



## Sodimac S.A.

Anual y Cambio de Tendencia de Clasificación

ANALISTAS:  
Laura Ponce  
Paula Acuña  
Aldo Reyes  
[laura.ponce@humphreys.cl](mailto:laura.ponce@humphreys.cl)  
[paula.acuna@humphreys.cl](mailto:paula.acuna@humphreys.cl)

FECHA  
Agosto 2025

Isidora Goyenechea 3621, Piso 16, Las Condes, Santiago, Chile

Fono (+56) 2 2433 5200 • [ratings@humphreys.cl](mailto:ratings@humphreys.cl)

 Humphreys Clasificadora De Riesgo •  [@humphreyschile](https://twitter.com/humphreyschile)

Categoría de riesgo <sup>1</sup>	
Tipo de instrumento	Categoría

Línea de bonos y bonos Tendencia	<b>AA-</b> <b>Estable<sup>2</sup></b>
EEFF base	30 de junio de 2025 <sup>3</sup>

Líneas de deuda vigentes	
Línea de bonos	<b>Nº 677 de 09.09.2011</b>
Serie K (BSODI-K)	<b>Primera emisión</b>

MM\$ de cada año	Estados de Resultados Consolidados IFRS					
	2020	2021	2022	2023	2024	jun-25
Ingresos de activ. ordinarias	2.290.251	3.255.724	2.957.797	2.364.993	2.422.084	1.305.176
Costo de ventas	-1.576.085	-2.235.218	-2.082.240	-1.697.824	-1.714.508	-924.192
Ganancia bruta	714.166	1.020.506	875.558	667.169	707.576	380.984
Gastos de administración <sup>4</sup>	-585.680	-685.212	-750.934	-670.763	-665.635	-346.607
Resultado operacional	128.486	335.295	124.624	-3.594	41.941	34.376
Costos financieros	-51.143	-36.510	-59.449	-52.107	-43.517	-26.747
<b>Utilidad del ejercicio</b>	<b>61.246</b>	<b>228.951</b>	<b>52.080</b>	<b>-44.529</b>	<b>617</b>	<b>9.795</b>
EBITDA <sup>5</sup>	225.053	437.550	234.564	113.884	162.953	94.345

MM\$ de cada año	Estados de Situación Financiera Consolidados IFRS					
	2020	2021	2022	2023	2024	jun-25
Activos corrientes	717.143	777.850	685.948	492.678	580.591	563.516
Activos no corrientes	892.351	931.207	1.064.607	1.064.346	1.048.693	1.027.724
<b>Total activos</b>	<b>1.609.494</b>	<b>1.709.057</b>	<b>1.750.555</b>	<b>1.557.024</b>	<b>1.629.284</b>	<b>1.591.240</b>
Pasivos corrientes	500.392	521.993	546.655	423.096	571.388	487.541
Pasivos no corrientes	875.669	903.741	1.032.819	998.917	925.629	962.633
<b>Total Pasivos</b>	<b>1.376.061</b>	<b>1.425.735</b>	<b>1.579.473</b>	<b>1.422.013</b>	<b>1.497.017</b>	<b>1.450.174</b>

<sup>1</sup> Metodología aplicada: Metodología Clasificación de Riesgo Corporaciones (29-02-2024).

<sup>2</sup> Tendencia Anterior: En Observación.

<sup>3</sup> El presente informe se preparó sobre la base de los estados financieros terminados al 31 de marzo de 2025. Para efectos de presentación se han incorporado los estados financieros al 30 de junio de 2025 recientemente publicados, los cuales, de acuerdo con los análisis previamente efectuados, no afectan la categoría de riesgo asignada. Cabe destacar que el proceso de clasificación de **Humphreys** está basado en los aspectos estructurales del emisor, con un enfoque de largo plazo, por lo cual los resultados de un ejercicio en particular no afectan, necesariamente, la opinión de la clasificadora.

<sup>4</sup> Gasto de administración y venta: Incluye costos de distribución, gasto de administración, otros gastos por función y otras ganancias (pérdidas).

<sup>5</sup> "Resultado operacional" + "Depreciación" + "Amortización".

Patrimonio	233.433	283.322	171.081	135.011	132.267	141.066
<b>Total patrimonio y pasivos</b>	<b>1.609.494</b>	<b>1.709.057</b>	<b>1.750.555</b>	<b>1.557.024</b>	<b>1.629.284</b>	<b>1.591.240</b>
Deuda financiera <sup>6</sup>	734.060	772.773	868.019	853.359	864.779	867.586
Deuda Financiera sin arrendamientos	101.236	84.402	57.884	55.296	48.833	53.601
Pasivos por arrendamientos	632.824	688.370	810.135	798.063	815.945	813.985

## Opinión

### Fundamentos de la clasificación

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

La compañía posee 87 puntos de ventas distribuidos a lo largo de Chile. A junio de 2025, generó ingresos del orden de \$ 1.395.175 millones y un EBITDA en torno a \$ 94.345 millones. La deuda financiera de la sociedad, a junio de 2025, ascendía a \$ 867.586 millones para un patrimonio contable de \$ 141.066 millones.

El cambio de tendencia de los títulos de deuda de **Sodimac**, desde “En Observación” a “Estable” obedece a un incremento de los resultados de la compañía, tras los bajos desempeños que experimentó la industria en períodos previos. En efecto, desde el cuarto trimestre de 2024 el emisor ha registrado un aumento de sus ingresos y una recuperación en sus utilidades, lo que se tradujo en un alza del patrimonio de un 8,7% respecto a diciembre de 2024. Asimismo, la tendencia decreciente que venían registrando las rentabilidades anuales de los activos, que en 2023 alcanzaron su nivel más bajo con un 6,8%, se ha estabilizado en torno al 9,0% en los últimos doce meses.

Entre las principales fortalezas de **Sodimac** que la clasificación en “Categoría AA-” reconoce, destaca su sólido y claro liderazgo dentro del mercado chileno, sustentado en un fuerte reconocimiento de las marcas Sodimac y Homecenter (que siendo genérica se asocia al emisor) y en una adecuada cobertura, tanto en términos de número de puntos de venta como del mix de productos ofrecidos a los consumidores. En opinión de **Humphreys**, se estima muy poco probable que en el mediano plazo el emisor pierda el liderazgo que ostenta dentro de su industria.

Otros atributos que apoyan y complementan la clasificación de los títulos de deuda son el respaldo de S.A.C.I Falabella como controlador de la compañía, que se ubica dentro de las empresas del *retail* más importantes de Sudamérica y el exitoso desarrollo de la estrategia de negocios de **Sodimac**.

Junto con lo anterior, si bien Sodimac Chile no consolida las operaciones que esta misma marca posee en Argentina, Perú, Colombia, Brasil y Uruguay, sí sucede que, por formar todas ellas parte de S.A.C.I. Falabella, en la

<sup>6</sup> Considera las cuentas “Otros pasivos financieros, corrientes” + “Otros pasivos financieros, no corrientes” + “Pasivos por arrendamiento financiero corriente y no corriente”.

práctica muchas de las adquisiciones de productos para la venta se realizan de forma conjunta, permitiéndole acceder a importantes economías de escala.

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

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

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

Otro factor de riesgo propio del sector es la sensibilidad de su demanda a períodos económicos contractivos, en especial de aquellos segmentos altamente ligados a la construcción, actividad con fuertes características pro-cíclicas y que, por tanto, experimenta profundos descensos en épocas recesivas. Asimismo, el rubro de venta al detalle, orientado al mercado familiar, también se ve resentido en tales períodos, básicamente por tratarse de productos que no son de primera necesidad, tal como se ha observado en los últimos años.

En el ámbito de ESG<sup>7</sup>, Sodimac, a partir de 2006 cuenta con un programa de sostenibilidad basado en tres pilares (crecimiento, sostenibilidad y rentabilidad), con un equipo dedicado a fortalecer temáticas como el gobierno corporativo, trabajadores, clientes, comunidad, proveedores, medio ambiente, entre otros.

#### Resumen Fundamentos Clasificación

##### Fortalezas centrales

- Fuerte liderazgo en venta.

##### Fortalezas complementarias

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

##### Fortalezas de apoyo

- Matriz solvente y que aporta sinergia (tarjeta CMR e inversiones **Sodimac** en otros países).

##### Riesgos considerados

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

<sup>7</sup> Gobierno ambiental, social y corporativo (por sus siglas en inglés *Environmental, Social, Governance*), es un enfoque para evaluar la sostenibilidad en estos tres ámbitos

## Hechos recientes

### Resultados junio 2025

Durante el primer semestre de 2025, las ventas de la empresa totalizaron \$ 1.305.175 millones, un 7,7% superior a igual período anterior. Los ingresos de los segmentos Mejoramiento del Hogar (Sodimac) aumentaron un 8,6% y el segmento Especialista (Imperial) en un 8,6%.

Por otra parte, los costos de venta crecieron un 6,7%, de esta manera el margen bruto de la empresa aumentó en un 11,1%, representando el 29,2% de los ingresos (28,3% durante el primer semestre del año anterior).

El EBITDA de la empresa, por su parte, aumentó en 16,0% hasta \$ 94.345 millones, con lo que el margen EBITDA se situó en 7,2%, lo que se compara positivamente con el margen de 6,7% observado en junio de 2024. Finalmente, la ganancia del ejercicio llegó hasta los \$ 9.795 millones aumentando respecto al resultado negativo exhibido en junio de 2024, que llegaba a \$ 424 millones.

La deuda financiera de la empresa totalizó los \$ 867.586 millones, lo que corresponde a un incremento de 0,6% respecto de diciembre de 2024. El patrimonio alcanzó los \$ 141.066 millones mostrando un alza de 6,7% respecto de 2024.

### Resultados diciembre 2024

Durante 2024, los ingresos de explotación de **Sodimac** aumentaron en un 2,4%, alcanzando \$ 2.422.085 millones, explicado, principalmente, por el aumento de los ingresos de Mejoramiento del Hogar (Sodimac) y por el segmento Especialista (Imperial). Por su parte, los costos de explotación registraron una variación de 1,0%, superior a la del periodo anterior. Así el margen bruto aumentó un 6,1%, lo que representa una relación con los ingresos de 29,2%, menor al año anterior cuando fue de 28,2%.

Los gastos de administración y ventas llegaron a \$ 682.180 millones, un 0,4% mayor a lo registrado en 2023, debido principalmente a mayores gastos por remuneraciones.

De esta manera, el resultado operacional fue de \$ 41.941 millones, lo que representa un aumento respecto al resultado negativo de 2023. El EBITDA, por su parte, también presentó un aumento, de un 43,1%, llegando a \$ 162.9563 millones, representando un 6,7% de los ingresos, en comparación con el 4,8% registrado en 2022. La utilidad del ejercicio del período 2024 fue de \$ 617 millones.

En tanto, al cierre del ejercicio 2024, la deuda financiera cerró en \$ 864.779 millones (incluyendo pasivos por arrendamiento financieros por \$ 815.946 millones), presentando un aumento de 1,3% respecto a diciembre 2023. El patrimonio fue de \$ 132.267 millones, 2,0% inferior a diciembre de 2023, si bien durante dicho año se obtuvo utilidades contribuyendo en el fortalecimiento del patrimonio, la cuenta otras reservas exhibió un crecimiento (pasando de un valor negativo de \$ 100.827 millones a \$ 96.298 millones) situación que influyó negativamente en el patrimonio.

## Definición de categorías de riesgo

### Categoría AA

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

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

## Tendencia Estable

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

# Oportunidades y fortalezas

**Posición de mercado y reconocimiento de marca:** La compañía presenta un claro liderazgo en el mercado chileno, con una participación del 21,9%, según estimación del propio emisor (22,1% el año anterior). Para alcanzar este logro, han sido de gran importancia las marcas "Constructor" y "Sodimac", que se encuentran muy posicionadas en sus respectivos nichos y son reconocidas por los consumidores, quienes asocian fuertemente el término genérico de la categoría "Homecenter" a **Sodimac**. Cabe señalar, que el liderazgo de la compañía ha sido una constante a través del tiempo y que posee una vasta experiencia en el rubro considerando que su año de fundación fue el año 1952.

**Adecuada cobertura de ventas:** A la fecha, **Sodimac** cuenta en Chile con 73 tiendas "Homecenter" (Sodimac Homecenter, destinadas al segmento de mejoramiento del hogar; Sodimac Constructor, que atiende a contratistas, constructores y pequeñas empresas). Además, la cadena Imperial cuenta con 13 locales.

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

A nivel de grupo, durante 2024, Falabella tuvo ingresos por aproximadamente \$ 10.322 mil millones, de forma que los ingresos de **Sodimac** representaron un 23,5% del total de estos ingresos.

**Economías de escala:** Sodimac Chile solo considera las operaciones en nuestro país, pero, en la práctica, a través de S.A.C.I. Falabella, está presente en Perú, Argentina, Colombia, Uruguay, Brasil y México. De esta manera, muchas de las adquisiciones de productos para la venta se realizan de forma conjunta para los cinco países, lo que permite aumentar los volúmenes de compra y con ello acceder a mejores descuentos con sus proveedores, con el beneficio de mejorar los márgenes o simplemente ofrecer precios más competitivos a los clientes.

# Factores de riesgo

**Demandas sensibles a los ciclos:** La demanda de la industria, en particular del área empresas, está fuertemente ligada a la actividad del sector construcción, rubro que se caracteriza por una alta volatilidad ante los ciclos económicos. Por otra parte, las ventas al detalle, orientadas al mercado de personas, se ven resentidas en períodos recesivos y/o de alta inflación, en especial cuando se trata de productos prescindibles y/o durables. Sin

embargo, hay que mencionar que el impacto de las crisis del sector construcción se ve mitigado en parte por el negocio de venta al detalle, lo que diversifica en cierta medida el riesgo de la compañía. Lo anterior, se habría reflejado con la contracción del PIB de la construcción durante 2009 (-5,7%), período en que el comercio al por menor se incrementó en un 0,6%. De esta forma, la caída en el margen de explotación de **Sodimac** fue menos pronunciada (-1,0%), en línea con la caída del PIB total, que se contrajo en 1,6%.

Hasta 2023, los ingresos y márgenes de explotación de **Sodimac** se vieron afectados por la menor demanda de los hogares, en un contexto de desaceleración de la economía chilena. A diciembre de 2024 y marzo de 2025, se observa una leve recuperación tanto en los ingresos como en el margen; sin embargo, debido a la ralentización de la industria de la construcción, aún no se alcanzan los niveles previos a la pandemia.

**Intensificación de la competencia directa e indirecta:** Si bien **Sodimac** posee un marcado liderazgo en su sector, este rubro no se caracteriza aún por estar demasiado concentrado, por lo que existe la probabilidad –no menor, en opinión de **Humphreys**– de que el escenario competitivo se vea intensificado. En este contexto, se pueden mencionar las asociaciones de ferreterías Chilemat y MTS, formadas con el fin de competir de mejor manera con las grandes cadenas, cada una está compuesta por alrededor de 55 ferreteros con una cadena de 120 locales.

Adicionalmente, existen competidores directos en el área de materiales de construcción (Construmart) y de mejoramiento de hogar (Easy, de Cencosud). Por otro lado, el desarrollo tecnológico, específicamente la masificación del uso de Internet en el comercio, tal como el sitio especializado B2B “I construye”, podría llevar a un proceso de desintermediación en el mercado de bienes transables, impactando negativamente a **Sodimac**, en particular en lo relativo al segmento de empresas, en la medida que los proveedores estuviesen dispuestos a asumir el riesgo de financiamiento de estas ventas.

En el contexto competitivo del sector de mejoramiento del hogar, también existen actores mixtos que se deben considerar, como las tiendas por departamento y las grandes cadenas de supermercados, que ofrecen parte del *mix* de productos de **Sodimac**.

En línea con lo expuesto en el punto anterior, no se debe descartar que a futuro operadores extranjeros intenten llegar al mercado local, lo que podría afectar la participación de **Sodimac**. Como atenuante, cabe recordar que hace algunos años ingresó al país Home Depot, la empresa más grande de mejoramiento del hogar en Estados Unidos, pero al poco tiempo decidió retirarse del mercado, no generando entonces mayores dificultades a **Sodimac**.

## Antecedentes generales

### La compañía

**Sodimac** inició sus actividades en 1952. En 1988 se introduce el formato de venta al detalle Homecenter, y, en el transcurso de los años, se incorporan otros formatos tales como Sodimac Constructor (1992) y Homy (2009). Por otro lado, en 2007 adquiere la cadena Imperial, que distribuye maderas y tableros.

**Sodimac** es la filial de mejoramiento del hogar de Falabella, la cual controla el 100% de su propiedad a través de Inversiones y Prestaciones Venser Seis Ltda. (dueña cerca del 99,9% de **Sodimac**) e Inversiones Parmin SpA (con menos del 1%).

### Composición de los flujos

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

A la fecha, la empresa cuenta con 73 tiendas Sodimac y 13 tiendas Imperial. Respecto de su posicionamiento de mercado, en 2024 registró una participación estimada, según información del emisor, de 21,9%, incluyendo todos sus formatos, siendo el líder de la industria.

Dentro de los dos segmentos de negocios, en términos de ingresos, destaca por su elevada importancia el Mejoramiento del Hogar y materiales de construcción (Sodimac), representando un 91,9%. El segmento de negocio Especialista (Imperial) representa un 8,1% de los ingresos a marzo de 2025. La Ilustración 1 muestra la desagregación de los ingresos en los segmentos Sodimac e Imperial. En la Ilustración 2 se exhibe lo mismo para el EBITDA.

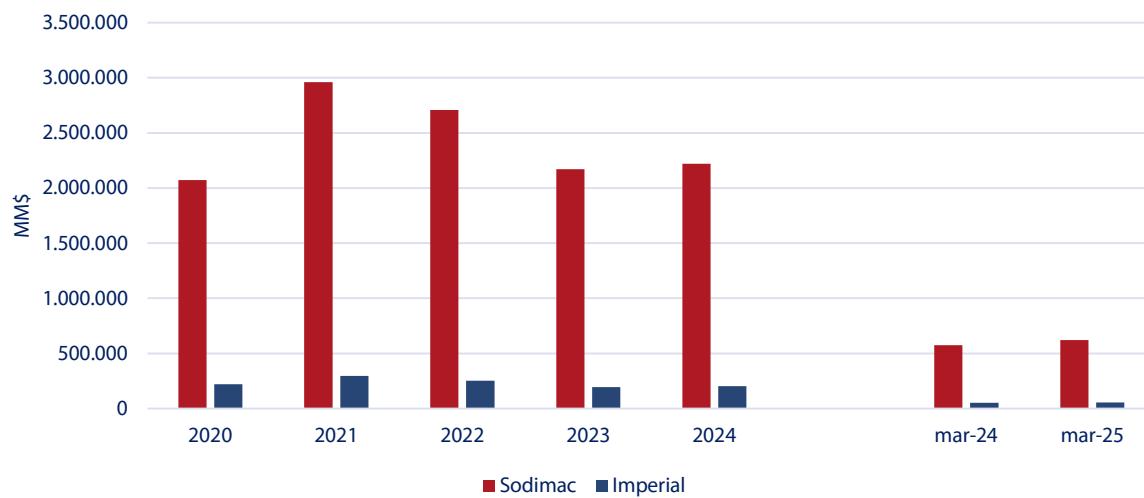


Ilustración 1: Estructura de ingresos por segmento

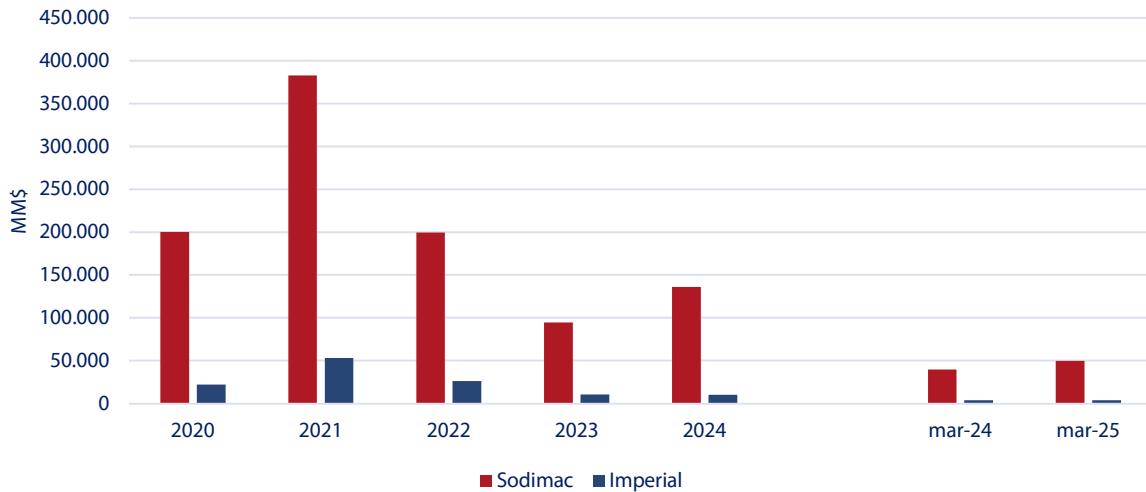


Ilustración 2: Estructura de EBITDA por segmento

## Líneas de negocio

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

### Sodimac

Este segmento se refiere a actividades de la venta de productos para la construcción y el mejoramiento del hogar, incluyendo materiales de construcción, ferretería, herramientas, accesorios para cocina, baño, jardín y decoración, entre otros, y opera bajo los formatos Sodimac Homecenter, Sodimac Constructor, Sodimac Venta Empresas, Sodimac Venta a distancia. A continuación, se presentan los distintos tipos de tienda agrupados en este segmento:

#### Venta a empresas

Es la unidad de negocios dedicada a la venta de grandes y medianas empresas del sector de la construcción y está dividida en los sectores geográficos norte, centro y sur. Estos clientes compran en grandes volúmenes, lo que permite a la empresa mejorar su posición negociadora con los proveedores.

#### Sodimac Constructor

Con cinco locales a lo largo de Chile, de los cuales uno se ubica en la Región Metropolitana y dos en la quinta región. Es el área de negocios dedicada a atender a contratistas, constructores y pequeñas empresas del área de la construcción.

Dentro de este segmento destaca la relación que se ha buscado construir con los clientes a través de iniciativas como el "Círculo de Especialistas" (CES), que cuenta con más de 800 mil socios. Dentro de este segmento son muy importantes la versatilidad y accesibilidad de los productos, así como la rapidez de la operación de compra.

#### Tiendas Homecenter

El formato Homecenter está orientado a las familias que buscan mejorar sus hogares. Actualmente, cuenta con 68 tiendas a lo largo de Chile, 23 de ellas ubicadas en la Región Metropolitana. Hoy **Sodimac** es el líder nacional en este formato, lo que se refleja en que el concepto Homecenter, pese a ser un genérico, está muy asociado a la marca Sodimac.

#### Evolución de los ingresos y EBITDA

**Sodimac**, como se mencionó, representa aproximadamente el 91,9% de los ingresos totales de la compañía a marzo de 2025, alcanzando los \$ 621.100 millones, lo que significó un incremento del 8,5% en comparación con igual período del año anterior. Por su parte, el EBITDA llegó a \$ 49.965 millones, evidenciando un aumento del 25,3% en el mismo período.

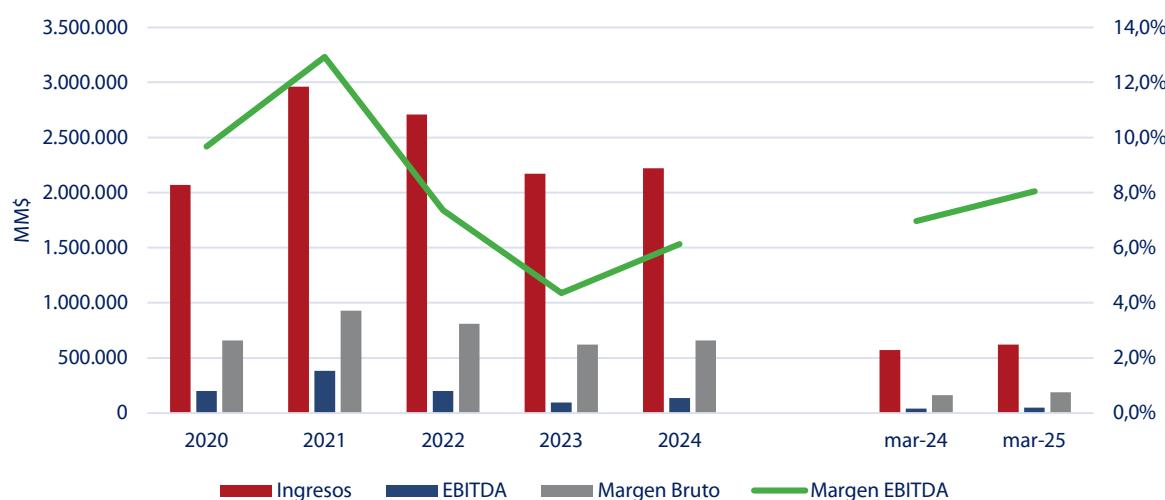


Ilustración 3: Evolución ingresos, margen EBITDA y EBITDA de segmento Sodimac

#### Imperial

Este segmento opera en el rubro de la distribución de tableros de madera, materiales de construcción, fierro, terminaciones y artículos de ferretería focalizado, principalmente en la industria mueblista, a través de la cadena Imperial.

Esta cadena es un actor del mercado especializado en la atención a mayoristas y posee un perfil distinto al de **Sodimac**, con un enfoque más de nicho y, por lo tanto, comercializa productos que muchas veces no se encuentran en su matriz, ya que responden a necesidades específicas de los compradores. A la fecha cuenta con trece tiendas.

La cadena Imperial atiende principalmente al segmento de reparación y mantención del hogar, pero las restantes unidades de negocio de **Sodimac** sirven a más de un segmento del mercado.

#### Evolución de los ingresos y EBITDA

Imperial, como ya se señaló, representa aproximadamente el 8,1% de los ingresos totales de la compañía, según datos a marzo de 2025, generando \$ 54.944 millones un 6,2% mayor a la exhibido en marzo de 2024; por otra parte, el EBITDA alcanzó un valor de \$ 3.989 millones a la misma fecha, aumentando un 4,0% con respecto al mismo período del año anterior.

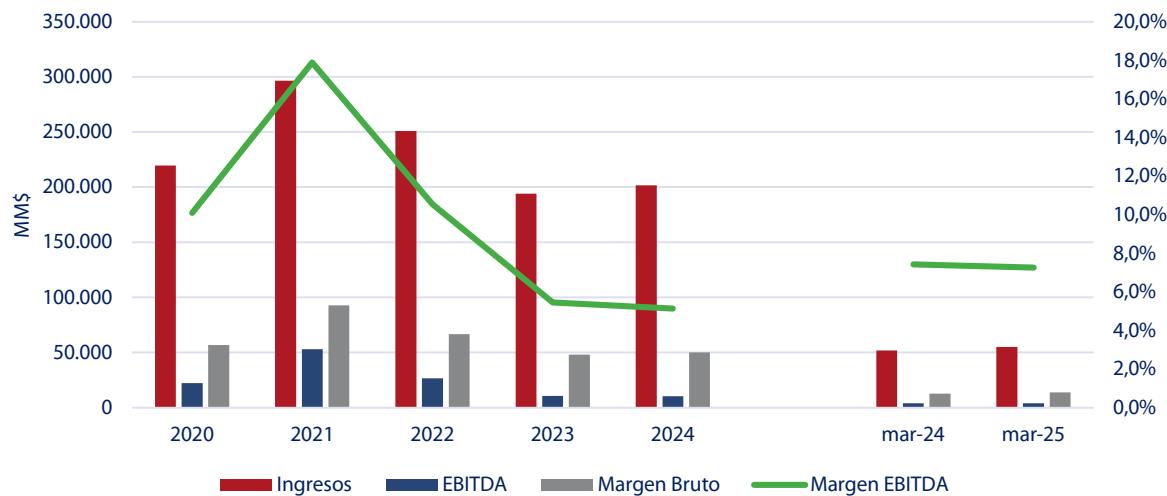


Ilustración 4: Evolución ingresos, margen EBITDA y EBITDA de segmento Imperial

## Antecedentes de la industria

En la industria de mejoramiento del hogar en Chile existen tres actores principales, entre los cuales **Sodimac** ocupa la primera posición con una participación de ventas, de acuerdo con información de la misma empresa, en torno al 21,9%. Una porción más reducida presenta las empresas Easy y Construmart.

En términos generales, esta industria en Chile posee una concentración moderada, con los principales actores del mercado siendo parte de grupos de capitales nacionales con presencia en diversos negocios del *retail* (Falabella y Cencosud). En Chile, el *retail* se encuentra mayoritariamente en manos de los grandes actores establecidos; por ello, en términos de crecimiento, un índice adecuado para observar el desarrollo de la industria corresponde a la variación del PIB del comercio. La Ilustración 5 presenta su trayectoria.

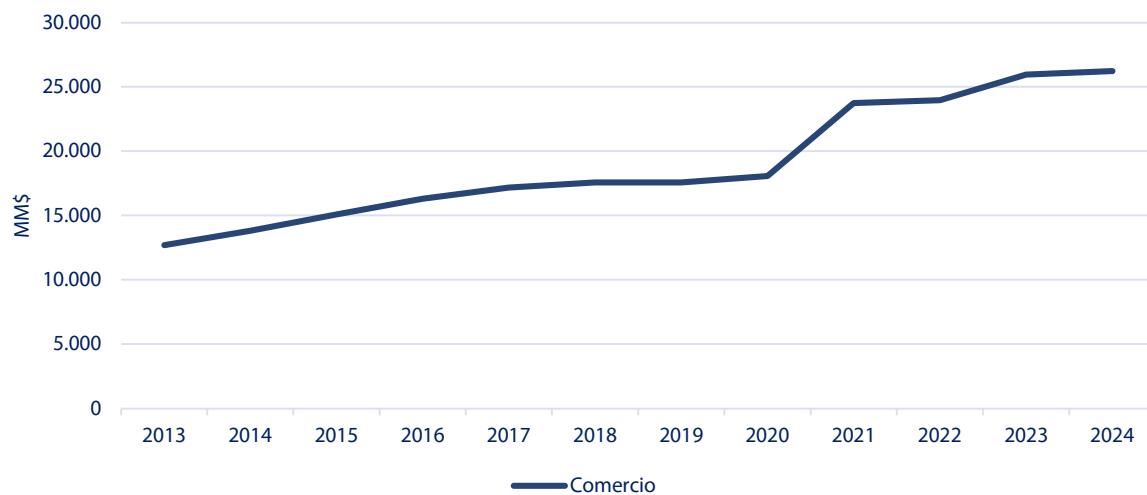


Ilustración 5: PIB Comercio

# Análisis financiero

## Evolución de los ingresos y EBITDA

Entre 2022 y mediado de 2024, en términos reales, la compañía experimenta un deterioro en sus resultados, explicado por la disminución de las ventas tanto en el segmento de mejoramiento del hogar (Sodimac) como en el segmento especialista (Imperial). A finales de 2024 se comienza a ver una leve recuperación.

A marzo de 2025, los ingresos registran un incremento real de 0,9% respecto de diciembre de 2024. En contraste, el flujo de caja operacional muestra una caída de 39,8% en el mismo periodo, principalmente debido a un mayor nivel de compras a proveedores de mercadería.

En tanto, el EBITDA registró su nivel más bajo en 2023; para posteriormente presentar leves muestras de recupero en diciembre de 2024 (empujado, en mayor medida, por el cuarto trimestre del año) y marzo de 2025 por una mejora en el resultado operacional, mientras que el margen EBITDA alcanzó a marzo de 2025 un 6,3%, superior a lo registrado en 2023 y 2024 donde hubo valores de 4,5% y 6,0%.

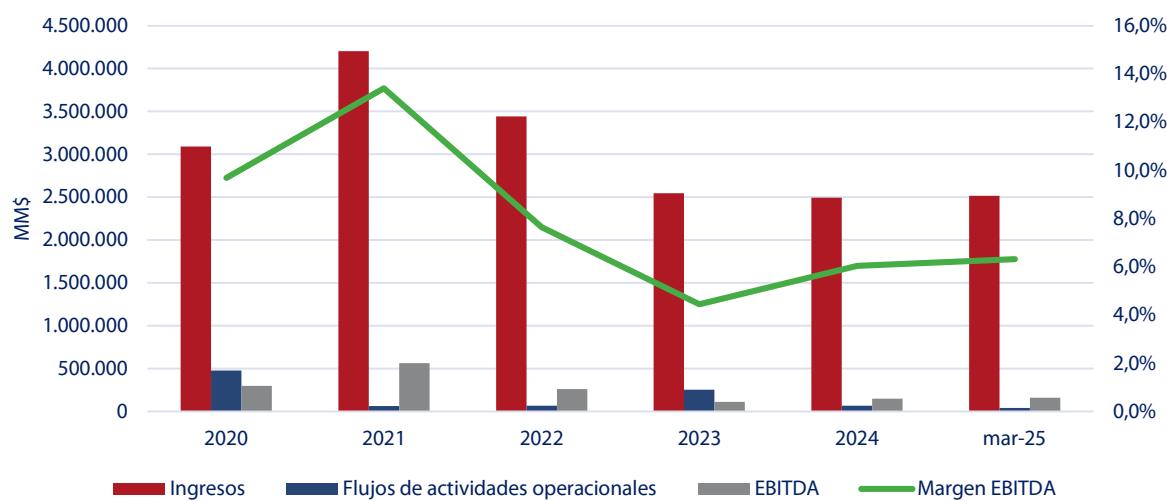


Ilustración 6: Ingresos, Flujos operacionales, EBITDA y margen EBITDA

## Evolución del endeudamiento

En la Ilustración 8 se observa la evolución del endeudamiento, medido como pasivo total sobre patrimonio, el cual tuvo una tendencia al alza hasta 2024 (año que si bien tuvo utilidades el patrimonio se vio deteriorado por efecto de la cuenta otras reservas) llegando a 10,1 veces a marzo de 2025 (inferior a lo registrado a diciembre de 2024 cuando alcanzaba las 11,3 veces). Esta reducción responde a una disminución de los pasivos totales y a un incremento del patrimonio, explicado por las utilidades obtenidas en los últimos dos trimestres, que han permitido revertir la tendencia de deterioro patrimonial.

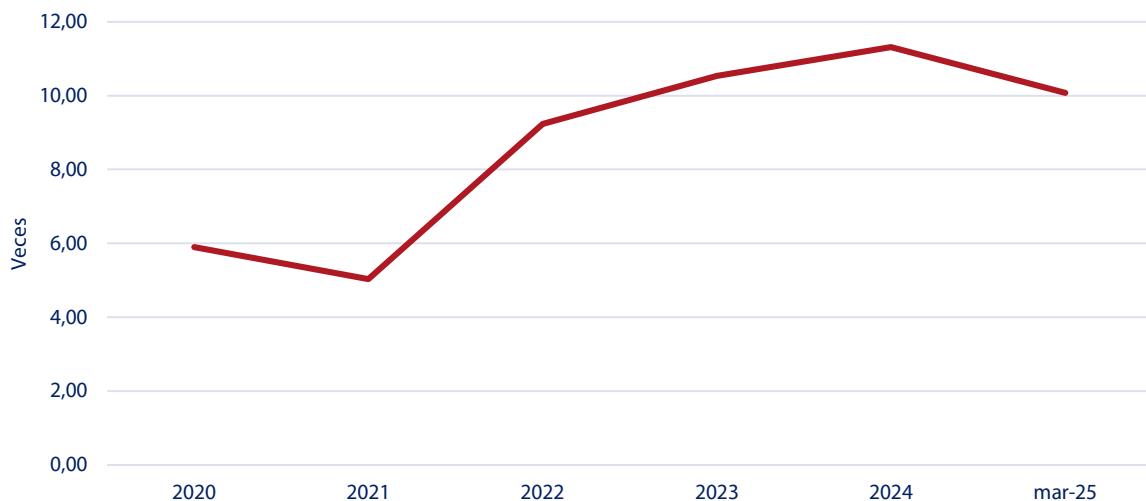


Ilustración 7: Evolución pasivo total sobre patrimonio

En marzo de 2025, la deuda financiera de **Sodimac** totalizó \$ 862.615 millones, incluyendo pasivos por arrendamientos. Tal como se aprecia en la Ilustración 8, la razón deuda financiera sobre Flujo de Caja de Largo Plazo (FCLP<sup>8</sup>) alcanzó 5,3 veces (0,3 veces sin considerar pasivos por arrendamientos financieros), mientras que la relación deuda financiera sobre EBITDA se situó en 5,4 veces. Ambos indicadores muestran una tendencia a la baja desde 2024, impulsada por el incremento en las ventas. No obstante, dicho crecimiento aún no retorna a niveles normales, debido a que la industria de la construcción acumula tres años de variaciones negativas, afectando directamente la demanda de productos.

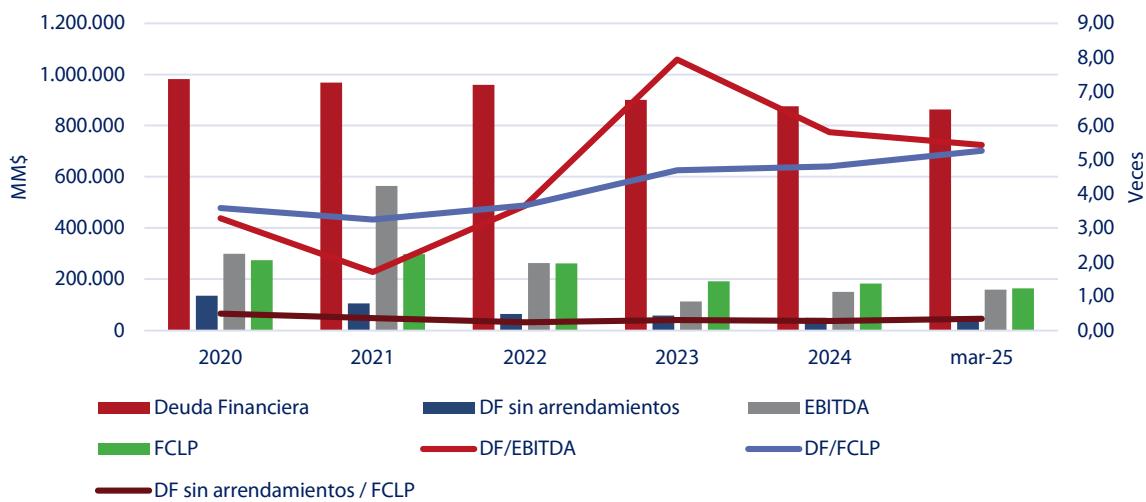


Ilustración 8: Evolución endeudamiento relativo

<sup>8</sup> El FCLP es un indicador determinado por la clasificadora que representa el flujo de caja que debiera generar el emisor como promedio en el largo plazo, antes de dividendos e inversiones, dado su comportamiento pasado y su actual estructura de activos. Es más restrictivo que el EBITDA y no responde a los resultados de un año en particular.

Por su parte, la deuda financiera mantiene un adecuado perfil de vencimientos anuales, presentando flujos de ingresos con una holgura elevada para el pago de los pasivos, lo que queda de manifiesto al contrastar el servicio anual de la deuda con los niveles de EBITDA y de Flujo de Caja de Largo Plazo tal como se aprecia en la Ilustración 9.

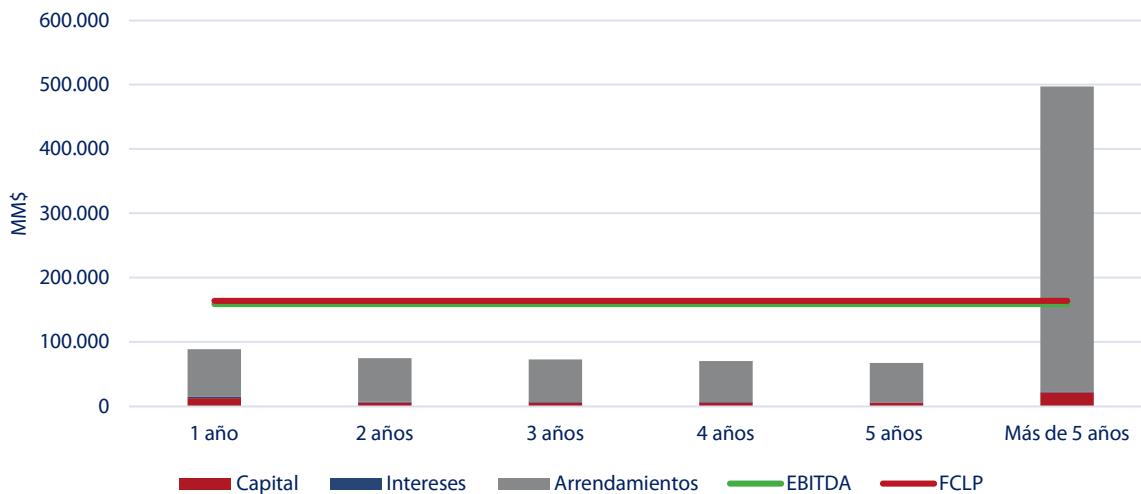


Ilustración 9: Perfil de vencimientos

## Evolución de la liquidez

En términos de liquidez, medida a través de la razón circulante, la compañía presentó una disminución sostenida en este indicador entre 2021 y 2024. En marzo de 2025, la razón circulante alcanzó 1,2 veces, superior al 1,0 registrado en diciembre de 2024, principalmente debido a una reducción en los pasivos corrientes.

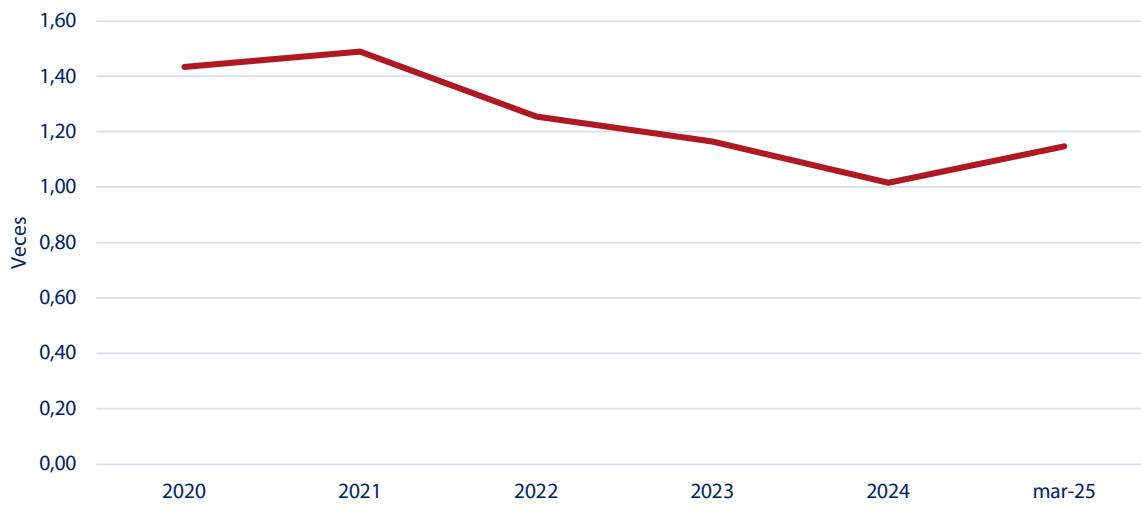


Ilustración 10: Evolución razón circulante

## Evolución de la rentabilidad

Isidora Goyenechea 3621, Piso 16, Las Condes, Santiago, Chile

Fono (+56) 2 2433 5200 • ratings@humphreys.cl

 Humphreys Clasificadora De Riesgo •  @humphreyschile

Las distintas medidas de rentabilidad mostraron una tendencia decreciente entre 2021 y 2023, alcanzando incluso valores negativos en 2023 debido a las pérdidas registradas por la compañía, principalmente asociadas a la disminución en las ventas. Sin embargo, en el último trimestre de 2024 y a marzo de 2025 la compañía reportó utilidades, lo que permitió que las rentabilidades se tornaran positivas hacia fines de 2024 y continuaran aumentando a marzo de 2025. La Ilustración 11 presenta la evolución de estos indicadores, que a dicha fecha se ubicaron en 0,5%, 2,5 % y 5,8 % para la rentabilidad total del activo, operacional y sobre el patrimonio, respectivamente.

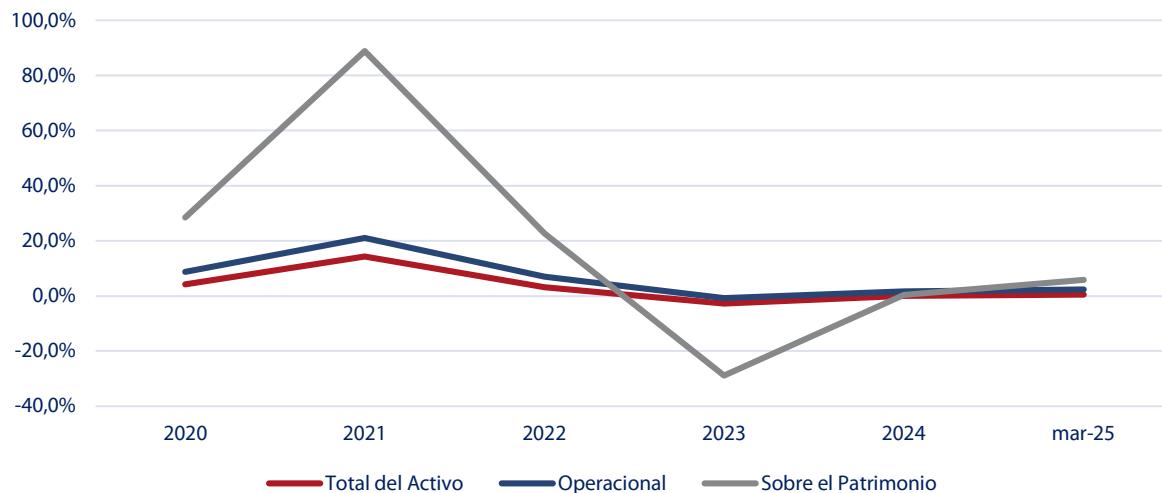


Ilustración 11: Evolución rentabilidades

## Covenants

Nivel de endeudamiento financiero	Covenants financieros líneas de bonos		dic-24	mar-25
	Límite			
Nivel de endeudamiento financiero	No superior a 1,5 veces		0,29	0,31

## Ratios financieros

Ratios de liquidez	Ratios Financieros					
	2020	2021	2022	2023	2024	mar-25
Liquidez (veces)	1,55	1,53	1,50	1,50	1,52	1,53
Razón Circulante (Veces)	1,43	1,49	1,25	1,16	1,02	1,15
Razón Circ. (s/CxC a Emp. Relac.) (veces)	0,82	1,38	1,20	1,10	0,94	1,06
Razón Ácida (veces)	0,94	0,40	0,26	0,30	0,31	0,34
Rotación de Inventarios (veces)	5,51	5,53	3,69	3,70	4,44	4,64
Promedio Días de Inventarios (días)	66,28	66,06	98,98	98,53	82,29	78,75
Rotación de Cuentas por Cobrar (veces)	22,19	35,71	40,51	31,38	23,28	24,83
Promedio Días de Cuentas por Cobrar (días)	16,45	10,22	9,01	11,63	15,68	14,70

Rotación de Cuentas por Pagar (veces)	6,61	8,66	11,13	7,43	6,06	6,59
Promedio Días de Cuentas por Pagar (días)	55,21	42,14	32,80	49,12	60,27	55,43
Diferencia de Días (días)	38,76	31,92	23,79	37,49	44,59	40,72
Ciclo Económico (días)	-27,52	-34,13	-75,20	-61,05	-37,70	-38,02

Ratios de endeudamiento	2020	2021	2022	2023	2024	mar-25
Endeudamiento (veces)	0,85	0,83	0,90	0,91	0,92	0,91
Pasivo Exigible sobre Patrimonio (veces)	5,89	5,03	9,23	10,53	11,32	10,07
Pasivo Corto Plazo a Largo Plazo (veces)	0,57	0,58	0,53	0,42	0,62	0,51
Período Pago de Deuda Financiera (veces)	3,28	1,72	3,65	7,94	5,81	5,43
EBITDA sobre Deuda Financiera (veces)	0,30	0,58	0,27	0,13	0,17	0,18
Porción Relativa Bancos y Bonos (%)	53,35%	54,20%	54,96%	60,01%	57,77%	59,54%
Deuda Relacionada sobre Pasivos (%)	22,78%	17,17%	26,39%	18,24%	17,76%	16,96%
Veces que se gana el Interés (veces)	1,63	8,48	1,09	-1,11	-0,06	0,15

Ratios de rentabilidad	2020	2021	2022	2023	2024	mar-25
Margen Bruto (%)	31,17%	31,35%	29,55%	28,21%	29,20%	29,63%
Margen Neto (%)	2,65%	7,05%	1,79%	-1,88%	0,02%	0,34%
Rotación del Activo (%)	143,63%	196,34%	177,73%	154,94%	151,23%	158,04%
Rentabilidad Total del Activo (%) *	4,21%	14,34%	3,12%	-2,76%	0,03%	0,53%
Rentabilidad Total del Activo (%)	4,02%	13,81%	3,02%	-2,67%	0,03%	0,52%
Inversión de Capital (%)	348,47%	304,82%	579,74%	713,98%	711,56%	641,53%
Ingresos por Capital de Trabajo (veces)	10,66	13,12	22,34	34,67	267,73	34,59
Rentabilidad Operacional (%)	8,77%	21,04%	6,93%	-0,76%	1,69%	2,37%
Rentabilidad Sobre Patrimonio (%)	28,48%	88,90%	22,65%	-28,87%	0,37%	5,81%
Cto. de Exp. sobre Ing. de Exp. (dep. dsctada.) (%)	64,61%	65,50%	66,75%	66,83%	65,80%	65,48%
Cto. de Exp. sobre Ing. de Exp. (dep. sin dsctar.) (%)	68,83%	68,65%	70,45%	71,79%	70,80%	70,37%
Gtos. Adm. y Vta. sobre Ing. de Exp. (%)	23,05%	18,82%	22,49%	25,74%	25,70%	25,58%
ROCE (Return Over Capital Employed) (%)	58,71%	129,42%	49,79%	-7,82%	18,86%	24,60%
E.B.I.T.D.A. a Ingresos (%)	9,68%	13,41%	7,64%	4,45%	6,04%	6,31%

Otros indicadores	2020	2021	2022	2023	2024	mar-25
Ctas. X Cob. Emp. Relac. sobre Patrimonio (%)	131,21%	21,14%	16,30%	18,99%	34,48%	29,45%
Terrenos sobre Pasivos Totales (%)	0,12%	0,11%	0,10%	0,11%	0,00%	0,00%
Invers. Valor Patrím. Proporción sobre Activos (%)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Capital sobre Patrimonio (%)	86,34%	70,86%	117,35%	148,71%	151,79%	139,59%

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