

INFORME DE CLASIFICACIÓN

FALABELLA S.A.

JULIO 2025

ACCIONES SERIE ÚNICA
LÍNEAS DE BONOS

RESEÑA ANUAL DESDE ENVIO ANTERIOR
CLASIFICACION ASIGNADA EL 21.07.2025
ESTADOS FINANCIEROS REFERIDOS AL 31.03.2025

	Nov. 2024	Julio 2025
Solvencia	AA-	AA-
Perspectivas	Estables	Estables

* Detalle de clasificaciones en Anexo

INDICADORES RELEVANTES NEGOCIO NO BANCARIO ⁽¹⁾

	2023	2024	Mar. 25*
Margen Ebitda	7,2%	11,1%	12,7%
Margen Ebitda Ajustado	7,8%	11,5%	13,0%
Endeudamiento Total	1,5	1,4	1,3
Endeudamiento Financiero	1,0	0,9	0,8
Ebitda / Gastos Financieros	1,9	3,3	3,5
Ebitda Aj. /Gastos Financieros	2,1	3,4	3,7
Deuda Financiera Neta / Ebitda	7,0	3,8	3,4
Deuda Financiera Neta / Ebitda Aj.	6,5	3,7	3,3
FCNOA/Deuda Financiera	17,1%	14,9%	18,5%

(1) Definiciones de los indicadores en anexo.

PERFIL DE NEGOCIOS: SATISFACTORIO

Principales Aspectos Evaluados	Débil	Vulnerable	Adecuado	Satisfactorio	Fuerte
Posición competitiva					
Diversificación de áreas de negocios y de mercados					
Industria cíclica, competitiva y sujeta a cambios regulatorios					
Exposición a países de mayor riesgo relativo					
Manejo de proveedores y economías de escala, permiten fortalecer la marca					
Exposición al negocio financiero					

POSICIÓN FINANCIERA: SATISFACTORIA

Principales Aspectos Evaluados	Débil	Ajustada	Intermedia	Satisfactoria	Sólida
Rentabilidad					
Generación de flujos					
Endeudamiento					
Indicadores de cobertura					
Liquidez					

FUNDAMENTOS

La clasificación "AA-" asignada a la solvencia y líneas de bonos de Falabella S.A. refleja un perfil de negocios categorizado como "Satisfactorio" y una posición financiera calificada como "Satisfactoria".

Falabella es uno de los principales actores del sector *retail* en Latinoamérica, operando bajo un esquema multiformato y omnicanalidad. Se caracteriza en términos estructurales por registrar satisfactorios niveles de márgenes y ventas por metro cuadrado en comparación a la industria, tanto del segmento tiendas por departamento como del de mejoramiento del hogar en Chile.

Durante el primer trimestre del presente año, los ingresos provenientes de las operaciones no bancarias de Falabella S.A. alcanzaron los \$2,7 billones, lo que representa un crecimiento interanual del 10,9%. Este desempeño se encuentra en línea con el mayor dinamismo observado en varios de los segmentos donde opera la compañía.

Según su contribución relativa y en pesos chilenos, el mayor crecimiento se registró en el segmento de tiendas por departamento, con un alza del 18,9% anual. Le siguen mejoramiento del hogar con un 7,3%, supermercados con un 8,7% y Plaza con un crecimiento del 36,8%, explicado por la incorporación de activos y altos niveles de ocupación.

El Ebitda ajustado del primer trimestre se situó en \$345.953 millones, lo que representa un incremento del 47,8% respecto del mismo periodo del año anterior. Este resultado se explica principalmente por la mejora en el desempeño del segmento de tiendas por departamento, el cual revirtió pérdidas por \$13.242 millones a marzo de 2024, alcanzando una generación de \$43.011 millones. A ello se suman mejores resultados en los segmentos de mejoramiento del hogar y Plaza.

Como resultado, el margen Ebitda ajustado se incrementó hasta un 13,0%, en comparación al 9,8% registrado a marzo de 2024.

Al cierre del primer trimestre del presente año el stock de pasivos financieros del negocio no bancario se situó en los \$5,4 billones, mostrando una caída interanual del 12,3%, cuya disminución se profundiza hasta el 17,2% al considerar los niveles de caja. Lo anterior, se encuentra asociado principalmente a menores necesidades de financiamiento de capital de trabajo y una estrategia de desapalancamiento que ocasionó una caída del 47,2% en los pasivos bancarios, seguido por una baja del 9,3% en los bonos corporativos, mientras que los pasivos por arrendamiento se incrementaron un 9,9%.

El leverage financiero tras mantenerse entre las 0,8 y 0,9 veces durante 2015-2019 se incrementó hasta la 1 vez durante 2020 y 2023, exceptuando 2022 (1,1 vez). Posteriormente se ha observado una disminución situándose en las 0,8 veces a marzo de 2025 (0,9 veces a diciembre de 2024).

Los indicadores de cobertura ajustados –considerando únicamente el negocio no bancario, con un Ebitda que incorpora los dividendos bancarios y los resultados de negocios que no consolidan–, presentaron presiones durante los años 2022 y 2023, debido a una menor generación de Ebitda por bajos resultados del segmento retail. Esto, en conjunto con el aumento de deuda, deterioró los indicadores de cobertura, que anteriormente (entre 2016 y 2021) promediaban 3,6 veces en el ratio deuda financiera neta sobre Ebitda ajustado y 5,1 veces en cobertura de Ebitda ajustado sobre gastos financieros.

Analista: Felipe Pantoja
felipe.pantoja@feller-rate.com

A marzo de 2025, se mantuvo la tendencia positiva registrada en el año anterior, con una razón de deuda financiera neta sobre Ebitda ajustado que se situó en 3,3 veces y una cobertura Ebitda ajustado sobre gastos financieros que se ubicó en 3,7 veces.

PERSPECTIVAS: ESTABLES

ESCENARIO BASE: Considera un escenario macroeconómico que se mantiene desafiante en términos de actividad en la región, con una relevante competencia, tanto en tiendas físicas como *online*. No obstante, Feller Rate espera continuar observando una estrategia enfocada en mejorar el desempeño operacional de la entidad, con foco en unidades de negocio más rentables, diferenciación de marca y participación de mercado, sumado a una política financiera conservadora, que permitan mermar dichos efectos, manteniendo márgenes e indicadores financieros y de cobertura en rangos estructurales.

ESCENARIO DE ALZA: Se podría dar ante la mantención de la recuperación de los resultados con los indicadores de cobertura acorde a los rangos históricos de la compañía.

ESCENARIO A LA BAJA: Esto se podría gatillar ante mayores presiones financieras y/o ante ajustes en el perfil de negocio, como también políticas financieras más agresivas, que presione los principales indicadores crediticios hacia rangos estructurales por fuera de su clasificación de riesgo actual.

FACTORES SUBYACENTES A LA CLASIFICACIÓN

PERFIL DE NEGOCIOS: SATISFACTORIO

- Amplia cobertura geográfica y diversificación de mercados.
- Exposición de sus operaciones en países de mayor riesgo relativo a Chile, parcialmente compensado por su potencial de crecimiento.
- Posición de liderazgo en la mayoría de sus áreas de negocios y sólida imagen de marca.
- Operación en industrias altamente sensibles a los ciclos económicos y con una elevada competencia.
- Sinergia de operaciones entre los distintos segmentos.
- Participación en el segmento bancario permite una mayor diversificación y complementariedad de negocios. No obstante, expone a la compañía al riesgo crédito.
- Mayor relevancia de los canales digitales y de la cadena de logística ante el avance de la pandemia.

POSICIÓN FINANCIERA: SATISFACTORIA

- Satisfactoria capacidad de generación de flujos operacionales y rentabilidad.
- Niveles de endeudamiento del segmento no bancario clasificados como satisfactorios.
- Satisfactoria posición de liquidez, considerando una amplia flexibilidad financiera.
- Recuperación en los indicadores crediticios ante un mayor consumo y disminución de deuda.
- Efecto estacional en la generación de Ebitda de los negocios no bancarios al considerar los dividendos provenientes de Banco Falabella.

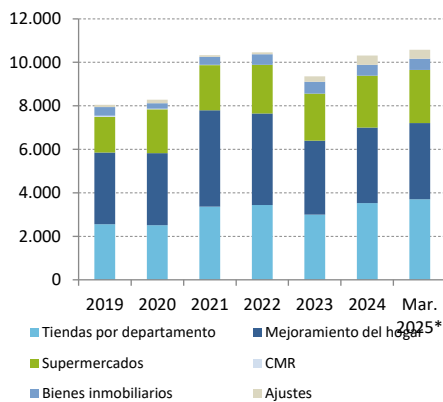
ESTRUCTURA DE PROPIEDAD

Los principales accionistas de Falabella S.A. a diciembre de 2024, son las familias Solari y Del Río, que poseen en conjunto el 66,6% de la propiedad. El control de la compañía se realizaba a dicha fecha a través de un pacto de actuación conjunta entre ambas familias.

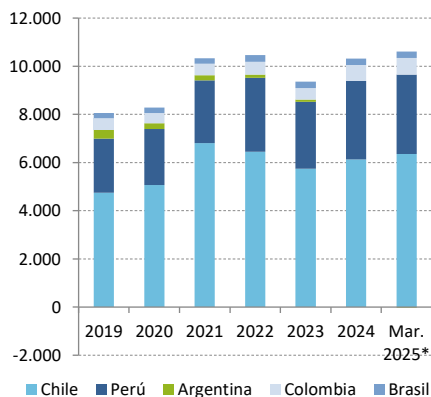
DIVERSIFICACIÓN DE LOS INGRESOS NO BANCARIOS

Cifras en miles de millones de pesos

Por segmento



Por País



Fuente: Elaboración propia utilizando información de la compañía. * cifras a marzo anualizadas.

PERFIL DE NEGOCIOS

SATISFACTORIO

Falabella S.A. cuenta con un esquema multiformato y omnicanalidad que incluye los negocios de tiendas por departamento (Falabella), mejoramiento del hogar (Sodimac Homecenter, Sodimac Constructor, IKEA, Imperial y Maestro), supermercados (Tottus y Precio Uno), renta inmobiliaria (Mall Plaza y Open Plaza) y servicios financieros (CMR y Banco Falabella, principalmente).

La compañía es uno de los principales actores del sector *retail* en Latinoamérica, estando presente en Chile -su principal mercado- además de Perú, Colombia, Argentina (reduciendo su exposición a este mercado), Brasil, Uruguay y, a contar de 2017, en México.

Esta última mediante una sociedad que no consolida, la cual mantiene un acuerdo comercial con la mexicana Soriana (posicionada como la segunda cadena de supermercados más grande del país) para la operación conjunta de tiendas para mejoramiento del hogar.

Además, en 2018 se firmó un acuerdo con Inter Ikea Systems B.V. (IKEA), en el cual Falabella adquirió los derechos de franquiciatario para el desarrollo y operación de tiendas y sitios *web* de comercialización de IKEA en Chile, Colombia y Perú.

El 11 de junio de 2024 la compañía en Perú firmó un acuerdo de comercialización estratégica de seguros con Pacífico Seguros para los clientes de Falabella. Este acuerdo tendrá una duración de 15 años en los cuales los usuarios podrán acceder a una oferta de protección en los ramos de vida, salud y seguros generales.

En esta misma línea, el 25 de junio, se informó que la compañía había firmado una alianza por los próximos 15 años con MetLife para seguros de vida y salud y BNP Paribas Cardif para seguros generales, con el objetivo de fortalecer su propuesta de valor en este ámbito. Esto involucrará cerca de US\$ 3.700 millones de prima durante 15 años comenzando en junio del presente año.

POSICIÓN DE LIDERAZGO EN LA MAYORÍA DE SUS ÁREAS DE NEGOCIOS Y SÓLIDA IMAGEN DE MARCA

Falabella S.A. posee una sólida trayectoria en el mercado regional, respaldada por el alto reconocimiento de sus marcas, una integración consolidada entre sus distintas unidades de negocio y un profundo conocimiento del comportamiento de sus clientes. Esta ventaja competitiva se traduce en un posicionamiento destacado en cada uno de los segmentos en los que participa, según estimaciones informadas por la compañía.

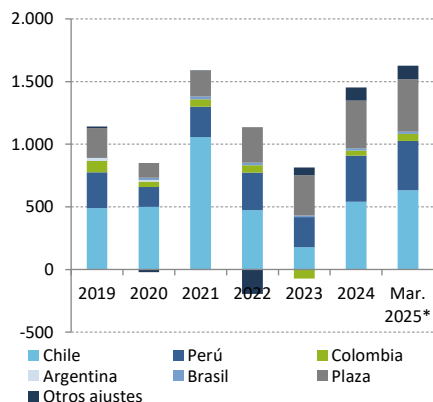
En el segmento de tiendas por departamento durante 2024, Falabella lidera los tres principales mercados en los que opera, con participaciones de mercado del 25,8% en Chile, 21,8% en Perú y 7,8% en Colombia.

En cuanto al negocio de mejoramiento del hogar, mantiene también posiciones de liderazgo en los mercados de Chile, Perú y Colombia, con cuotas de participación del 21,9%, 11,4% y 15,8%, respectivamente. En Uruguay, la participación alcanza un 4,1%, mientras que en Argentina, Brasil y México mantiene participaciones inferiores al 1%.

En el segmento de supermercados, la compañía ocupa la cuarta posición en Chile, con una participación de mercado del 6,5%, y la segunda posición en Perú, con una participación cercana al 28,3%.

EBITDA CONSOLIDADO (NEGOCIO BANCARIO Y NO BANCARIO)

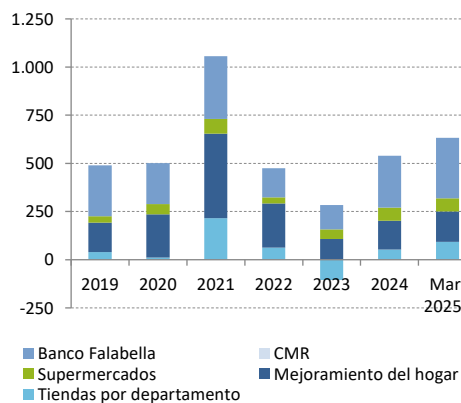
Cifras en miles de pesos chilenos



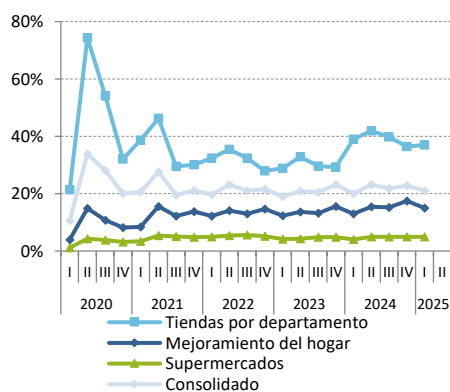
Fuente: Elaboración propia utilizando información de la compañía. * cifras a marzo anualizadas.

EVOLUCIÓN DEL EBITDA DE CHILE (NEGOCIO BANCARIO Y NO BANCARIO)

Cifras en miles de pesos chilenos



Fuente: Elaboración propia utilizando información de la compañía. * cifras a marzo anualizadas.

INCIDENCIA DE LAS VENTAS ELECTRÓNICAS SOBRE EL TOTAL DE INGRESOS REGIONALES DE CADA SEGMENTO

Fuente: La compañía.

Adicionalmente, en la industria de centros comerciales en Sudamérica (excluyendo Brasil), Falabella destaca como uno de los principales operadores a través de su filial Plaza S.A. En términos de participación de mercado, se posiciona con un 5,6% en Chile, 2,7% en Perú y 1,1% en Colombia.

La compañía complementa su operación con oficinas de compras en China e India, así como centros de desarrollo digital en India y Argentina. Estas plataformas están orientadas a potenciar la eficiencia de la cadena de suministro, además de impulsar el desarrollo tecnológico, especialmente en materia de plataformas digitales y aplicaciones móviles, fortaleciendo así su propuesta de valor en cada uno de sus segmentos de negocio.

AMPLIA DIVERSIFICACIÓN GEOGRÁFICA EN SUS PRINCIPALES SEGMENTOS

Falabella presenta una amplia cobertura geográfica, considerando su cantidad de locales y superficie de venta. Ello, considera una estrategia de crecimiento y optimización en cada uno de los segmentos en los que opera, lo que ha permitido que su superficie total se incremente desde los 2,3 millones de metros cuadrados en 2013 hasta los 3,25 millones metros cuadrados a fines de 2024 (3,20 millones m² en 2023), repartidos en 535 locales (531 en 2023).

Estos, se encuentran a dicha fecha distribuidos mayoritariamente en mejoramiento del hogar (267 locales), seguido por supermercados (163) y tiendas por departamento (105).

De la superficie consolidada, un 41,2% se encuentra en Chile, seguido por Perú con un 26,7%, Colombia con un 19,0%, Brasil con un 5,8% y México con un 4,1%. Los restantes países representan individualmente menos del 3% de la superficie total.

Durante 2024, en el segmento de mejoramiento del hogar, Sodimac concretó la apertura de cuatro nuevas tiendas, distribuidas entre Chile (2) y México (2), en línea con su estrategia de expansión regional. En paralelo, Ikea sumó dos nuevas tiendas en Colombia, cumpliendo con su plan de aperturas para ese mercado.

En el negocio de supermercados, Tottus incorporó dos nuevos locales en Chile, además de un centro de producción ubicado en Santiago. En Perú, la compañía inició operaciones con un nuevo supermercado en la zona de Punta Hermosa.

Asimismo, en el segmento de tiendas por departamento se puso en marcha un nuevo centro de distribución en Colombia. En esta misma ciudad, Plaza S.A. inauguró un nuevo centro comercial, ampliando la cobertura del grupo en el país.

Para 2025, la compañía proyecta la apertura de 15 nuevas tiendas, las cuales se distribuirán entre los segmentos de supermercados (7), mejoramiento del hogar (5) y tiendas por departamento (3), reafirmando el compromiso con su crecimiento orgánico en la región.

ESTRATEGIA DE LA COMPAÑÍA ENFOCADA EN POTENCIAR LA OMNISCANALIDAD Y MAYORES EFICIENCIAS EN SUS PRINCIPALES NEGOCIOS

El plan estratégico de Falabella se ha enfocado en fortalecer su posicionamiento competitivo mediante el crecimiento sostenido en los países donde opera, la incorporación de marcas propias, el aumento de eficiencias operacionales y el desarrollo de sus capacidades omnicanal. En ese contexto, la estrategia integral de la compañía contempla una evaluación continua de sus unidades de negocio, con el fin de mejorar la

eficiencia operativa, reforzar la propuesta de valor para el cliente y fortalecer la sostenibilidad financiera del grupo.

El complejo entorno registrado entre 2019 y 2023 en sus principales líneas de negocio generó importantes presiones financieras. Como respuesta, a mediados de 2022 la compañía puso en marcha un plan centrado en la eficiencia, el cual incluía la optimización del uso de capital de trabajo e inventarios, reducción de costos fijos, mayor centralización de funciones y mejoras en la gestión de marketing y logística, entre otras medidas. Estas acciones buscaban liberar capital de trabajo y reducir la estructura de costos, permitiendo así mejorar los márgenes ante un eventual repunte en los niveles de actividad.

Este plan estratégico también contempló la monetización de activos no esenciales. Dentro de las operaciones más relevantes destaca la venta de centros comerciales en Perú. En específico, Falabella Perú S.A.A. (FPS) era propietaria del 100% de Open Plaza Perú S.A. y del 66,6% de Mall Plaza Perú S.A., activos que fueron adquiridos por Plaza S.A., la cual ya contaba con el 33,3% restante de la propiedad.

La estructura de financiamiento de esta transacción consideró una combinación de recursos provenientes de caja disponible, financiamiento de terceros y un aumento de capital en Plaza S.A. Cabe señalar que Falabella S.A. no participó en dicho aumento de capital, dado que ya consolida dicha filial, lo que permitió a la matriz recibir caja de manera directa. Esta operación fue finalizada durante el segundo semestre de 2024.

Adicionalmente, el 22 de abril de 2025 se concretó la venta del centro comercial Open Plaza Kennedy a Parque Arauco, por un monto total de UF 4,4 millones, más el IVA correspondiente.

La materialización de estas operaciones permitió al grupo fortalecer su posición financiera consolidada, mejorar su liquidez y disponer de mayor flexibilidad para enfrentar nuevos desafíos operacionales y estratégicos.

Actualmente, el plan estratégico de la entidad se encuentra enfocado en cuatro pilares: i) acelerar el crecimiento de las cinco unidades del grupo; ii) impulsar la transformación del e-commerce y el desarrollo del ecosistema; iii) impulsar una organización más eficiente y simple; iv) priorizar las decisiones de inversiones y asignación de capital de trabajo con foco en la rentabilidad.

En este marco, la compañía busca continuar fortaleciendo su modelo omnicanal, con énfasis en un ecosistema integrado, robusto y diferenciado. Para ello, destaca el valor estratégico de sus inversiones en tecnología y en la ampliación de su red logística, lo que le permite mejorar su capacidad de respuesta y adaptabilidad frente a cambios en las preferencias de los consumidores, especialmente en términos de surtido y disponibilidad de productos.

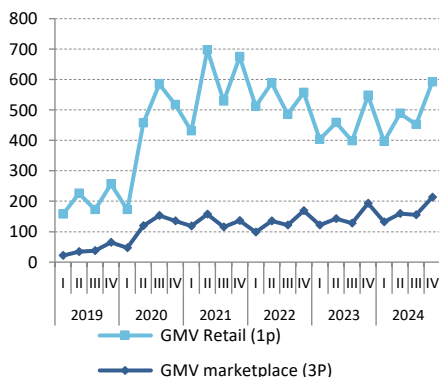
Adicionalmente, uno de los ejes clave en el posicionamiento de la propuesta de valor comercial es el desarrollo y fortalecimiento de marcas propias, así como la incorporación de marcas exclusivas. Esta estrategia busca diferenciar la oferta de Falabella y generar ventajas competitivas sostenibles, tanto en precio como en reconocimiento de marca.

Respecto al rediseño organizacional, el grupo ha adoptado un enfoque centrado en tres principios: empoderamiento y responsabilidad ("accountability"), implementación de un modelo de incentivos alineado con resultados, y la simplificación de su estructura operativa. Estos lineamientos apuntan a mejorar la eficiencia interna, reducir costos estructurales y reforzar la capacidad de ejecución en un entorno competitivo dinámico.

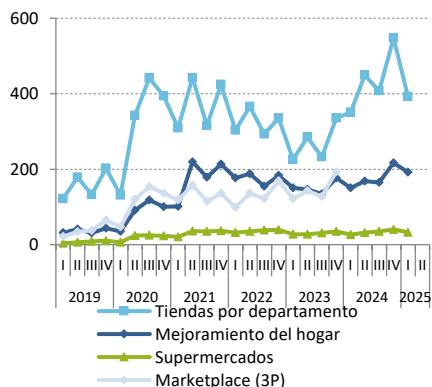
EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS ONLINE

Cifras en miles de millones de pesos, considera negocios no bancarios

GROSS MERCHANDISE VOLUME (GMV)

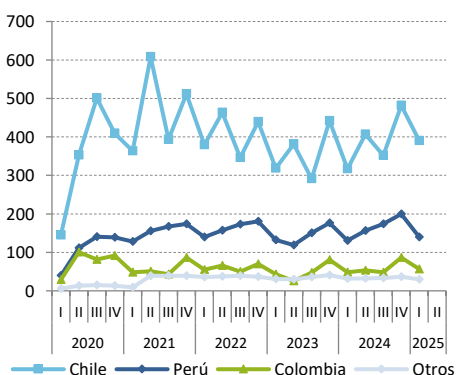


Por segmento



* Desde 2024 3P se incorpora en los segmentos.

Por País



Fuente: La compañía.

VENTAS ONLINE EN LÍNEA CON ESTRATEGIA ENFOCADA EN EL FORTALECIMIENTO DE LA OMNISCANALIDAD

Parte de la estrategia de la entidad se ha enfocado en la omnicanalidad, potenciando una mayor digitalización de los segmentos en los que participa. En 2021 se lanzó el *marketplace* Falabella.com como modelo de *e-commerce*, con foco en ser un mall digital, consolidando el tráfico de clientes e incorporando emprendedores a la plataforma, contemplando además unificar la experiencia de compra, pago y financiamiento.

Durante 2024 en el segmento de *e-commerce* se realizaron cambios con foco en la experiencia del usuario y una mejor asociación entre el mundo físico y el digital. Esto, considera el cambio de logo de Falabella.com a verde, como también que la plataforma cuente con tres sitios: i) uno de carácter generalista que incluya de manera unificada la oferta de Falabella, Sodimac, Tottus y Sellers, y ii) dos sitios con propuesta especializada para mejoramiento del hogar y el segmento de supermercados, respectivamente, que incluirán vendedores específicos de dichas categorías.

El Gross Merchandise Volume (GMV) online de Falabella mostró un crecimiento significativo entre 2019 y 2021, impulsado principalmente por los efectos de la pandemia, que favorecieron el consumo digital por sobre el canal físico, así como por un entorno de alta liquidez en la región. En ese periodo, el GMV pasó de \$1,1 billones en 2019 a \$2,9 billones en 2021, con una penetración que superó el 20%, alcanzando un 22% en diciembre de 2023.

Sin embargo, con la normalización progresiva de las operaciones y un entorno de menor consumo en la región, el GMV online mostró una tendencia a la baja, situándose en torno a los \$2,3 billones al cierre de 2023. Posteriormente, a raíz de una recuperación en los niveles de consumo, el GMV se incrementó hasta los \$2,6 billones durante 2024, manteniendo una penetración promedio del 22% en el año.

Durante el primer trimestre de 2025, el GMV online alcanzó los \$616.664 millones, lo que representa un crecimiento interanual del 16,9%. Este desempeño se explica, según su peso relativo, por el alza en las ventas online de tiendas por departamento (+11,7%), mejoramiento del hogar (+27,4%) y, en menor medida, supermercados (+25,3%).

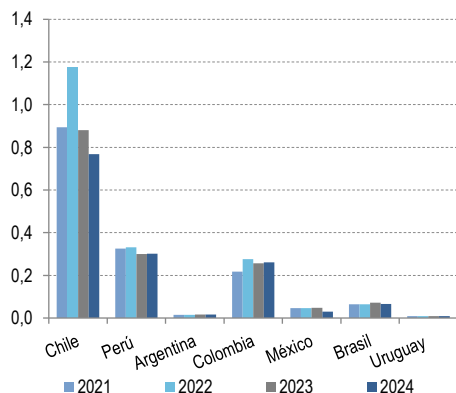
En el periodo evaluado, la penetración del canal online ha presentado variaciones según el segmento, reflejando diferencias en los niveles de actividad, características del consumidor y estrategias comerciales implementadas. En tiendas por departamento, la penetración osciló entre un 29% y 42% durante los últimos nueve trimestres, situándose en 37% al primer trimestre de 2025 (versus 39% en igual periodo de 2024).

En el segmento de mejoramiento del hogar, desde el segundo trimestre de 2021, la participación del canal online se ha mantenido en rangos entre 13% y 17%, alcanzando un 15% en marzo de 2025, comparado con un 13% en igual fecha del año anterior.

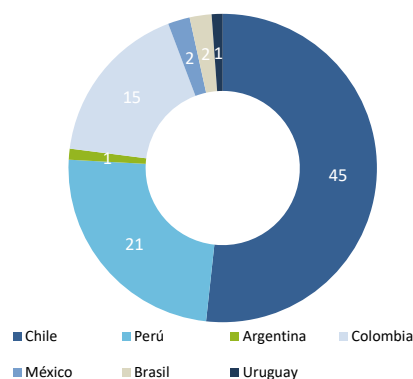
Por su parte, en supermercados, dada la estrategia comercial adoptada por la compañía y las condiciones estructurales del rubro, la penetración del canal digital ha sido acotada, fluctuando entre un 4% y 6% en el periodo analizado. A marzo de 2025, se ubicó en 5%, frente al 4% registrado en el primer trimestre de 2024.

CENTROS DE DISTRIBUCIÓN

Superficie en metros cuadrados



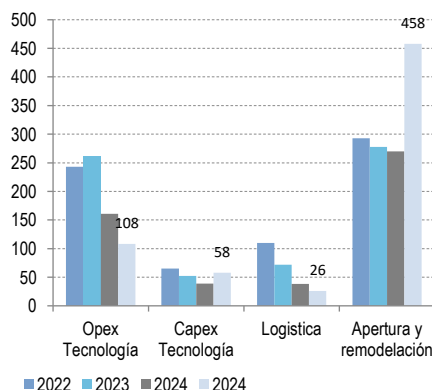
Cantidad de centros de distribución por país a diciembre de 2024



Fuente: Elaboración propia utilizando información de la compañía. * cifras a marzo anualizadas.

EVOLUCIÓN DEL CAPEX ESTIMADO POR AÑO

Cifras en millones de US\$



Fuente: La compañía.

FORTALECIMIENTO DE SU CADENA LOGÍSTICA

Durante los últimos años se ha observado un constante fortalecimiento en la cadena logística de la compañía, con un fuerte foco en la integración de sus operaciones y una mayor eficiencia operacional, considerando además que las ventas *online* son parte fundamental en su estrategia omnicanalidad.

Ello, ha contemplado la creación de nuevos sistemas en los centros de distribución y transporte, incorporando a proveedores logísticos externos y convirtiendo tiendas en "dark stores", con el foco en crear centros de transferencia para consolidar órdenes y mejorar la eficacia de la última milla, disminuyendo los tiempos de entrega, entre otros factores.

Lo anterior, considera una estrategia definida en mejorar y potenciar los cuatro macro flujos logísticos: i) entrega por medio de operadores logísticos; ii) Cross-docking en el Hub de Cross-dock de Home Delivery; iii) Fullfilled by Falabella; iv) y entrega a cargo de seller que les permite hacerse cargo de la logística de sus productos.

En 2024 la entidad contaba a nivel regional (Chile, Perú, Argentina, Colombia, Brasil, México y Uruguay) con 87 centros de distribución con una capacidad aproximada de 1.451.827 m² totales (incluyendo centros de transferencia y bodegas), de los cuales 51 se concentraban en Chile (767.833 m²), seguido por Perú con 21 (300.854 m²) y Colombia con 15 (261.180 m²). Al respecto el 38% de la infraestructura logística son de propiedad de la compañía.

La compañía continúa consolidando su estrategia de logística y despacho de última milla, mediante la centralización del transporte de las entregas, con despachos a domicilios que puedan salir directamente de los centros de distribución o por medio de *cross-docking* en las instalaciones respectivas, logrando mayores sinergias en términos de flujos operacionales. Ello, permitió que en 2024 más del 60% de los despachos de los segmentos de retail en Chile, Perú y Colombia fueran en menos de 48 horas.

Adicionalmente, la entidad ha potenciado su propuesta de *Click & Collect*, sumado a una estrategia de potenciar distintos puntos externos por medio de la red de operaciones especializados y la incorporación de *hubs* de *crossdock* que permitieron disminuir los tiempos de entregas. Ello considera cerca de 1.000 puntos en la región que permiten el retiro y devolución de productos independiente de la forma o canal de compra.

PLAN DE INVERSIONES CONCENTRADO EN TECNOLOGÍA, RENOVACIÓN Y APERTURA DE TIENDAS EN ALGUNOS SEGMENTOS

En los últimos años, el plan de inversiones de Falabella S.A. ha fluctuado entre los US\$508 millones y US\$720 millones, con un foco estratégico en el fortalecimiento de las capacidades tecnológicas y logísticas del grupo. Estas inversiones han estado orientadas principalmente a la integración de la propuesta de valor del e-commerce, la optimización de los tiempos de entrega, el desarrollo de nuevas tiendas y la remodelación de locales existentes, entre otros aspectos operativos relevantes.

Para 2025, la compañía contempla un plan de inversiones del orden de los US\$650 millones, lo que representa un incremento del 28,0% respecto a 2024, aunque aún se mantiene por debajo de los niveles observados durante 2022 y 2023.

El objetivo central de este plan es consolidar el ecosistema físico-digital de Falabella, mediante una experiencia omnicanal más integrada y eficiente, que contribuya a mejorar la rentabilidad global del grupo. En este contexto, cerca del 70% del total proyectado –equivalente a aproximadamente US\$450 millones– se destinará a la apertura, expansión y transformación de tiendas físicas.

Dentro de esta cifra, se contempla una inversión de aproximadamente US\$99 millones para nuevas aperturas, con un enfoque en el segmento de supermercados en Perú y el desarrollo de nuevas tiendas Sodimac en México. En paralelo, se asignarán US\$359 millones al fortalecimiento de la infraestructura físico-digital, a través de renovaciones de tiendas y mejoras en centros comerciales ubicados en Chile y Perú.

Adicionalmente, se destinarán alrededor de US\$166 millones a iniciativas tecnológicas, con el fin de potenciar el comercio electrónico en los países andinos, avanzar en el desarrollo de la banca digital, e incorporar capacidades tecnológicas transversales al ecosistema de negocios de la compañía, generando sinergias entre los distintos formatos operativos.

Finalmente, en el ámbito logístico, la entidad invertirá US\$26 millones en la optimización de la gestión de inventarios, la mejora de los procesos de entrega y el aumento de la eficiencia operativa en toda su red de distribución.

INGRESOS CONCENTRADOS EN CHILE Y EN EL SEGMENTO RETAIL

Falabella S.A. en términos consolidados (considerando negocios bancarios y no bancarios) mantiene una concentración por sobre el 80% en el área no bancaria, situándose en un 81,2% a fines de 2024 (89,7% en 2023). A nivel consolidado, durante 2024 el 53,3% de los ingresos provenían de Chile, sin considerar Plaza S.A. (4,1%), seguido por Perú (29,8%), Colombia (8,6%) y Brasil (2,3%).

Actualmente el área no bancaria se compone por el segmento *retail* (supermercados, tiendas por departamento y mejoramiento del hogar); rentas inmobiliarias; y otros negocios.

Al analizar los ingresos no bancarios por segmentos, se puede observar que, en 2024, el 44,7% provenía de sus operaciones internacionales (41,5% promedio en 2018-2023), principalmente por operaciones en Perú (32,7% del total no bancario) y Colombia (9,5% del total no bancario).

En el caso de las operaciones en Chile, sin considerar Plaza y los negocios bancarios, los ingresos se concentran en mejoramiento del hogar con el 21,8%, seguido por tiendas por departamento (17,7%), y en menor medida supermercados (9,2%).

Por otra parte, se debe señalar la complementariedad entre los segmentos en que participa la entidad, potenciando de mejor manera cada negocio. Además, cabe mencionar los mayores márgenes de los segmentos rentas inmobiliarias y CMR (incorporada al Banco Falabella), en comparación al segmento *retail*, a pesar de la menor participación en los ingresos.

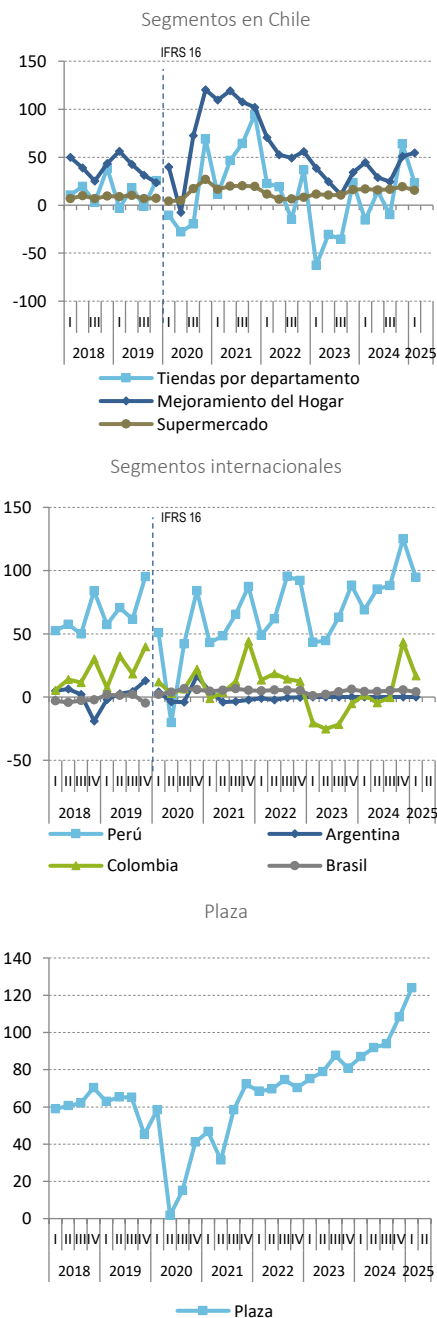
La generación de Ebitda a nivel consolidado entre 2015 y 2024 ha estado compuesta por sobre el 45% por las operaciones en Chile, con una baja en los últimos años, seguido por Perú y Plaza. Este último, presenta márgenes altos en comparación a otros segmentos.

Para los cálculos de indicadores de los negocios no bancarios, Feller Rate realiza ajustes que consideran la desconsolidación del segmento bancario y la incorporación de este mediante dividendos recibidos en el periodo. Esto, genera que el Ebitda ajustado de la compañía tenga un componente asociado a los dividendos recibidos durante el periodo evaluado.

Los dividendos provenientes del Banco Falabella (incorpora asociados a CMR), han mantenido una tendencia dispar, con crecimientos relevantes en 2018 y 2020, pero manteniéndose posteriormente por debajo de los \$43.000 millones.

EBITDA TRIMESTRAL POR SEGMENTO

Cifras en miles de millones de pesos chilenos



Fuente: La compañía.

En consideración a lo anterior, entre 2021 y 2024 los dividendos han mantenido una tendencia a la baja situándose en los \$16.293 millones a fines de 2024, mostrando una caída del 45,9% anual y una incidencia sobre el Ebitda ajustado del periodo (bajo los cálculos de Feller Rate) del 1,4% (4,2% entre 2021 y 2023).

GRADUAL MEJORA DEL NIVEL DE CONSUMO EN CHILE, TRAS FUERTES PRESIONES DE TRIMESTRES ANTERIORES

Durante el año 2024, según cifras publicadas por el Banco Central de Chile (BCCh), la economía nacional presentó un crecimiento del 2,6% respecto del año 2023, cifra que se compara positivamente con el acotado avance presentado en el año anterior (0,5%). Desde la perspectiva del origen, destaca el aporte al alza del comercio, el que presentó un avance anual del 5,1% (-3,3% y -1,5% a diciembre de 2022 y 2023, respectivamente). Adicionalmente, la variación del año considera la evolución favorable de las actividades de servicios personales, transporte y minería, entre otros, con crecimientos del 3,0%, 6,8% y 5,2%, en el orden dado.

En contrapartida, a la baja tuvieron un mayor peso relativo los sectores de servicios financieros y empresariales y pesca, con contracciones anuales del -0,7% y -4,2%, respectivamente.

Por el lado del gasto, la demanda interna evidenció un aumento anual del 1,3%, reflejando mayoritariamente el avance en las exportaciones y, en menor medida, en el consumo de los hogares y el mayor consumo del gobierno.

Respecto de lo anterior, la evolución del consumo de los hogares da cuenta principalmente del consumo en servicios, destacando el mayor gasto en transporte. A su vez, refleja el mayor dinamismo del consumo en bienes durables -destacando productos tecnológicos- y del consumo en bienes no durables por el gasto en de vestuario, calzado y productos farmacéuticos, cosméticos y de limpieza.

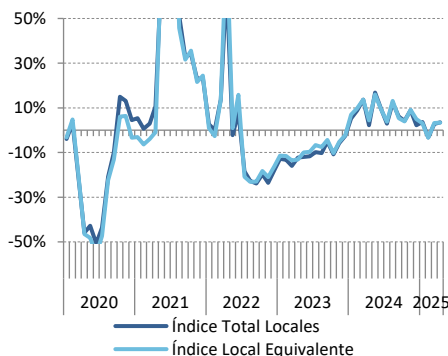
Bajo el índice que elabora la Cámara Nacional del Comercio, Servicios y Turismo de Chile (CNC), las ventas presenciales minoristas de la Región Metropolitana acumularon un incremento del 7,4% durante el año 2024, lo que considera avances del 16,7%, 12,3%, 11,4%, 8,6% y 5,7%, en artefactos electrónicos, vestuario, línea hogar, muebles y calzado, respectivamente.

En línea con lo anterior, durante el primer trimestre de 2025, según cifras publicadas por el BCCh, la actividad nacional evidenció un crecimiento del 2,3% respecto de igual periodo del año anterior, con gran parte de los sectores exhibiendo cifras positivas. Al respecto, al alza destaca la contribución del comercio, restaurantes y hoteles y manufactura, además de servicios personales y agropecuario-silvícola, entre otros. Por su parte, servicios financieros y empresariales, minería y construcción presentaron bajas.

Por el lado del gasto, destaca el crecimiento de las exportaciones, con una variación del 10,7% respecto del primer trimestre de 2024. La demanda interna, en tanto, presentó un avance del 1,2%, reflejando principalmente un mayor consumo (con variaciones del 1,8% y 3,1% para el consumo de los hogares y del gobierno, respectivamente).

VENTAS DEL COMERCIO MINORISTA REGIÓN METROPOLITANA

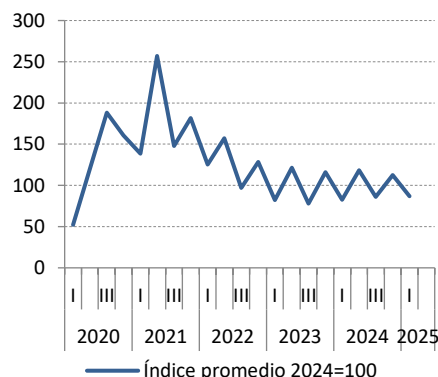
Variación anual



Fuente: Cámara Nacional Comercio, Servicios y Turismo.

ÍNDICE PROMEDIO DE VENTAS ONLINE DEL RETAIL

Índice promedio 2024=100



Fuente: Cámara Nacional Comercio, Servicios y Turismo.

La positiva evolución del consumo de los hogares considera el mayor gasto en bienes no durables -con mayores compras de vestuario y calzado- y el aumento en consumo de bienes durables, destacando el gasto en productos tecnológicos.

Durante los primeros tres meses del año en curso el índice elaborado por la CNC refleja que las ventas presenciales en la Región Metropolitana acumularon un aumento del 1,2%, lo que considera variaciones positivas en línea hogar, artefactos electrónicos y vestuario (8,7%, 6,5% y 5,4%, respectivamente), que permitieron mitigar las contracciones evidenciadas en muebles y calzado (-1,7% y -0,6%, en el orden dado).

Para el periodo comprendido entre 2025 y 2027, se espera que el consumo evidencie tasas positivas, lo que se apoya en la gradual recuperación evidenciada y la mejora en parte de sus fundamentos (holguras acotadas en el mercado laboral, el repunte en las expectativas de los consumidores y la apreciación real del peso). En particular, se espera que el consumo privado crezca en torno a un 2% para todo el periodo.

Las proyecciones antes mencionadas incorporan un grado importante de incertidumbre, considerando que los registros inflacionarios si bien han mejorado, se mantienen en rangos altos, con riesgos relevantes para su evolución futura (se espera que converja a la meta del 3% hacia 2026), lo que podría afectar el proceso de reducción de la Tasa de Política Monetaria (TPM) esperado. Por otro lado, los principales riesgos siguen vinculados al ámbito externo, con un deterioro de la situación geopolítica global, cuyo efecto son la actividad, la inflación y las condiciones financieras es difícil de evaluar.

ACTIVIDADES INTERNACIONALES PERMITEN DIVERSIFICAR LOS INGRESOS DE LA COMPAÑÍA, NO OBSTANTE, LA EXPONEN A PAÍSES CON MAYOR RIESGO RELATIVO

La compañía considera en su plan estratégico potenciar los negocios internacionales, que permiten una menor exposición ante cambios en el mercado chileno, pero implica operar en países con un mayor riesgo relativo a Chile (A/Estables), reflejado en su clasificación de riesgo internacional.

Esto, considerando sus operaciones en Perú (BBB-/Estables), México (Baa2/Negativas), Colombia (BB+/Negativas) y Brasil (BB-/Estables).

A marzo de 2025, considerando los activos totales del negocio bancario y no bancario, la entidad mantiene cerca del 75,1% de sus activos en Chile (incorporando corporativo), seguido por Perú con el 14,7%, Colombia (9,1%), y en menor medida Brasil (1,1%).

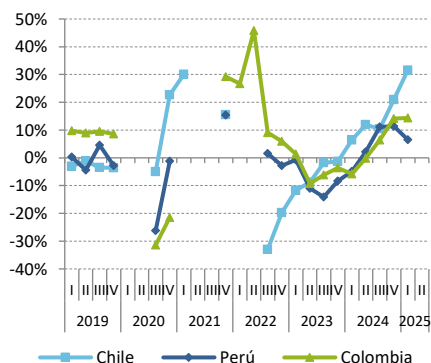
SEGMENTO RETAIL EVIDENCIÓ UNA RECUPERACIÓN EN LOS ÚLTIMOS PERIODOS

En el segmento de tiendas por departamento, las operaciones en los distintos países donde la compañía tiene presencia experimentaron significativas presiones durante 2023, producto de un menor consumo en la región, lo que derivó en resultados negativos de *Same Store Sales* (SSS) en varios trimestres. Sin embargo, a partir de 2024 se ha observado un escenario más favorable, impulsado por una recuperación del consumo y otros factores positivos.

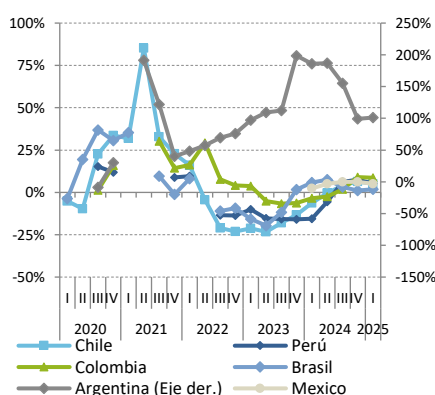
En el caso de Chile, se registró un crecimiento sostenido en el SSS, desde un 6,4% en el primer trimestre de 2024 hasta alcanzar un 31,6% en igual período de 2025 (20,9% al cuarto trimestre de 2024). Esta evolución refleja una mejora significativa en la actividad comercial y en la eficiencia de las operaciones.

SAME STORE SALES

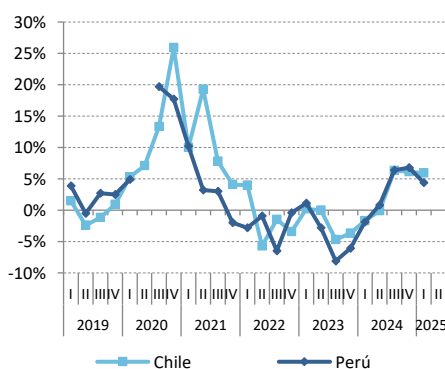
Tiendas por departamento



Mejoramiento del Hogar



Supermercados



Fuente: La compañía.

Las operaciones en Perú mostraron su mayor expansión durante el cuarto trimestre de 2024 con un SSS de 11,4%, para luego moderarse a un 6,5% a marzo de 2025. Esta cifra contrasta positivamente con el resultado negativo de 4,9% registrado a marzo de 2024. En tanto, Colombia evidenció una recuperación más gradual, con resultados negativos durante los dos primeros trimestres de 2024, para luego alcanzar un SSS de 14,4% al primer trimestre de 2025.

En el segmento de supermercados, la actividad ha mantenido una trayectoria positiva en los últimos trimestres, en comparación con el desafiante escenario observado en 2023. En Chile, tras caídas observadas hasta el segundo trimestre de 2024, el SSS promedio de los tres trimestres posteriores fue de 6,1%, con un 5,9% a marzo de 2025. Por su parte, las operaciones en Perú mostraron un SSS negativo hasta el primer trimestre de 2024, recuperándose hasta alcanzar un 4,4% al primer trimestre de 2025.

En el segmento de mejoramiento del hogar, las operaciones en Chile, Perú y Colombia, que habían sufrido fuertes contracciones en 2023, comenzaron a mostrar señales de recuperación desde el tercer trimestre de 2024. Al cuarto trimestre de 2024 alcanzaron 6,4%, 7,6% y 9,1%, respectivamente, mientras que a marzo de 2025, los SSS se ubicaron en 5,1%, 5,2% y 8,6%, respectivamente.

Brasil, tras registrar SSS negativos entre el tercer trimestre de 2022 y el tercer trimestre de 2023, presentó resultados positivos en los trimestres siguientes, con cifras que fluctuaron entre 1,1% y 7,5%. A marzo de 2025, el SSS se situó en 1,9%. En México, el comportamiento fue mayoritariamente negativo, registrando SSS negativos en todos los trimestres evaluados, exceptuando el cuarto trimestre de 2024, en el cual se observó un crecimiento nulo (0%).

Al analizar el Ebitda trimestral, en los últimos años los resultados se vieron presionados, principalmente en 2023, ante una caída en el consumo en los países donde opera la entidad, con altos niveles inflacionarios y de promocionalidad, sumado a un menor acceso al crédito con tasas de interés altas, entre otros factores. Posteriormente se ha registrado una recuperación en los niveles de actividad en los principales segmentos en donde participa la sociedad.

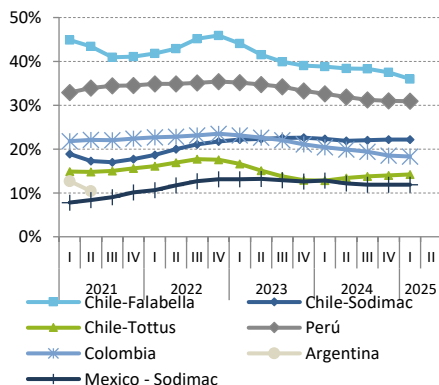
En el caso de las operaciones en Chile, se observa una recuperación relevante en el segmento de tiendas por departamento. Tras registrar una pérdida de \$105.085 millones en 2023, los resultados mejoraron hasta alcanzar una generación de Ebitda de \$53.288 millones al cierre de 2024, acercándose a los niveles de 2022 (\$63.564 millones).

Por su parte, el segmento de mejoramiento del hogar mostró un crecimiento anual del 37,7%, totalizando \$148.910 millones, reflejando una recuperación. En tanto, el negocio de supermercados cerró 2024 con un Ebitda de \$68.664 millones, superando todos los periodos analizados desde 2019, con excepción de 2021.

A nivel internacional, en Perú se registró una recuperación significativa, con un aumento anual del 113,1% en resultados medidos en pesos chilenos. En Brasil también se observó una expansión, con un crecimiento del 46,7% anual. Por otro lado, Colombia, tras las pérdidas acumuladas en 2023, evidenció una recuperación parcial al alcanzar los \$40.149 millones. Sin embargo, este nivel aún se mantiene por debajo de lo registrado en los años 2019, 2021 y 2022.

Durante el primer trimestre de 2025, las operaciones en Chile continuaron mostrando una dinámica positiva en tiendas por departamento y mejoramiento del hogar, mientras que el segmento de supermercados presentó una contracción interanual del 8,2%. En cuanto a las operaciones internacionales, Perú y Colombia evidenciaron crecimiento en sus resultados, en contraste con Brasil, que mostró una disminución del 9,5% respecto del mismo período del año anterior.

PORCENTAJE DE VENTA A TRAVÉS DE TARJETA CMR



SEGMENTO INMOBILIARIO: CONSOLIDACIÓN DE LOS ACTIVOS DE MALLPLAZA Y OPEN PLAZA EN PERÚ EN PLAZA S.A.

La compañía realiza sus operaciones en el segmento inmobiliario principalmente bajo su filial Plaza S.A., clasificado en "AA+/Estables" por Feller Rate, la cual a marzo de 2025 contaba con 27 centros comerciales con un GLA cercano a los 2.342.178 m² y además Falabella mantiene mediante su filial Open Plaza 10 centros comerciales con una superficie de 224.126 m².

Además, la compañía es dueña de aproximadamente 1 millón de metros cuadrados, utilizados por tiendas por departamento, mejoramiento del hogar, supermercados, entre otros.

La filial Plaza ha evidenciado un crecimiento sostenido en su generación de Ebitda, en línea con los elevados niveles de ocupación alcanzados, la incorporación de nuevos arrendatarios y la indexación de contratos a la inflación. Este desempeño ha sido reforzado por una estrategia de expansión que incluye la incorporación de nuevos activos.

En diciembre de 2024 se concretó la integración de los activos de Mallplaza Perú y Open Plaza Perú en las operaciones de Plaza S.A., como parte de la estrategia corporativa ya detallada. Esta operación no genera efectos en los estados financieros consolidados de Falabella S.A., dado que ambas sociedades ya se encontraban consolidadas con anterioridad.

Al cierre de 2024, el Ebitda de Plaza ascendió a \$380.637 millones, reflejando un incremento anual del 18,1%. Durante el primer trimestre de 2025, el Ebitda alcanzó los \$123.847 millones, lo que representa un aumento del 42,6% respecto al mismo periodo del año anterior.

Este crecimiento responde, principalmente, a la consolidación de los activos provenientes de Mallplaza Perú y Open Plaza Perú, así como a una mejora en los ingresos por concepto de estacionamientos y la incorporación de Mallplaza Cali, cuya operación comenzó a fines de 2024.

Para mayor detalle, ver Informe de Clasificación de Plaza S.A. ("AA+/Estables") en www.feller-rate.cl, sección de Corporaciones.

MANEJO DE INVENTARIO ES PARTE FUNDAMENTAL DE LA ESTRATEGIA CONSIDERANDO SUS IMPLICANCIAS EN LAS NECESIDADES DE CAPITAL DE TRABAJO Y OFERTA DE PRODUCTOS

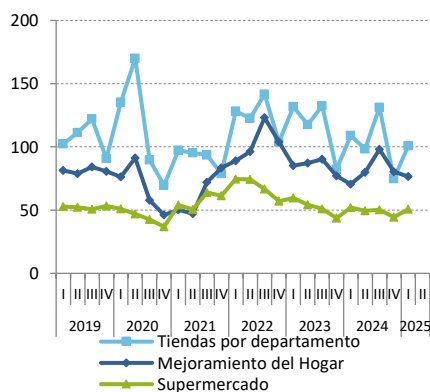
Parte de la estrategia de Falabella S.A. se orienta en optimizar el uso del capital de trabajo, con un enfoque en una gestión eficiente del inventario y una oferta diversificada de productos. Esta estrategia considera los desafíos específicos de cada uno de los mercados en los que opera, el crecimiento de las operaciones digitales, las particularidades en los lineamientos comerciales con cada proveedor, y la logística de última milla para asegurar una entrega eficiente al cliente final.

Adicionalmente, se contempla la necesidad de ajustar los niveles de inventario frente a cambios en la demanda, escenarios de menor consumo y otros factores externos. Para ello, la compañía ha implementado medidas destinadas a mantener la eficiencia en la gestión del capital de trabajo y mitigar los efectos de periodos con mayor presión promocional.

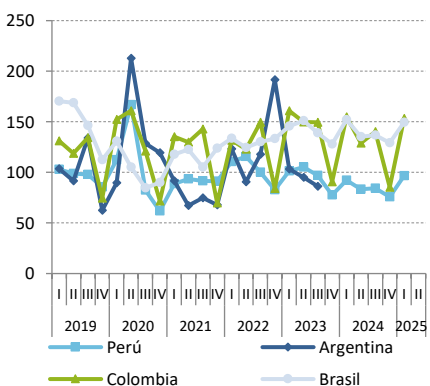
En el caso de las operaciones en Chile, específicamente en el segmento de tiendas por departamento, durante 2022 y 2023 los días de inventario se mantuvieron

EVOLUCIÓN DE LOS DÍAS DE INVENTARIOS POR SEGMENTO

Segmentos en Chile



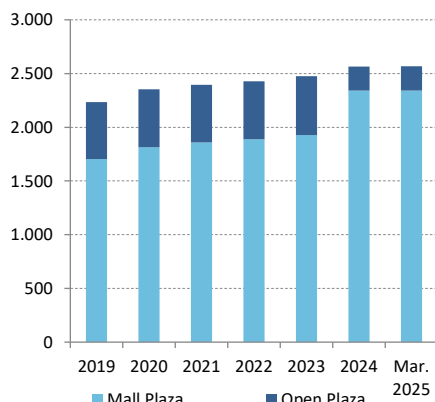
Segmentos internacionales



Fuente: La compañía.

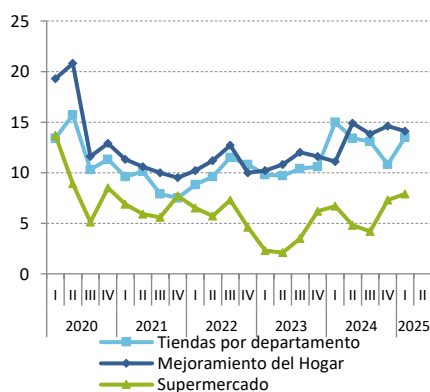
SUPERFICIE DE ARRIENDO CENTROS COMERCIALES

Cifras en miles de metros cuadrados

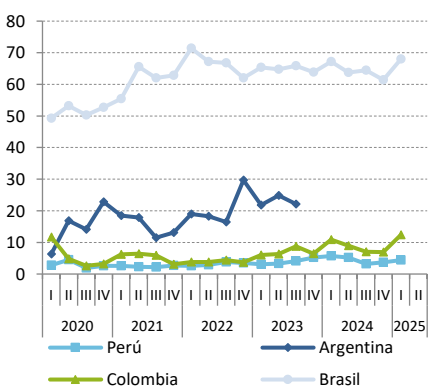


EVOLUCIÓN DE LOS DÍAS DE COBRO POR SEGMENTO

Segmentos en Chile



Segmentos internacionales



Fuente: La compañía.

consistentemente por sobre los 100 días en la mayoría de los periodos, con excepción del cuarto trimestre de 2023.

No obstante, en los siguientes trimestres se ha observado una tendencia relativamente a la baja, considerando las ciclicidades inherentes. Al cuarto trimestre de 2024, los días de inventario descendieron hasta los 74,9 días frente a los 82,2 días de igual periodo de 2023. A marzo de 2025, este indicador se situó en 100,9 días, lo que representa una mejora frente a los 109,0 días observados en igual periodo de 2024.

Durante 2024, el segmento de mejoramiento del hogar mantuvo sus días de inventario en un rango entre 70,5 y 98,1 días. Por su parte, el segmento de supermercados presentó un comportamiento más acotado, con días de inventario fluctuando entre 44,4 y 51,9 días.

A marzo de 2025, ambos segmentos registraron niveles levemente superiores en comparación con el mismo periodo del año anterior. En particular, mejoramiento del hogar alcanzó 76,7 días (frente a 70,5 días en marzo de 2024), mientras que supermercados se situó en 50,7 días (versus 51,9 días en igual periodo del año anterior).

A nivel internacional, considerando las ciclicidades propias de cada operación, los inventarios en Perú fluctuaron entre 75,6 y 96,6 días durante 2024 y el primer trimestre de 2025. En Brasil, los días de inventario se mantuvieron con valores entre 129,2 y 152,1 días.

En el caso de Colombia, se evidenció una disminución significativa en el cuarto trimestre del periodo analizado, con 85,4 días de inventario. Excluyendo ese trimestre, la variación del indicador en dicho mercado se mantuvo dentro del rango de 128,8 a 155 días.

Por su parte, para igual periodo, los días de cobro registraron un comportamiento dispar entre cada segmento y país, manteniéndose por debajo de los 8 días en el caso del segmento de supermercados en Chile, mientras que para tiendas por departamento y mejoramiento del hogar este indicador fluctúa entre los 10,8 y 15,0 días. En el caso de las operaciones internacionales, se puede observar que en Perú se mantuvieron por debajo de los 5,7 días y por debajo de los 13 días en el caso de Colombia, mientras que en Brasil varió entre los 61,4 y 68,0 días.

SEGMENTO BANCARIO: ESTRATEGIA ENFOCADA EN LA DIGITALIZACIÓN

Banco Falabella (que opera en Chile, Perú y Colombia) posee una capacidad de generación y respaldo patrimonial fuerte y un adecuado perfil de negocios, perfil de riesgos y fondeo y liquidez. Además, se ve beneficiado del respaldo que le otorga su matriz, favoreciéndose de un modelo de negocios cohesionado, con importantes obtenciones de sinergias asociadas a la favorable posición competitiva de su controlador y su experiencia en la gestión de riesgos de crédito.

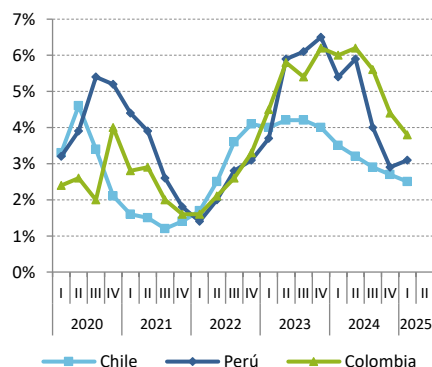
A contar de agosto de 2023, la entidad informó que integró las funcionalidades de su billetera digital Fpay a la app de Banco Falabella en Chile y Perú, mientras que Fpay continuará procesando los pagos.

Durante 2023, la generación de colocaciones brutas en los tres países donde la entidad mantiene operaciones evidenció contracciones anuales, con variaciones negativas que oscilaron entre un 4% y un 17%, reflejando un entorno desafiante para la expansión crediticia en la región.

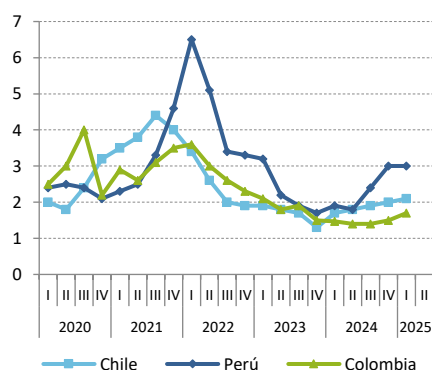
No obstante, en 2024 se observó una recuperación en el mercado chileno, con un crecimiento anual del 4,8%. En contraste, las operaciones en Perú y Colombia

RESULTADOS DEL SEGMENTO BANCARIO

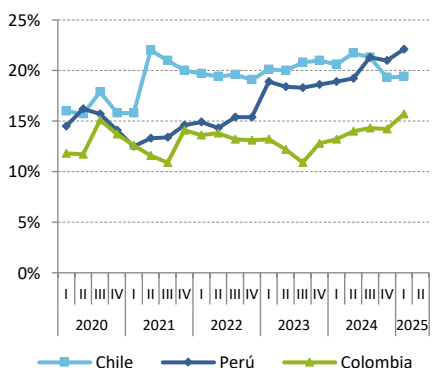
Cartera vencida/Colocaciones



Provisiones/ Cartera Vencida



Basilea



Fuente: La compañía.

continuaron mostrando un comportamiento contractivo, registrando disminuciones de 7,4% y 13,1%, respectivamente.

Al primer trimestre de 2025, la tendencia positiva en Chile continuó con un incremento interanual del 10,0% en las colocaciones brutas. Por su parte, Perú y Colombia mantuvieron una trayectoria descendente, con caídas del 3,0% y 8,8%, respectivamente.

La cartera vencida mayor a 90 días, medida como porcentaje sobre las colocaciones totales, mostró una evolución dispar entre los distintos países en los que opera la entidad.

En el caso de Chile, tras mantenerse por debajo del 3,0% entre el cuarto trimestre de 2021 y el segundo trimestre de 2022, se observó un deterioro en la calidad de la cartera, alcanzando un 4,2% durante el segundo y tercer trimestre de 2023. No obstante, a partir de ese punto se evidenció una mejora progresiva, situándose en un 2,5% al cierre de marzo de 2025, en comparación con el 3,5% registrado a marzo de 2024.

En Perú, la cartera vencida alcanzó su nivel más bajo en marzo de 2022, con un 1,4%. A partir de entonces, mostró un deterioro continuo, alcanzando un 6,5% a diciembre de 2023. Posteriormente, se registró una recuperación relevante, situándose en torno al 3,0% al primer trimestre de 2025 (3,1% a marzo de 2024).

Colombia exhibió una trayectoria similar. Desde un mínimo del 1,6% en 2022, la morosidad se elevó hasta un 6,2% durante 2023. Sin embargo, al igual que en los otros mercados, se observó una mejora paulatina, alcanzando un 3,5% a marzo de 2025.

La cobertura de la cartera vencida en Chile se ha mantenido, en general, en niveles adecuados durante los últimos años, situándose consistentemente por sobre las 1,6 veces, con excepción del cuarto trimestre de 2023. A partir de entonces, se ha observado una recuperación, alcanzando 2,1 veces al primer trimestre de 2025, reflejando una mejora en la calidad del portafolio y en la capacidad de absorción del riesgo crediticio.

En el caso de las operaciones en Perú, la cobertura ha seguido una tendencia similar, manteniéndose por encima de las 1,7 veces durante el período evaluado. Destaca el aumento en los últimos trimestres alcanzando las 3,0 veces a contar del cuarto trimestre de 2024.

Por su parte, Colombia mostró una mayor volatilidad en sus niveles de cobertura, fluctuando entre 2,1 veces y 1,4 veces entre 2023 y el primer trimestre de 2025. Al cierre de marzo de 2025, la cobertura se situó en 1,7 veces, lo que representa una recuperación respecto de los trimestres anteriores, aunque aún por debajo de los niveles máximos registrados.

El grupo, principalmente a través de las operaciones CMR, filial del Banco Falabella, entrega a los clientes del segmento *retail* la posibilidad de acceder a financiamiento mediante el otorgamiento de créditos, lo que promueve un mayor nivel de ventas (esto además potenciado por los incentivos asociados a las promociones de las tarjetas).

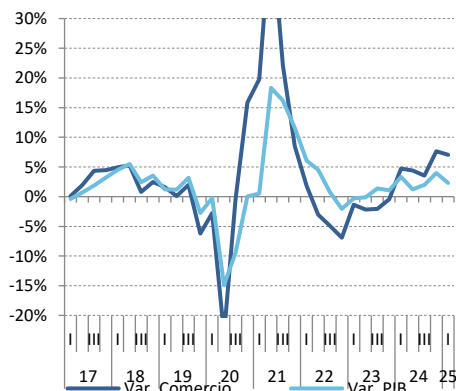
Además, se debe considerar la complementariedad de los negocios del grupo en el rubro *retail*, en conjunto con su área de centros comerciales y el otorgamiento de financiamiento mediante Banco Falabella de forma directa o a través de su filial CMR.

Ello, permite a Falabella S.A. obtener información de sus clientes para una mejor segmentación de su cartera, para desarrollar productos más adecuados y ajustar su estrategia comercial y política crediticia según las condiciones del mercado.

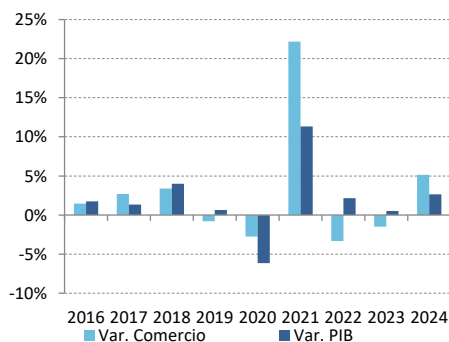
A nivel nacional, la tarjeta CMR ha tenido una participación relevante en las ventas de los distintos segmentos en los que opera la compañía, evidenciando su importancia como herramienta de financiamiento al consumidor y fidelización de clientes.

EVOLUCIÓN DEL PIB Y DEL COMERCIO

Variación trimestral



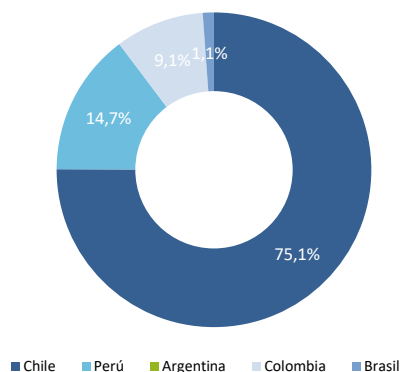
Variación anual



Fuente: Banco Central de Chile.

DIVERSIFICACIÓN DE ACTIVOS POR PAÍS

A marzo de 2025



Fuente: La compañía.

En el segmento de tiendas por departamento, la utilización de CMR ha fluctuado entre un 52,7% y un 37,5% durante los últimos diez años. En el segmento de mejoramiento del hogar, su participación ha variado entre un 29,7% y un 17,7%, mientras que en supermercados ha oscilado entre un 20,2% y un 12,9% en el mismo período.

A marzo de 2025, la incidencia de la tarjeta CMR sobre las ventas por segmento se situó en un 36,0% en tiendas por departamento, 22,2% en mejoramiento del hogar y 14,2% en supermercados.

Estos niveles reflejan una tendencia de moderación en su uso, coherente con la evolución de la oferta financiera de la compañía, los cambios en el comportamiento del consumidor y las condiciones de acceso al crédito en el país.

Para mayor detalle, ver Informe de Clasificación de Banco Falabella ("AA/Estables") en www.feller-rate.cl, sección Instituciones Financieras.

OPERACIÓN EN INDUSTRIAS ALTAMENTE SENSIBLES A LOS CICLOS ECONÓMICOS Y CON UN ALTO GRADO DE COMPETENCIA

La industria de *retail* es sensible al ciclo económico debido al efecto directo que tienen las fluctuaciones económicas sobre el poder adquisitivo, acceso a crédito y la capacidad de pago de los clientes. En línea con lo anterior, las variaciones en el desempleo e inflación impactan el consumo privado y, en última instancia, los resultados de las compañías.

En la industria de mejoramiento del hogar, uno de los principales determinantes del desempeño es la evolución de la actividad de construcción, la que mantiene una alta correlación con las variaciones del ciclo económico. Por lo mismo, frente a periodos macroeconómicos recesivos, es normal ver SSS reales negativos.

Por su parte, los supermercados presentan una menor sensibilidad al ciclo económico que el resto de los segmentos que participa la compañía, asociada, principalmente, al mix de productos ofertados. En Chile, Tottus comercializa, básicamente, comestibles y abarrotes, los que exhiben una menor sensibilidad relativa con respecto a otros segmentos de *retail*, debido a que muchos de estos bienes son productos de primera necesidad. En Perú, el segmento de supermercados evidencia una mayor sensibilidad a los ciclos, determinada por un mayor componente *non food* dentro de su mix de productos (y ventas).

Dentro de su competencia, destaca Cencosud y Ripley. El primero con un esquema de *retail* integrado similar al de Falabella, y el segundo, con una importante presencia en el formato de tiendas por departamentos y servicios financieros en Chile y Perú.

Adicionalmente, un competidor relevante en el *retail* es Walmart, el que con un amplio mix comercial logra competir con los formatos de tiendas por departamento y supermercados.

A pesar de la fuerte competencia, la compañía se ha caracterizado por registrar mejores márgenes y ventas por metro cuadrado con relación a sus comparables, principalmente, en el mercado chileno.

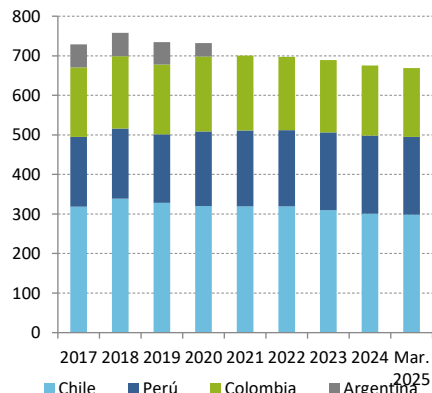
PRINCIPALES FACTORES ESG CONSIDERADOS EN LA CLASIFICACIÓN

Falabella cuenta con una estrategia de negocio sostenible mediante diferentes acciones con foco en el bienestar de las personas, acción por el clima, impacto social, aprovisionamiento sustentable, diversidad e inclusión, cumplimiento, ética y gobernanza,

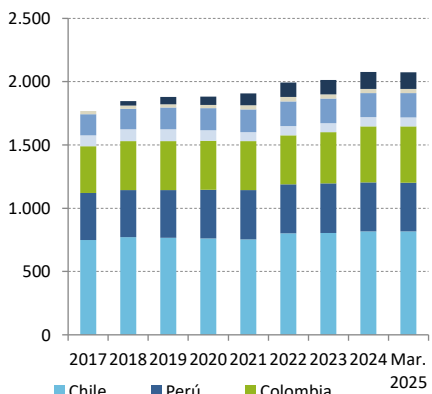
SUPERFICIE DE VENTA

Cifras en miles de metros cuadrados

Tiendas por departamento

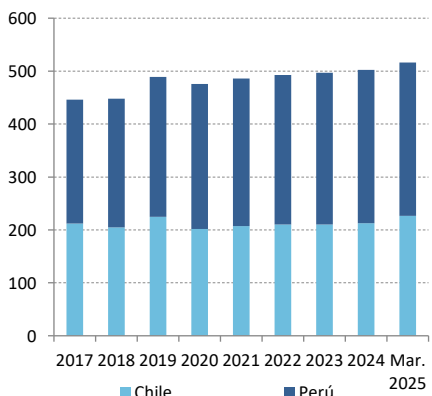


Mejoramiento del hogar*



*Incorpora Ikea.

Supermercados



Fuente: La compañía.

circularidad y residuos, entre otros. Ello, se fortalece desde 2022 con la entrada de la entidad al Pacto Global de las Naciones Unidas en Chile y con la incorporación del principio de doble materialidad en la gestión de sostenibilidad. Además, la entidad cuenta con una política ambiental y de cambio climático.

La entidad mantiene clasificación A en su gestión de sostenibilidad en aspecto ASG por MSCI, siendo una de las 6 empresas chilena con clasificación superior a BBB.

La compañía desde 2016 es seleccionada para ser parte del índice mundial Dow Jones Sustainability Index, en sus tres categorías: Mundial, Chile y Mercado Integrado de América Latina (MILA). Ello posiciona a la entidad en una de las diez empresas de comercio minorista más sostenible del mundo.

— AMBIENTALES:

La entidad mide su huella de carbono bajo los estándares y definiciones internacionales proporcionadas por Greenhouse Gas Protocol (GHG), con el compromiso en 2035 alcanzar cero emisiones netas (alcances 1 y 2 establecidos por GHG). En 2024, evidenció un avance del 27% en esta materia.

Falabella, se encuentra avanzando en una gestión eficiente y responsable del uso energético de sus operaciones con el foco en que el 65% del suministro eléctrico para 2030 provenga de energía renovable. En 2024, el 78% de la energía proviene de fuentes renovables suministrado 289 tiendas (147 en Chile y 94 Perú), 7 centros logísticos (4 en Chile y 3 en Perú) y 41 centros comerciales (27 en Chile y 14 en Perú).

La compañía mantiene una gestión sobre sus residuos con el objetivo de disminuir el envío a vertederos y rellenos sanitarios. Ello, se tradujo en que cerca del 37% de los residuos generados se pudieron revalorizar, representando más de 43 mil toneladas que fueron recuperados parcial o totalmente.

En el caso de los supermercados la compañía mantiene un compromiso con la reducción de desperdicios de alimentos, por lo cual se comprometió en reducir un 20% el desperdicio alimentario de sus supermercados para 2025 tomando de base 2021. En 2025 se logró una reducción del 26% de toneladas en comparación a 2021.

— SOCIALES:

Los principales actores sociales vinculados a la empresa son sus trabajadores. Al respecto, la mayor parte de la regulación laboral vigente se aplica a la industria en consideración al vínculo o relación laboral existente entre la entidad y sus empleados.

La entidad mantiene un modelo de diversidad e inclusión enfocado en contribuir a una sociedad más inclusiva. Además, ha realizado diversas medidas como es el caso de empleo con apoyo e inclusión laboral; donaciones y colaboraciones; contribución a causas sociales; vínculo con las comunidades; seguridad para sus colaboradores, programas dirigidos a talentos claves, alianzas estratégicas, inclusión financiera, entre otros.

— GOBIERNO CORPORATIVO:

La estructura de gobierno corporativo de la entidad adopta procedimientos corporativos basados en las normativas que regulan el comportamiento de la compañía en los respectivos países donde opera. Ello, además considera procesos internos de reporte y supervisión del desempeño en ámbitos financieros y no financieros, incluyendo cambio climático.

El directorio de la compañía cuenta con nueve miembros por un periodo de tres años renovables. Actualmente, está compuesto por: Enrique Ostalé (Presidente), Juan Carlos Cortés (Vicepresidente), Carlo Solari, María Cecilia Karlezi, Paola Cúneo, José Luis Del Río, Alfredo Moreno, German Quiroga (independiente) y Andrés Roccatagliata (independiente).

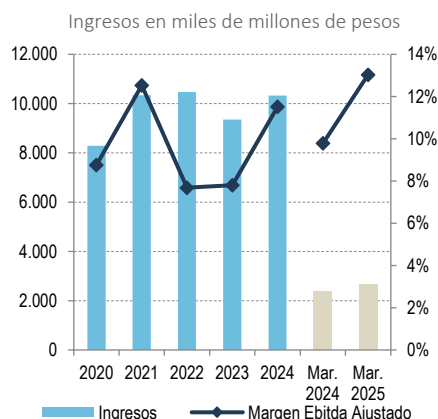
Al respecto, el directorio recibe semestralmente reportes sobre la gestión de los distintos programas de cumplimiento de Falabella, como son el caso de libre competencia y prevención de delitos.

La entidad cuenta con políticas y comités de: libre competencia; código de integridad; política y modelo de prevención de delitos; programa de protección de datos personales; gestión de conflictos de interés; comité de estrategia; medioambiente y cambio climático; y diversidad e inclusión y sostenibilidad.

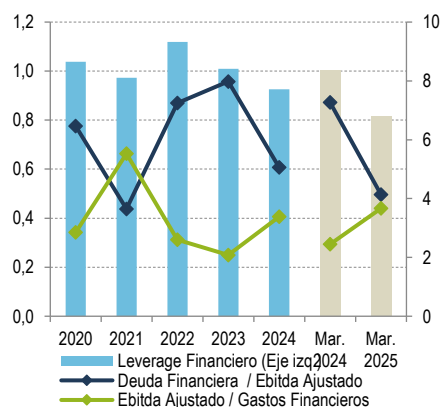
El 30 de junio de 2025, la entidad informó mediante un hecho esencial que los grupos que son miembros del Grupo Controlador a contar del 1 de julio del presente año terminaría el pacto de accionistas por expiración de su plazo de vigencia.

Al respecto, Feller Rate monitoreará de forma continua los efectos que pueda traer dicho término en los gobiernos corporativos de la entidad como posibles cambios de estrategia y su impacto tanto en el perfil de negocio como posición financiera.

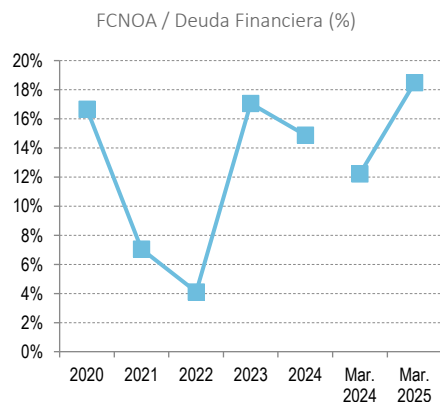
EVOLUCIÓN DE INGRESOS Y MÁRGENES DEL SEGMENTO NO BANCARIO



EVOLUCIÓN ENDEUDAMIENTO E INDICADORES DE SOLVENCIA DEL SEGMENTO NO BANCARIO



INDICADOR DE COBERTURA DEL SEGMENTO NO BANCARIO



POSICION FINANCIERA

SATISFACTORIA

A CONTAR DE 2019, RESULTADOS NO BANCARIOS NO SON COMPARABLES CON DATOS HISTÓRICOS

Los resultados no bancarios de la compañía, a contar de 2019, se ven afectados por dos efectos relevantes en su composición. El primero corresponde, desde diciembre de 2018, al traspaso de la filial CMR al Banco Falabella, dejando de consolidar como negocio no bancario.

Esto implicó una disminución de los márgenes del segmento no bancario de la entidad como también en una caída en los niveles de deuda financiera. A nivel consolidado no existen efectos relevantes.

El segundo evento para considerar es la implementación de la IFRS 16, a contar del primero de enero de 2019. Ello, considera un modelo de contabilización de los arrendamientos único y que requiere que un arrendatario reconozca los activos y pasivos de todos los arrendamientos con una duración superior a 12 meses.

Lo anterior, resultó en el reconocimiento de una cuenta de "activo por derecho de uso" para el reconocimiento del derecho a usar el activo arrendado subyacente y "pasivos por arrendamiento", que representan una obligación por los pagos de arrendamiento.

Adicionalmente, generó un incremento en el Ebitda, considerando que los costos operacionales asociados al arrendamiento se descontaron de la parte operacional, sumado a un incremento en los pasivos financieros (incorporando pasivos por arrendamiento) y en los gastos financieros.

Por todos los efectos mencionados anteriormente, las cifras de la compañía a contar de 2019 no son completamente comparables con los años anteriores.

RESULTADOS Y MÁRGENES:

Recuperación en la generación de Ebitda ajustado ante mayor dinamismo e implementación del plan estratégico

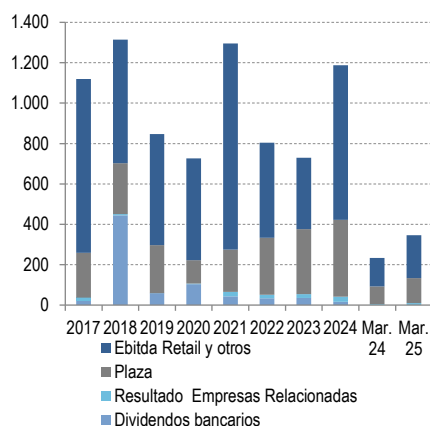
Los resultados de la compañía se encuentran influenciados por el entorno macroeconómico y los niveles de actividad en los países donde opera, con distintos grados de sensibilidad según el tipo de industria, junto con otros factores que inciden en la calidad crediticia de los clientes.

La evolución de los niveles de ingresos incorpora además las políticas utilizadas por la entidad, considerando tanto un crecimiento orgánico y por medio de adquisiciones, como también cambios en la superficie de venta en sus principales segmentos y una mayor superficie arrendable en centros comerciales. Además de su estrategia omnicanal, que en los últimos años ha estado enfocada en fortalecer sus canales *online*, además de mejoras en el manejo de inventario y en su cadena logística.

El segmento retail ha presentado una alta volatilidad, lo que ha presionado los resultados en contextos de menor dinamismo económico, con una elevada actividad promocional. En este contexto, la estrategia de gestión de inventario y el mix de productos se tornan aspectos clave para la adecuación de la oferta a la demanda.

COMPOSICIÓN DEL EBITDA AJUSTADO

Cifras en miles de millones de pesos



Fuente: La compañía.

GENERACIÓN DE FCNO POR SEGMENTO

Cifras en billones de pesos

	2022	2023	Mar.23	Mar.24
Tiendas por departamento Chile	-47,0	52,4	25,6	-138,1
Mejoramiento del Hogar Chile	59,5	242,0	64,7	31,0
Supermercados-Chile	27,6	39,6	31,1	-10,6
Banco Falabella	-59,8	413,8	-3,2	110,6
Plaza	275,3	295,1	300,8	67,2
Perú	200,1	182,3	289,3	-47,2
Colombia	-12,1	131,8	-108,3	-93,0
Argentina	-5,4	24,2	-	-
Brasil	23,1	29,4	12,4	1,6

Fuente: La compañía.

Respecto de lo anterior, en los últimos años, la entidad ha implementado un plan estratégico enfocado en fortalecer su posición financiera, en respuesta a los desafíos regionales. Este plan ha incluido la optimización del ciclo de compra de productos, mayor eficiencia en la gestión de inventarios y la cadena logística, mejoras en la rentabilidad de tiendas y una estructura corporativa más ágil.

A diciembre de 2024, los ingresos consolidados de Falabella S.A. alcanzaron los \$10,3 billones, reflejando una recuperación en comparación al año anterior con un crecimiento anual del 10,3%. Este desempeño se explica principalmente por un mayor dinamismo del consumo en la región andina, una menor presión relativa en los mercados donde opera la compañía y un entorno de inflación más controlado, entre otros factores.

Al analizar los resultados según su peso relativo y expresados en pesos chilenos, se observa que los mayores incrementos en la actividad provienen de las operaciones en Perú y Chile, con alzas anuales del 16,9% y 6,8%, respectivamente. En Chile, el crecimiento estuvo liderado por el segmento de tiendas por departamento, con un aumento del 5,6%, seguido por mejoramiento del hogar (2,4%) y supermercados (3,7%).

En el caso de Plaza S.A., los ingresos se incrementaron un 17,8% respecto del mismo período del año anterior, impulsados por la incorporación de nuevos activos y elevados niveles de ocupación. A nivel internacional, Colombia y Brasil también mostraron un desempeño positivo, con crecimientos del 36,1% y 7,6%, respectivamente.

Durante 2024, los costos operacionales aumentaron un 6,6% anual, mientras que los gastos de administración y ventas crecieron un 3,1%, incrementos que se mantuvieron por debajo del alza en los ingresos, permitiendo una mejora en la eficiencia operativa.

Como resultado, el Ebitda ajustado de los negocios no bancarios de la compañía –que incluye participaciones en negocios conjuntos y los dividendos provenientes de Banco Falabella– alcanzó los \$1,2 billones, marcando una recuperación significativa desde los \$0,7 billones registrados en 2023.

En términos de desempeño por segmento, a nivel nacional se evidenció una recuperación destacada en tiendas por departamento, pasando desde una pérdida de \$105.085 millones en 2023 a una generación de \$53.288 millones. A esto se suma un crecimiento del 37,7% en mejoramiento del hogar y un avance del 40,7% en supermercados.

A nivel internacional, las operaciones en Colombia mostraron una recuperación desde cifras deficitarias, mientras que en Perú y Brasil los resultados aumentaron un 53,4% y 46,7% anual, respectivamente.

Por su parte, Plaza S.A. reportó un crecimiento del 18,1% anual en su Ebitda, sustentado en el aumento de superficie arrendada, la incorporación de nuevos activos, la indexación de contratos a la inflación y una mayor dilución de los costos operacionales.

Cabe destacar que los dividendos provenientes del banco disminuyeron desde \$35.472 millones en 2023 a \$16.293 millones, lo que impactó parcialmente el Ebitda ajustado. No obstante, los resultados provenientes de negocios conjuntos registraron un alza del 30,2% anual, impulsados principalmente por la utilidad generada por Sodimac Colombia (\$32.237 millones), lo cual permitió compensar las pérdidas de la sociedad mexicana Distribuidora de Mejoramiento del Hogar y Construcción S.A.P.I. de C.V., que alcanzaron los -\$11.688 millones.

Consecuentemente con lo anterior, el margen Ebitda ajustado de la compañía evidenció a fines de 2024 una recuperación situándose en un 11,5% (frente a un 7,7% en diciembre de 2022 y 7,8% a fines de 2023), pero se mantiene presionado en comparación al periodo 2015-2021 (12,6% promedio).

La generación de flujos operacionales de la compañía mantiene un comportamiento influenciado por las necesidades cíclicas de financiamiento del capital de trabajo, asociadas principalmente la industria de *retail*, considerando los niveles de inventarios necesarios para cada actividad, el manejo de los costos de transporte, entre otros efectos. Además, como parte fundamental de la estrategia de la compañía se considera el calce entre cuentas por cobrar y por pagar, para mitigar cambios relevantes en las necesidades de capital de trabajo.

Así, la generación de flujos de caja netos operacionales ajustados (FCNOA) del negocio no bancario, que promedió \$661.828 millones entre 2015 y 2020, enfrentó presiones significativas durante los años 2021 y 2022, con un promedio de \$286.270 millones. No obstante, desde entonces se ha observado una recuperación relevante.

A diciembre de 2024, el FCNOA alcanzó los \$893.908 millones, lo que representa una disminución del 10,0% respecto del año anterior. Sin embargo, esta cifra se mantiene por sobre los promedios históricos previos a 2020, reflejando una mejora en la generación operativa.

La disminución observada en el periodo se explica principalmente por una menor contribución de las operaciones en Chile, particularmente en los segmentos de mejoramiento del hogar y tiendas por departamento. Esta caída fue parcialmente compensada por un mejor desempeño en supermercados y Plaza S.A. A nivel internacional, se destaca una mejora en las operaciones en Perú, la cual permitió contrarrestar los resultados deficitarios registrados en Colombia.

En términos del indicador FCNOA sobre deuda financiera neta, entre 2016 y 2020 este se mantuvo en un rango entre el 17% y 23%. Sin embargo, en 2022 descendió hasta un 4,6%, en línea con la menor generación observada ese año. A fines de 2024, el indicador evidenció una recuperación, situándose en 20,5%.

Durante el primer trimestre del presente año, los ingresos provenientes de las operaciones no bancarias de Falabella S.A. alcanzaron los \$2,7 billones, lo que representa un crecimiento interanual del 10,9%. Este desempeño se encuentra en línea con el mayor dinamismo observado en varios de los segmentos donde opera la compañía.

Según su contribución relativa y en pesos chilenos, el mayor crecimiento se registró en el segmento de tiendas por departamento, con un alza del 18,9% anual. Le siguen mejoramiento del hogar con un 7,3%, supermercados con un 8,7% y Plaza con un crecimiento del 36,8%, explicado por la incorporación de activos y altos niveles de ocupación.

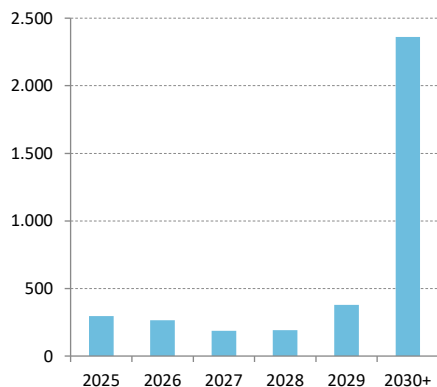
La generación de Ebitda ajustado continuó mostrando una recuperación significativa, impulsada por la reactivación del consumo en la región y por la implementación del plan de eficiencias de la compañía. Este plan ha estado enfocado en la optimización de la estructura de costos, mediante un mayor control de gastos, eficiencias en la gestión de inventarios (especialmente en la importación de productos), fortalecimiento del portafolio de marcas propias y ajustes en el mix de productos, entre otras medidas.

En este contexto, el Ebitda ajustado del primer trimestre se situó en \$345.953 millones, lo que representa un incremento del 47,8% respecto del mismo periodo del año anterior. Este resultado se explica principalmente por la mejora en el desempeño del segmento de tiendas por departamento, el cual revirtió pérdidas por \$13.242 millones a marzo de 2024, alcanzando una ganancia de \$43.011 millones. A ello se suman mejores resultados en los segmentos de mejoramiento del hogar y Plaza.

Como resultado, el margen Ebitda ajustado se incrementó hasta un 13,0%, en comparación al 9,8% registrado a marzo de 2024.

PERFIL DE VENCIMIENTO

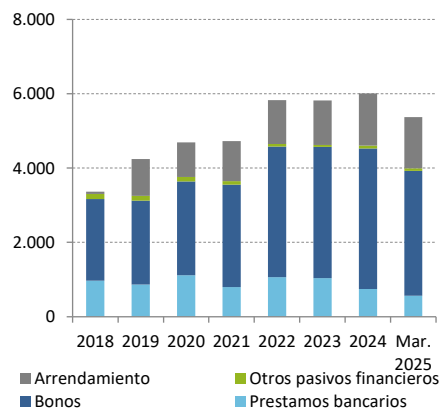
Cifras en miles de millones de pesos



Fuente: La compañía.

EVOLUCION DE LOS PASIVOS FINANCIEROS

Cifras en miles de millones de pesos



Fuente: La Estados financieros.

Por su parte, la generación de flujos de caja netos operacionales ajustados (FCNOA) del negocio no bancario también evidenció una recuperación, alcanzando los \$6.888 millones, en contraste con la pérdida de \$92.203 millones registrada a marzo del año anterior. Esta evolución permitió que el indicador FCNOA anualizado (doce meses móviles) sobre deuda financiera neta se elevara a 23,2%, desde el 14,5% observado en igual periodo de 2024.

ENDEUDAMIENTO Y COBERTURAS:

Recuperación de indicadores de cobertura hacia rangos registrado en periodos anteriores

El crecimiento en las actividades de la compañía ha implicado mayores requerimientos de capital, lo cual ha sido solventado con un mix de financiamiento entre generación propia, incrementos en niveles de deuda y, en menor medida, aumentos de capital. En el caso de la deuda financiera su aumento en el negocio no bancario se encuentra asociada a los niveles de actividad.

Al respecto, los pasivos financieros de la compañía cuentan con una variada composición, realizando emisiones tanto a través de Falabella S.A. (la que luego puede otorgar financiamiento intercompañía) como por medio de sus filiales. Entre 2018 y 2019 se vieron dos efectos relevantes en los niveles de deuda no bancaria, el primero fue el traspaso de la filial CMR al Banco Falabella, disminuyendo los pasivos financieros y el segundo corresponde a la implementación de la IFRS 16, que generó un pasivo financiero por arrendamiento.

En los últimos años la deuda se ha visto influenciada por las presiones en la actividad de la compañía. consecuentemente, los pasivos financieros del negocio no bancario (incorporan pasivos por arrendamiento) se han incrementado desde los \$3,4 billones en 2015 hasta situarse en los \$6,0 millones en 2024, registrando su mayor aumento en 2019 y 2022 (\$4,2 billones y \$5,8 billones, respectivamente).

No obstante, al analizar la deuda financiera neta del negocio no bancario, tras alcanzar su mayor valor en 2022 (\$5,2 billones) se ha evidenciado en los siguientes años una disminución hasta los \$4,4 billones a fines de 2024, pero dicho monto se mantiene por sobre lo obtenido entre 2015-2021 (\$3,6 billones en promedio).

Al cierre del primer trimestre del presente año el stock de pasivos financieros del negocio no bancario se situó en los \$5,4 billones, mostrando una caída interanual del 12,3%, cuya disminución se profundiza hasta el 17,2% al considerar los niveles de caja. Lo anterior, se encuentra asociado principalmente a menores necesidades de financiamiento de capital de trabajo y una estrategia de desapalancamiento, que ocasionó una caída del 47,2% en los pasivos bancarios, seguido por una baja del 9,3% en los bonos corporativos, mientras que los pasivos por arrendamiento se incrementaron un 9,9%.

A igual fecha, los pasivos financieros de los negocios no bancarios se encuentran concentrados en el largo plazo (89,0%), estando asociados mayoritariamente a bonos (62,5%), seguido por pasivos por arrendamiento (25,7%), préstamos bancarios (10,5%) y, en menor medida, por otros pasivos (1,3%).

La base patrimonial de Falabella ha mantenido un comportamiento dispar, con caídas en 2018 y 2020, y con efectos contables considerando que en 2023 el directorio de la compañía cambió la política contable de valorización de sus propiedades de inversión a partir de dicho año inclusive. Ello, consideró que se modificaría desde la contabilización bajo el modelo del costo (hasta el 31 de diciembre de 2022) hacia un modelo de valor

razonable conforme a lo permitido por la NIC 40 “propiedades de inversión”. Además, en 2024 se registró una recuperación en las entidades y resultados integrales.

Así, la base patrimonial de los negocios no bancarios de la entidad se incrementó desde los \$ 4,2 billones al cierre de 2015 hasta situarse en los \$6,5 billones a diciembre de 2024 (\$5,8 billones en 2023). A marzo de 2025, se observó un crecimiento del 1,6% en comparación al cierre del año anterior, alcanzando los \$6,6 billones, debido a las mayores utilidades del periodo que permitieron compensar las pérdidas provenientes de algunos ítems del resultado integral, principalmente por diferencias de cambio de conversión.

Consecuentemente, el leverage financiero tras mantenerse entre las 0,8 y 0,9 veces durante 2015-2019 se incrementó hasta la 1 vez durante 2020 y 2023, exceptuando 2022 (1,1 vez). Posteriormente se ha observado una disminución situándose en las 0,8 veces a marzo de 2025 (0,9 veces a diciembre de 2024). Al analizar el leverage financiero neto este mantiene un comportamiento similar situándose en las 0,6 veces al primer trimestre de 2025 (0,7 veces a fines de 2024), cifra por debajo lo registrado durante el periodo analizado.

Respecto al cumplimiento de los covenants se puede apreciar a marzo de 2025 que la entidad mantiene holgura considerando que, bajo la forma cálculo estipulado en los respectivos contratos, debe mantener un nivel de endeudamiento para la serie J por debajo del nivel de endeudamiento financiero máximo establecido (deuda máxima \$13,6 billones en comparación con \$2,8 billones de nivel de endeudamiento), mientras que para el resto de las series de bonos debe mantener un endeudamiento por debajo de la 1,3 veces (0,34 veces bajo el cálculo para las series M, P y S y 0,33 veces para las series Z, AC, AD, AE, AG y AK). Además, la compañía cumple con las restricciones en los bonos internacionales y otras obligaciones financieras. Asimismo, sus filiales (Sodimac y Plaza) cumplen con los covenants asociado a sus respectivas emisiones de bonos en el mercado local.

Los indicadores de cobertura ajustados –considerando únicamente el negocio no bancario, con un Ebitda que incorpora los dividendos bancarios y los resultados de negocios que no consolidan–, presentaron presiones durante los años 2022 y 2023, debido a una menor generación de Ebitda por bajos resultados del segmento retail. Esto, en conjunto con el aumento de deuda, deterioró los indicadores de cobertura, que anteriormente (entre 2016 y 2021) promediaban 3,6 veces en el ratio deuda financiera neta sobre Ebitda ajustado y 5,1 veces en la cobertura de Ebitda ajustado sobre gastos financieros.

Durante 2024, estos indicadores mostraron una recuperación asociada a una mayor generación de Ebitda ajustado y una caída los niveles de deuda neta. Así, el ratio de deuda financiera neta sobre Ebitda ajustado se ubicó en 3,7 veces (6,5 veces a fines de 2023), mientras que la cobertura de Ebitda ajustado sobre gastos financieros ajustados alcanzó las 3,4 veces (2,1 veces en 2023).

A marzo de 2025, se mantuvo una tendencia positiva, con la deuda financiera neta sobre Ebitda ajustado situándose en 3,3 veces y la cobertura sobre gastos financieros en 3,7 veces.

Feller Rate considera que la compañía mantendrá una estrategia financiera conservadora, con un enfoque en eficiencias operativas y adaptarse a las necesidades del cliente, que en conjunto con un escenario de mejor actividad en los segmentos en donde opera permitiría mantener la recuperación en los indicadores de cobertura.

LIQUIDEZ: SATISFACTORIA

Falabella S.A. mantiene una liquidez clasificada como "Satisfactoria". Ello, a marzo de 2025, considera un nivel de caja por \$1.088.601 millones, sumado a una generación anualizada de FCNOA por \$992.998 millones y un Ebitda ajustado anualizado por \$1.300.077 millones para los negocios no bancarios, en comparación a vencimientos de corto plazo por \$591.753 millones, de los cuales corresponden \$322.521 millones en préstamos bancarios, principalmente asociados al financiamiento de capital de trabajo, \$126.109 millones son por pasivos por arrendamiento y \$76.632 millones en bonos corporativos.

Además, el análisis de la liquidez considera que la compañía mantenga una adecuada ejecución de su plan de inversiones conforme al presupuesto, sumado a su política de dividendos. Ello, sumado al amplio acceso al mercado financiero que se ha demostrado en los últimos años con emisiones de bonos en el mercado local e internacional, junto con una deuda financiera estructurada principalmente en el largo plazo.

CLASIFICACIÓN DE TÍTULOS ACCIONARIOS: PRIMERA CLASE NIVEL 2

La clasificación de las acciones de la compañía a "Primera Clase Nivel 2" refleja una combinación entre su posición de solvencia y factores como la liquidez de los títulos, aspectos de gobiernos corporativos y de transparencia.

Los principales accionistas de la compañía son las familias Solari y Del Río, quienes en conjunto mantenían un 66,63% de la propiedad a diciembre de 2024. Falabella dispone de una elevada capitalización bursátil, con una presencia ajustada consistentemente en torno al 100%. Adicionalmente, evidencia una rotación mayo de 2025 de un 32,77%, por la alta concentración de la propiedad.

El Directorio de la compañía está conformado por 9 miembros, de los cuales dos tiene el carácter de independiente. En conformidad con el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046 y la Circular N° 1.526 de la Superintendencia de Valores y Seguros, la empresa cuenta con un Comité de Directores donde participa su director independiente.

Respecto de la disponibilidad de información, posee un área de relación con los inversionistas y publica en su página web información significativa y abundante, como memorias anuales, estados financieros trimestrales, presentaciones de resultados, estadísticas operacionales, hechos esenciales, prospectos de emisión y actas de juntas de accionistas.

	25 Octubre 2022	26 Julio 2023	22 Noviembre 2023	26 julio 2024	21 Noviembre 2024	21 Julio 2025
Solvencia	AA	AA	AA-	AA-	AA-	AA-
Perspectivas	Estables	Negativas	Negativas	Negativas	Estables	Estables
Líneas de Bonos	AA	AA	AA-	AA-	AA-	AA-
Acciones	1ª Clase Nivel 1	1ª Clase Nivel 1	1ª Clase Nivel 2	1ª Clase Nivel 2	1ª Clase Nivel 2	1ª Clase Nivel 2

RESUMEN FINANCIERO - NEGOCIO NO BANCARIO

Cifras en millones de pesos

	2019 ⁽¹⁾	2020 ⁽¹⁾	2021 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2023 ⁽¹⁾	2024 ⁽¹⁾	Mar. 2024 ⁽¹⁾	Mar. 2025 ⁽¹⁾
Ingresos Operacionales	8.053.583	8.281.050	10.335.384	10.464.385	9.355.115	10.322.104	2.392.526	2.653.179
Ebitda ⁽²⁾	787.520	618.904	1.229.951	752.897	675.215	1.147.047	228.407	335.916
Ebitda Ajustado ⁽³⁾	846.521	725.775	1.295.418	804.193	729.732	1.188.137	234.013	345.953
Resultado Operacional	390.368	198.058	805.172	356.861	260.981	724.412	122.487	234.676
Ingresos Financieros	27.401	67.907	124.517	61.816	46.977	102.808	28.765	20.761
Gastos Financieros	-209.911	-254.511	-234.462	-309.850	-350.425	-350.758	-90.389	-94.038
Ganancia (Pérdida) del Ejercicio	122.884	-93.038	454.395	132.440	147.956	430.508	35.178	129.451
Flujo Caja Neto de la Operación (FCNO)	782.589	781.630	333.005	239.535	993.238	893.908	-92.203	6.888
Flujo Caja Neto de la Operación Ajustado (FCNOA) ⁽⁴⁾	782.589	781.630	333.005	239.535	993.238	893.908	-92.203	6.888
FCNO Libre de Intereses Netos y Dividendos Pagados ⁽⁵⁾	645.370	619.993	208.960	77.438	798.747	708.144	-135.995	-33.615
Inversiones en Activos fijos Netas	-608.425	-437.787	-398.148	-436.379	-388.494	-194.714	-60.448	-33.501
Inversiones en Acciones	-22.150	-43.487	-60.361	-31.060	-20.890	-27.117	-7.328	-6.780
Flujo de Caja Libre Operacional	14.795	138.719	-249.549	-390.002	389.362	486.313	-203.771	-73.895
Dividendos pagados	-212.542	-108.031	-93.063	-255.958	-9.033	-59.642	-2.968	-55.498
Flujo de Caja Disponible	-197.747	30.688	-342.613	-645.960	380.330	426.671	-206.739	-129.393
Movimiento en Empresas Relacionadas	-8.248	-2.048	-7.930	-22.384	9.167	12.917	7.140	2.378
Otros movimientos de inversiones	13.066	9.478	46.408	17.476	14.084	19.619	6.919	-100
Flujo de Caja Antes de Financiamiento	-192.928	38.118	-304.135	-650.867	403.580	459.206	-192.680	-127.115
Variación de capital patrimonial	16.252	4.959	18.256	21.888	-154.164	312.403	3.608	
Variación de deudas financieras	-247.626	663.030	1.351.943	666.418	-185.062	-266.753	-5.859	-413.242
Otros movimientos de financiamiento	32.204	-100.407	20.314	-20.862	12.359	18.381	62.301	-34.950
Financiamiento con EERR			-1.753.763					
Flujo de Caja Neto del Ejercicio	-392.098	605.700	-667.385	16.578	76.713	523.237	-132.631	-575.306
Caja Inicial	692.063	610.494	1.200.650	607.495	1.001.106	1.115.148	1.081.559	1.650.236
Caja Final	299.965	1.216.194	533.266	624.073	1.077.819	1.638.385	948.928	1.074.929
Caja y equivalentes	302.326	1.222.509	536.897	652.308	1.096.251	1.643.655	951.321	1.088.601
Cuentas por Cobrar Clientes	514.873	422.167	404.234	434.942	480.381	567.723	498.730	503.758
Cuentas por Cobrar a Empresas Relacionadas	44.177	47.216	49.710	60.874	63.356	49.044	75.312	45.844
Inventario	1.332.854	1.161.245	1.867.794	1.951.392	1.538.539	1.684.565	1.596.252	1.785.005
Deuda Financiera ⁽⁶⁾	4.240.488	4.694.081	4.726.600	5.825.793	5.823.916	6.007.740	6.125.699	5.373.554
Activos Clasificados para la venta	17.371	29.095	38.129	39.185	78.601	235.811	78.856	231.581
Activos Totales	11.093.269	11.462.420	12.147.932	13.544.391	14.355.432	15.795.280	14.878.329	14.988.530
Pasivos Totales	6.472.850	6.941.970	7.289.913	8.336.630	8.588.650	9.306.512	8.774.722	8.396.051
Patrimonio + Interés Minoritario	4.620.419	4.520.450	4.858.019	5.207.761	5.766.782	6.488.768	6.103.607	6.592.479

(1) Filial CMR se incorporó en el Banco Falabella, desconsolidándola de los negocios no bancarios.

(2) Ebitda = Resultado Operacional más depreciación y amortización.

(3) Ebitda Ajustado = Ebitda de los negocios no bancarios + participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas que se contabilicen utilizando el método de participación + dividendos de Banco Falabella.

(4) Flujo de caja de la operación antes de intereses netos.

(5) Cifras estimadas por Feller Rate sobre la base de reportes de flujo de caja neto operacional presentado por la compañía antes de los dividendos pagados y descontados los intereses netos del periodo.

(6) Deuda Financiera = Incluye otros pasivos financieros corrientes y no corrientes y pasivos por arrendamiento desde 2019.

PRINCIPALES INDICADORES FINANCIEROS- NEGOCIO NO BANCARIO

	2019 ⁽¹⁾	2020 ⁽¹⁾	2021 ⁽¹⁾	2022 ⁽¹⁾	2023 ⁽¹⁾	2024 ⁽¹⁾	Mar. 2024 ⁽¹⁾	Mar. 2025 ⁽¹⁾
Margen Bruto	32,5%	30,1%	31,8%	31,1%	31,3%	33,7%	32,4%	34,5%
Margen Operacional (%)	4,8%	2,4%	7,8%	3,4%	2,8%	7,0%	5,1%	8,8%
Margen Ebitda ⁽³⁾ (%)	9,8%	7,5%	11,9%	7,2%	7,2%	11,1%	9,5%	12,7%
Margen Ebitda Ajustado ⁽⁴⁾ (%)	10,5%	8,8%	12,5%	7,7%	7,8%	11,5%	9,8%	13,0%
Rentabilidad Patrimonial (%)	2,7%	-2,1%	9,4%	2,5%	2,6%	6,6%	3,7%	8,0%
Costo/Ventas	67,5%	69,9%	68,2%	68,9%	68,7%	66,3%	67,6%	65,5%
Gav/Ventas	27,7%	27,7%	24,0%	27,6%	28,5%	26,7%	27,3%	25,7%
Días de Cobro	23,0	18,4	14,1	15,0	18,5	19,8	19,0	17,1
Días de Pago	73,6	71,3	66,3	52,5	71,1	84,4	68	74,6
Días de Inventario	88,3	72,2	95,4	97,4	86,2	88,6	89,2	92,3
Endeudamiento total	1,4	1,5	1,5	1,6	1,5	1,4	1,4	1,3
Endeudamiento financiero	0,9	1,0	1,0	1,1	1,0	0,9	1,0	0,8
Endeudamiento Financiero Neto	0,9	0,8	0,9	1,0	0,8	0,7	0,8	0,6
Deuda Financiera / Ebitda (vc)	5,4	7,6	3,8	7,7	8,6	5,2	7,8	4,3
Deuda Financiera / Ebitda Ajustado ⁽⁴⁾ (vc)	5,0	6,5	3,6	7,2	8,0	5,1	7,3	4,1
Deuda Financiera Neta / Ebitda (vc)	5,0	5,6	3,4	6,9	7,0	3,8	6,6	3,4
Deuda Financiera Neta / Ebitda Ajustado ⁽⁴⁾ (vc)	4,7	4,8	3,2	6,4	6,5	3,7	6,1	3,3
Ebitda /Gastos Financieros (vc)	3,8	2,4	5,2	2,4	1,9	3,3	2,3	3,5
Ebitda Ajustado /Gastos Financieros ⁽⁴⁾ (vc)	4,0	2,9	5,5	2,6	2,1	3,4	2,4	3,7
FCNOA/ Deuda Financiera (%)	18,5%	16,7%	7,0%	4,1%	17,1%	14,9%	12,2%	18,5%
FCNOA/ Deuda Financiera Neta (%)	19,9%	22,5%	7,9%	4,6%	21,0%	20,5%	14,5%	23,2%
FCNOA/ Deuda Financiera Corriente (%)	148,6%	128,0%	55,1%	22,2%	216,8%	120,9%	96,1%	167,8%
Liquidez Corriente (vc)	1,2	1,4	1,3	1,3	1,6	1,5	1,5	1,6

n.d.: No disponible.

(1) Filial CMR se incorporó en el Banco Falabella, desconsolidándola de los negocios no bancarios.

(2) Indicadores se presentan anualizados cuando corresponda.

(3) Ebitda = Resultado Operacional más depreciación y amortización.

(4) Ebitda Ajustado = Ebitda de los negocios no bancarios +participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas que se contabilicen utilizando el método de participación +dividendos de Banco Falabella.

(5) Flujo de caja de la operación antes de intereses netos.

(6) Cifras estimadas por Feller Rate sobre la base de reportes de flujo de caja neto operacional presentado por la compañía antes de los dividendos pagados y descontados los intereses netos del periodo.

(7) Deuda Financiera = Incluye otros pasivos financieros corrientes y no corrientes y pasivos por arrendamiento desde 2019.

CARACTERÍSTICAS DE LOS INSTRUMENTOS

ACCIONES

Presencia Ajustada ⁽¹⁾	100,0%
Rotación ⁽¹⁾	32,77%
Free Float ⁽¹⁾	23%
Política de Dividendos	Al menos el 30%
Participación Institucionales	< 11%
Directores Independientes	Uno de un total de nueve

(1) A mayo de 2025.

LÍNEAS DE BONOS	468	579	846	847
Fecha de Inscripción	07/07/2006	16/04/2009	02/12/2016	02/12/2016
Monto Máximo de la Línea	UF 6.500.000	UF 8.000.000	UF 3.000.000	UF 3.000.000
Plazo de la Línea	30 años	30 años	10 años	30 años
Series Inscritas al Amparo	F	J	Q, R, AH, AI, AJ	S, T
Covenants	Mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del Emisor, un Nivel de Endeudamiento Financiero no superior al Nivel de Endeudamiento Financiero Máximo El Emisor y/o sus Filiales Relevantes no podrán constituir prendas e hipotecas que garanticen nuevas emisiones de Bonos o cualquier otra operación de crédito de dinero o cualquier otro crédito, en la medida que el monto total acumulado de todas las obligaciones garantizadas por el Emisor y/o sus Filiales Relevantes, exceda el cinco coma tres por ciento del Total de Activos Consolidados del Emisor.		Mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del Emisor, un Ratio de Endeudamiento Financiero, medido sobre cifras de sus Estados Financieros, no superior a uno coma tres veces. El Emisor y/o sus Filiales Relevantes no podrán constituir prendas e hipotecas que garanticen nuevas emisiones de Bonos o cualquier otra operación de crédito de dinero o cualquier otro crédito, en la medida que el monto total acumulado de todas las obligaciones garantizadas por el Emisor y/o sus Filiales Relevantes, exceda el siete coma cinco por ciento del Total de Activos Consolidados del Emisor.	
Resguardos	Suficientes	Suficientes	Suficientes	Suficientes
Garantías	No contempla	No contempla	No contempla	No contempla

LÍNEAS DE BONOS	857	858	859	1122	1123
Fecha de Inscripción	05/07/2017	05/07/2017	05/07/2017	27/10/2022	27/10/2022
Monto Máximo de la Línea	UF 10.000.000	UF 3.000.000	UF 3.000.000	UF 5.000.000	UF 5.000.000
Plazo de la Línea	30 años	10 años	10 años	10 años	10 años
Series Inscritas al Amparo	AB, AC, AE	AA, Z	AA1, Z1, AD, AF		
Covenants	Mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del Emisor, un Ratio de Endeudamiento Financiero, medido sobre cifras de sus Estados Financieros, no superior a uno coma tres veces. El Emisor y/o sus Filiales Relevantes no podrán constituir prendas e hipotecas que garanticen nuevas emisiones de Bonos o cualquier otra operación de crédito de dinero o cualquier otro crédito, en la medida que el monto total acumulado de todas las obligaciones garantizadas por el Emisor y/o sus Filiales Relevantes, exceda el siete coma cinco por ciento del Total de Activos Consolidados del Emisor.				
Resguardos	Suficientes	Suficientes	Suficientes	Suficientes	Suficientes
Garantías	No contempla	No contempla	No contempla	No contempla	No contempla

LÍNEAS DE BONOS	1131	1132	1133	1134
Fecha de Inscripción	19/12/2022	19/12/2022	21/12/2022	
Monto Máximo de la Línea	UF 5.000.000	UF 5.000.000	UF 5.000.000	UF 5.000.000
Plazo de la Línea	10 años	10 años	10 años	30 años
Series Inscritas al Amparo				AK, AL
Covenants	Mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del Emisor, un Ratio de Endeudamiento Financiero, medido sobre cifras de sus Estados Financieros, no superior a uno coma tres veces. El Emisor y/o sus Filiales Relevantes no podrán constituir prendas e hipotecas que garanticen nuevas emisiones de Bonos o cualquier otra operación de crédito de dinero o cualquier otro crédito, en la medida que el monto total acumulado de todas las obligaciones garantizadas por el Emisor y/o sus Filiales Relevantes, exceda el siete coma cinco por ciento del Total de Activos Consolidados del Emisor.			
Resguardos	Suficientes	Suficientes	Suficientes	Suficientes
Garantías	No contempla	No contempla	No contempla	No contempla

BONOS VIGENTES	M	J	P	S
Fecha de Inscripción	30/08/2014	23/04/2009	15/04/2016	07/12/2016
Al Amparo de la Línea	467	579	578	847
Monto Máximo de la Emisión	UF 6.500.000	UF 8.000.000	UF 4.500.000	UF 3.000.000
Monto Colocado	UF 3.000.000	UF 3.500.000	UF 2.000.000	UF 3.000.000
Fecha vencimiento	15/07/2037	01/04/2033	15/04/2039	25/11/2039
Amortización del Capital	6 cuotas semestrales a partir del 15/01/2035	16 cuotas semestrales a partir del 01/10/2025	6 cuotas semestrales a partir del 15/10/2036	6 cuotas semestrales a partir del 25/05/2037
Tasa de Interés	3,1% anual	4,0% anual	3,0% anual	2,8% anual
Rescate Anticipado	A partir del 15/07/2017	A partir del 01.04.2016	A partir del 15/04/2019	A partir del 25/11/2019
Resguardos	Suficientes	Suficientes	Suficientes	Suficientes
Garantías	No contempla	No contempla	No contempla	No contempla

BONOS VIGENTES	AA	AG	Z	AC
Fecha de Inscripción	22/05/2020	05/08/2022	22/05/2020	22/05/2020
Al Amparo de la Línea	858	858	858	857
Monto Máximo de la Emisión	\$ 86.000 millones	UF 1.000.000	UF 3.000.000	UF 5.000.000
Monto Colocado		UF 1.000.000	UF 2.000.000	UF 5.000.000
Fecha vencimiento	15/04/2027	01/08/2028	15/04/2027	15/04/2030
Amortización del Capital	8 cuotas semestrales a partir del 15/10/2023	Bullet	8 cuotas semestrales a partir del 15/10/2023	Bullet
Tasa de Interés	3,45% anual	2,9% anual	1,5% anual	1,9% anual
Rescate Anticipado	A partir del 15/02/2022	A partir del 01/08/2024	A partir del 15/04/2022	A partir del 15/04/2023
Resguardos	Suficientes	Suficientes	Suficientes	Suficientes
Garantías	No contempla	No contempla	No contempla	No contempla

BONOS VIGENTES	AH	AI	AJ
Fecha de Inscripción	12/12/2022	12/12/2022	12/12/2022
Al Amparo de la Línea	846	846	846
Monto Máximo de la Emisión	UF 3.000.000	\$ 104.000 millones	\$ 104.000 millones
Monto Colocado			
Fecha vencimiento	30/11/2032	30/11/2029	30/11/2032
Amortización del Capital	Bullet	Bullet	Bullet
Tasa de Interés	2,5% anual	6,3% anual	6,3% anual
Rescate Anticipado	A partir del 30/11/2025	A partir del 30/11/2025	A partir del 30/11/2025
Resguardos	Suficientes	Suficientes	Suficientes
Garantías	No contempla	No contempla	No contempla

BONOS VIGENTES	AE	AD	AF	AK
Fecha de Inscripción	11/04/2022	11/02/2022	11/02/2022	06/01/2023
Al Amparo de la Línea	857	859	859	1134
Monto Máximo de la Emisión	UF 5.000.000	UF 3.000.000	UF 3.000.000	UF 5.000.000
Monto Colocado	UF 5.000.000	UF 3.000.000		UF 5.000.000
Fecha vencimiento	01/04/2029	01/04/2027	01/04/2032	05/01/2033
Amortización del Capital	Bullet	Bullet	Bullet	Bullet
Tasa de Interés	3,3% anual	3,1% anual	3,6% anual	2,7% anual
Rescate Anticipado	A partir del 01/04/2024	A partir del 01/04/2025	A partir del 01/04/2025	A partir del 30/11/2025
Resguardos	Suficientes	Suficientes	Suficientes	Suficientes
Garantías	No contempla	No contempla	No contempla	No contempla

NOMENCLATURA DE CLASIFICACIÓN

CLASIFICACIÓN DE SOLVENCIA Y TÍTULOS DE DEUDA DE LARGO PLAZO

- Categoría AAA: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con la más alta capacidad de 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.
- Categoría AA: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una muy alta capacidad de 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.
- Categoría A: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una buena capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, pero ésta es susceptible de deteriorarse levemente ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.
- Categoría BBB: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una suficiente capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, pero ésta es susceptible de debilitarse ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.
- Categoría BB: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con capacidad para el pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, pero ésta es variable y susceptible de deteriorarse ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía, pudiendo incurrirse en retraso en el pago de intereses y el capital.
- Categoría B: Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con el mínimo de capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, pero ésta es muy variable y susceptible de deteriorarse ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía, pudiendo incurrirse en pérdida de intereses y capital.

- Categoría C: Corresponde a aquellos instrumentos que no cuentan con capacidad suficiente para el pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, existiendo alto riesgo de pérdida de pérdida capital y de intereses.
- Categoría D: Corresponde a aquellos instrumentos que no cuentan con capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, y que presentan incumplimiento efectivo de pago de intereses y capital, o requerimiento de quiebra en curso.
- Categoría E: Corresponde a aquellos instrumentos cuyo emisor no posee información suficiente o representativa para el período mínimo exigido y además no existen garantías suficientes.

Adicionalmente, para las categorías de riesgo entre AA y B, la Clasificadora utiliza la nomenclatura (+) y (-), para otorgar una mayor graduación de riesgo relativo.

TÍTULOS DE DEUDA DE CORTO PLAZO

- Nivel 1 (N-1): Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con la más alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados.
- Nivel 2 (N-2): Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una buena capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados.
- Nivel 3 (N-3): Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con una suficiente capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados.
- Nivel 4 (N-4): Corresponde a aquellos instrumentos cuya capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, no reúne los requisitos para clasificar en los niveles N-1, N-2 o N-3.
- Nivel 5 (N-5): Corresponde a aquellos instrumentos cuyo emisor no posee información representativa para el período mínimo exigido para la clasificación, y además no existen garantías suficientes.

Adicionalmente, para aquellos títulos con clasificaciones en Nivel 1, Feller Rate puede agregar el distintivo (+).

Los títulos con clasificación desde Nivel 1 hasta Nivel 3 se consideran de "grado inversión", al tiempo que los clasificados en Nivel 4 como de "no grado inversión" o "grado especulativo".

ACCIONES

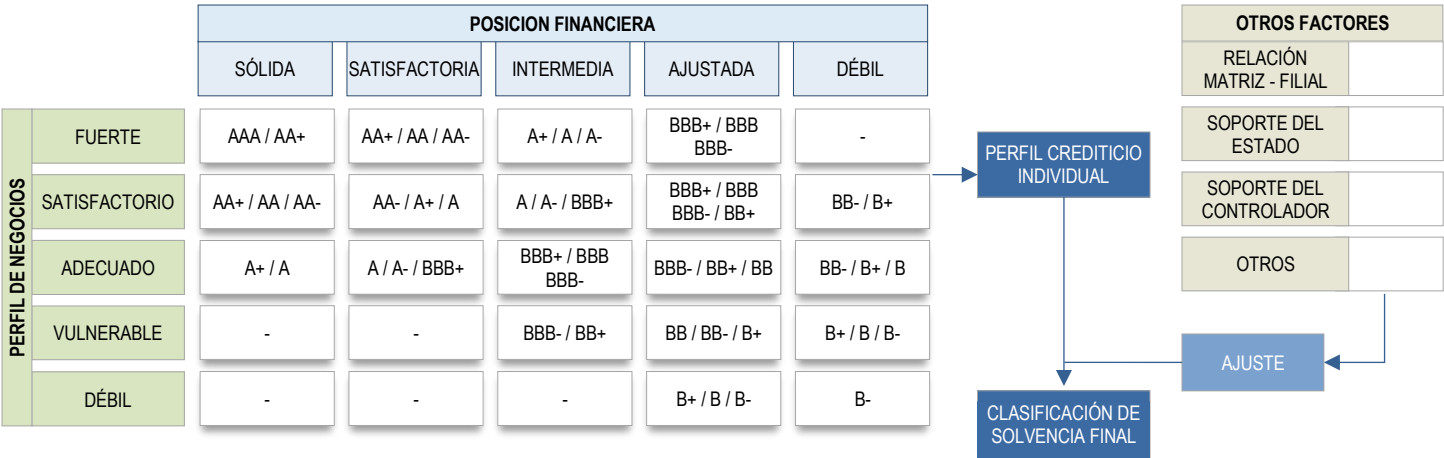
- Primera Clase Nivel 1: Títulos con la mejor combinación de solvencia y otros factores relacionados al título accionario o su emisor.
 - Primera Clase Nivel 2: Títulos con una muy buena combinación de solvencia y otros factores relacionados al título accionario o su emisor.
 - Primera Clase Nivel 3: Títulos con una buena combinación de solvencia y otros factores relacionados al título accionario o su emisor.
 - Primera Clase Nivel 4: Títulos accionarios con una razonable combinación de solvencia, y otros factores relacionados al título accionario o su emisor.
 - Segunda Clase (o Nivel 5): Títulos accionarios con una inadecuada combinación de solvencia y otros factores relacionados al título accionario o su emisor.
- Sin Información Suficiente: Títulos accionarios cuyo emisor no presenta información representativa y válida para realizar un adecuado análisis.

DESCRIPTORES DE LIQUIDEZ

- Sólida: La empresa cuenta con una posición de liquidez que le permite incluso ante un escenario de stress severo que afecte las condiciones económicas, de mercado u operativas cumplir con el pago de sus obligaciones financieras durante los próximos 12 meses.
- Satisfactoria: La empresa cuenta con una posición de liquidez que le permite cumplir con holgura el pago de sus obligaciones financieras durante los próximos 12 meses. Sin embargo, ésta es susceptible de debilitarse ante un escenario de stress severo que afecte las condiciones económicas, de mercado u operativas.
- Intermedia: La empresa cuenta con una posición de liquidez que le permite cumplir con el pago de sus obligaciones financieras durante los próximos 12 meses. Sin embargo, ésta es susceptible de debilitarse ante un escenario de stress moderado que afecte las condiciones económicas, de mercado u operativas.
- Ajustada: La empresa cuenta con una posición de liquidez que le permite mínimamente cumplir con el pago de sus obligaciones financieras durante los próximos 12 meses. Sin embargo, ésta es susceptible de debilitarse ante un pequeño cambio adverso en las condiciones económicas, de mercado u operativas.
- Débil: La empresa no cuenta con una posición de liquidez que le permita cumplir con el pago de sus obligaciones financieras durante los próximos 12 meses.

MATRIZ DE RIESGO CREDITICIO INDIVIDUAL Y CLASIFICACIÓN FINAL

La matriz presentada en el diagrama entrega las categorías de riesgo indicativas para diferentes combinaciones de perfiles de negocio y financieros. Cabe destacar que éstas se presentan sólo a modo ilustrativo, sin que la matriz constituya una regla estricta a aplicar.



EQUIPO DE ANÁLISIS:

- Felipe Pantoja – Analista principal
- Esteban Sánchez – Analista secundario
- Nicolás Martorell – Director Senior

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 pública remitida a la Comisión para el Mercado Financiero, a las bolsas de valores y en aquella que voluntariamente aportó el emisor, no siendo responsabilidad de la clasificadora la verificación de la autenticidad de la misma.

La información presentada en estos análisis proviene de fuentes consideradas altamente confiables. Sin embargo, dada la posibilidad de error humano o mecánico, Feller Rate no garantiza la exactitud o integridad de la información y, por lo tanto, no se hace responsable de errores u omisiones, como tampoco de las consecuencias asociadas con el empleo de esa información. Las clasificaciones de Feller Rate son una apreciación de la solvencia de la empresa y de los títulos que ella emite, considerando la capacidad que ésta tiene para cumplir con sus obligaciones en los términos y plazos pactados.