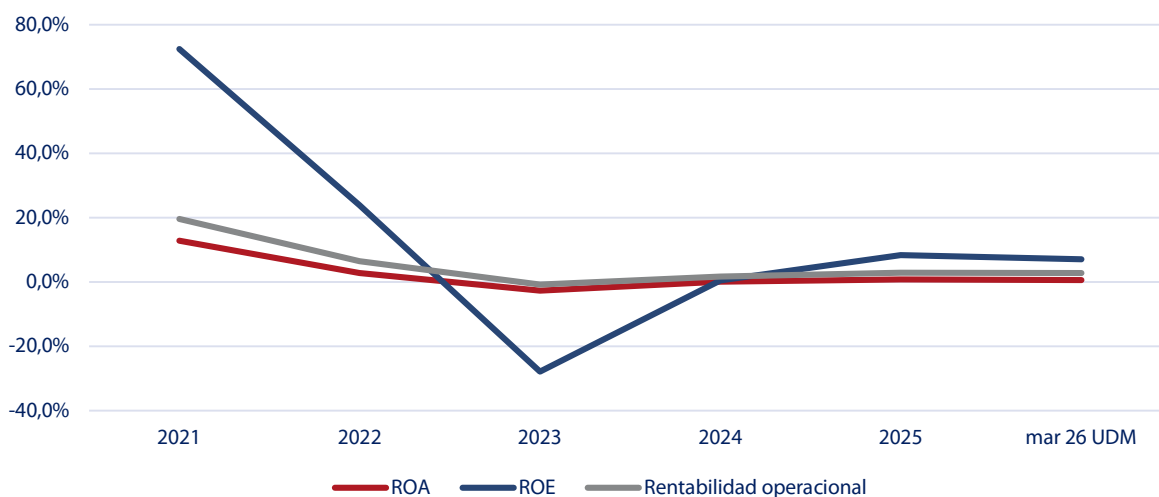


Ilustración 10: Evolución rentabilidades

Covenants financieros

Covenants financieros líneas de bonos			
	Límite	dic-25	jun-26
Nivel de endeudamiento financiero	No superior a 1,5 veces	0,31	0,26

Ratios financieros

Ratios Financieros						
Ratios de liquidez	2021	2022	2023	2024	2025	mar-26
Liquidez (Veces)	1,49	1,25	1,16	1,02	1,11	1,31
Razón Circ. (s/CxC a Emp. Relac.) (veces)	1,38	1,20	1,10	0,94	1,07	1,17
Razón Ácida (veces)	0,40	0,26	0,30	0,31	0,30	0,43
Rotación de Inventarios (veces)	5,48	3,38	4,16	4,34	4,22	4,27
Promedio Días de Inventarios (días)	66,65	108,10	87,72	84,13	86,41	85,38
Rotación de Cuentas por Cobrar (veces)	34,65	38,51	30,77	22,88	23,66	24,66

Promedio Días de Cuentas por Cobrar (días)	10,53	9,48	11,86	15,95	15,43	14,80
Rotación de Cuentas por Pagar (veces)	8,39	10,56	7,27	5,94	7,31	7,09
Promedio Días de Cuentas por Pagar (días)	43,48	34,58	50,20	61,42	49,92	51,51
Diferencia de Días (días)	32,95	25,10	38,33	45,47	34,49	36,70
Ciclo Económico (días)	-33,70	-83,00	-49,38	-38,66	-51,92	-48,68

Ratios de endeudamiento	2021	2022	2023	2024	2025	mar-26
Endeudamiento (veces)	0,83	0,90	0,91	0,92	0,92	0,91
Pasivo Exigible sobre Patrimonio (veces)	5,03	9,23	10,53	11,32	11,32	10,18
Pasivo Corto Plazo a Largo Plazo (veces)	0,58	0,53	0,42	0,62	0,55	0,43
Período Pago de Deuda Financiera (veces)	1,76	3,80	7,89	5,81	4,95	5,13
EBITDA sobre Deuda Financiera (veces)	0,57	0,26	0,13	0,17	0,20	0,19
Porción Relativa Bancos y Bonos (%)	54,20%	54,96%	60,01%	57,77%	57,14%	58,40%
Deuda Relacionada sobre Pasivos (%)	17,17%	26,39%	18,24%	17,76%	18,78%	17,42%
Veces que se gana el Interés (veces)	8,47	1,06	-1,12	-0,06	0,26	0,25

Ratios de rentabilidad	2021	2022	2023	2024	2025	mar-26
Margen Bruto (%)	31,34%	29,60%	28,21%	29,21%	29,95%	29,97%
Margen Neto (%)	7,03%	1,76%	-1,88%	0,03%	0,45%	0,37%
Rotación del Activo (%)	190,50%	168,96%	151,89%	148,66%	164,48%	163,00%
Rentabilidad Total del Activo (%) ⁶	13,29%	2,88%	-2,79%	0,04%	0,72%	0,61%
Rentabilidad Total del Activo (%)	12,85%	2,79%	-2,71%	0,04%	0,72%	0,60%
Inversión de Capital (%)	304,82%	579,74%	713,98%	711,56%	697,30%	636,28%
Ingresos por Capital de Trabajo (veces)	12,72	21,23	33,99	263,18	45,42	19,01
Rentabilidad Operacional (%)	19,64%	6,47%	-0,79%	1,69%	2,88%	2,76%
Rentabilidad Sobre Patrimonio (%)	72,44%	23,80%	-27,84%	0,46%	8,33%	7,02%
Cto. de Exp. sobre Ing. de Exp. (dep. dsctada.) (%)	65,43%	66,60%	66,70%	65,69%	65,27%	65,22%
Cto. de Exp. sobre Ing. de Exp. (dep. sin dsctar.) (%)	68,66%	70,40%	71,79%	70,79%	70,05%	69,99%
Gtos. Adm. y Vta. sobre Ing. de Exp. (%)	18,83%	22,55%	25,75%	25,71%	25,36%	25,35%
ROCE (Return Over Capital Employed) (%)	105,50%	52,94%	-7,61%	18,93%	31,22%	29,97%
E.B.I.T.D.A. a Ingresos (%)	13,46%	7,71%	4,57%	6,15%	6,45%	6,36%

Otros indicadores	2021	2022	2023	2024	2025	mar-26
Ctas. X Cob. Emp. Relac. sobre Patrimonio (%)	21,14%	16,30%	18,99%	34,48%	16,61%	42,47%
Terrenos sobre Pasivos Totales (%)	0,11%	0,10%	0,11%	0,00%	0,00%	0,00%
Invers. Valor Patrim. Proporción sobre Activos (%)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Capital sobre Patrimonio (%)	70,86%	117,35%	148,71%	151,79%	159,15%	143,36%

⁶ Activos en ejecución descontados.

“La opinión de las entidades clasificadoras no constituye en ningún caso una recomendación para comprar, vender o mantener un determinado instrumento. El análisis no es el resultado de una auditoría practicada al emisor, sino que se basa en información que éste ha hecho pública o ha remitido a la Comisión para el Mercado Financiero y en aquella que ha sido aportada voluntariamente por el emisor, no siendo responsabilidad de la firma evaluadora la verificación de la autenticidad de la misma.”