

cenco·malls

Presentación Corporativa

Noviembre 2025



01

Acerca de Cenco Malls

Presentación Corporativa
cenco'malls



1.1 Cenco Malls en resumen

¿Quiénes somos?

Cenco Malls es un operador y desarrollador de centros comerciales con **presencia en Chile, Perú y Colombia**. Listada en bolsa desde 2019, la Compañía administra 41 centros comerciales ⁽¹⁾, un complejo de oficinas y banco de terrenos, impulsando una propuesta de valor basada en experiencia del visitante, eficiencia operativa y crecimiento disciplinado.

LTM a septiembre 2025 ⁽²⁾

USD 390 MM

Ingresos
+11,0% a/a

USD 350 MM

EBITDA Ajustado
89,7% margen EBITDA

136 MM

Visitas
+5,5% a/a

97,8%

Ocupación
-50 bps a/a

1,4 MM m²

Superficie Arrendable (GLA)⁽³⁾
+3,4% a/a

USD 5.138 MM

Ventas de Locatarios

USD 3.622

Venta Locatarios / m²



(1) Considera centros comerciales, *power centers* y activos *stand-alone*.

(2) Cifras expresadas en USD a tipo de cambio promedio LTM a septiembre 2025 (USD 958,1).

(3) GLA de 1.418.455 m².

1.2 Diversificación geográfica con foco de valor en Chile

Portafolio *best-in-class* con presencia en:



CHILE:

- 11 Centros comerciales, 23 *power centers* ⁽¹⁾ y complejo de oficinas “Gran Torre Costanera”
- GLA total de 1.283.083 m²
- Banco terrenos de 636.295 m²



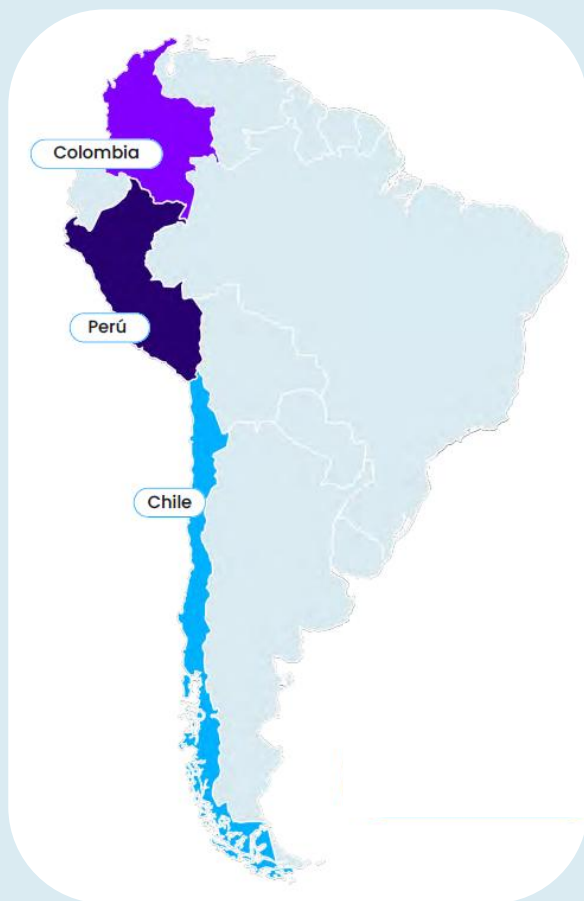
PERÚ:

- 2 Centros comerciales y 1 *power center*
- GLA total de 60.413 m²

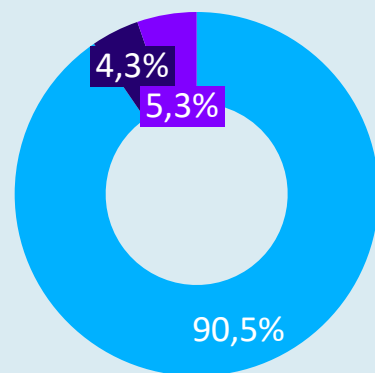


COLOMBIA:

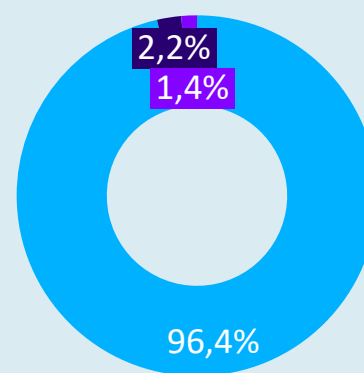
- 2 Centros comerciales
- 2 *power centers*
- GLA total: 74.959 m²



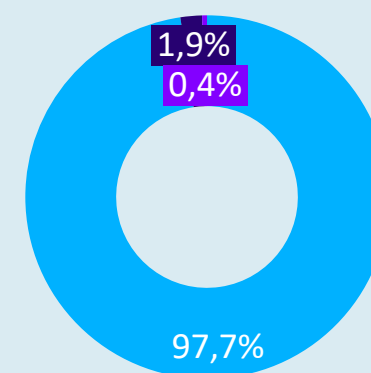
GLA por País ⁽²⁾



Ingresos por País ⁽³⁾



EBITDA por País ⁽³⁾



Chile Perú Colombia

(1) Incluye power centers y activos stand-alone

(2) Participación determinada sobre el total de GLA reportado por la Compañía (1.418.455 m²) a septiembre de 2025.

(3) LTM a septiembre 2025.

1.3 Crecimiento de doble dígito LTM

Principales Cifras ⁽¹⁾

	LTM 3T25	LTM 3T24	Var. a/a
Ingresos (USD MM)	390	352	11,0%
EBITDA (USD MM)	350	320	9,3%
Utilidad Neta	311	248	25,2%
FFO (USD MM)	264	256	3,0%
GLA (m ²) ⁽²⁾	1.418.455	1.372.113	3,4%
Ocupación ⁽²⁾	97,8%	98,3%	-50
Visitas (miles)	136.015	128.942	5,5%
Ventas locatarios (USD MM)	5.138	4.776	7,6%

Clasificación de Riesgo Local:

Feller.Rate AA+
Estable

 **HUMPHREYS** AAA
CLASIFICADORA DE RIESGO
Estable

✓ En octubre de 2024, Humphreys mejoró la clasificación de riesgo de Cenco Malls desde AA+ hasta AAA con una tendencia Estable

+2.100
Locales

41

Centros comerciales +
power centers



34



4



3

Presencia en

21

Ciudades

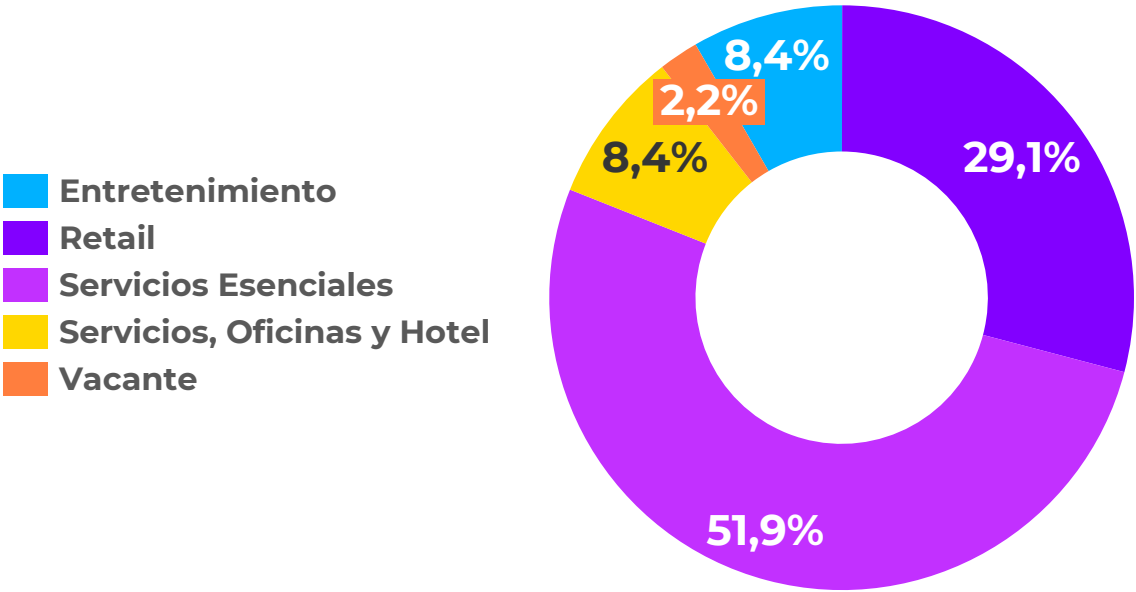
+1,4 MM

Seguidores en
redes sociales
(dic-24)

(1) Cifras expresadas en USD a tipo de cambio promedio LTM a septiembre 2025 (USD 958,1), eliminando efecto en variaciones de tipo de cambio.
(2) Al 30 de septiembre de 2025.

GLA diversificado por categoría, con foco en Chile

GLA por Categoría ⁽¹⁾ (septiembre 2025)

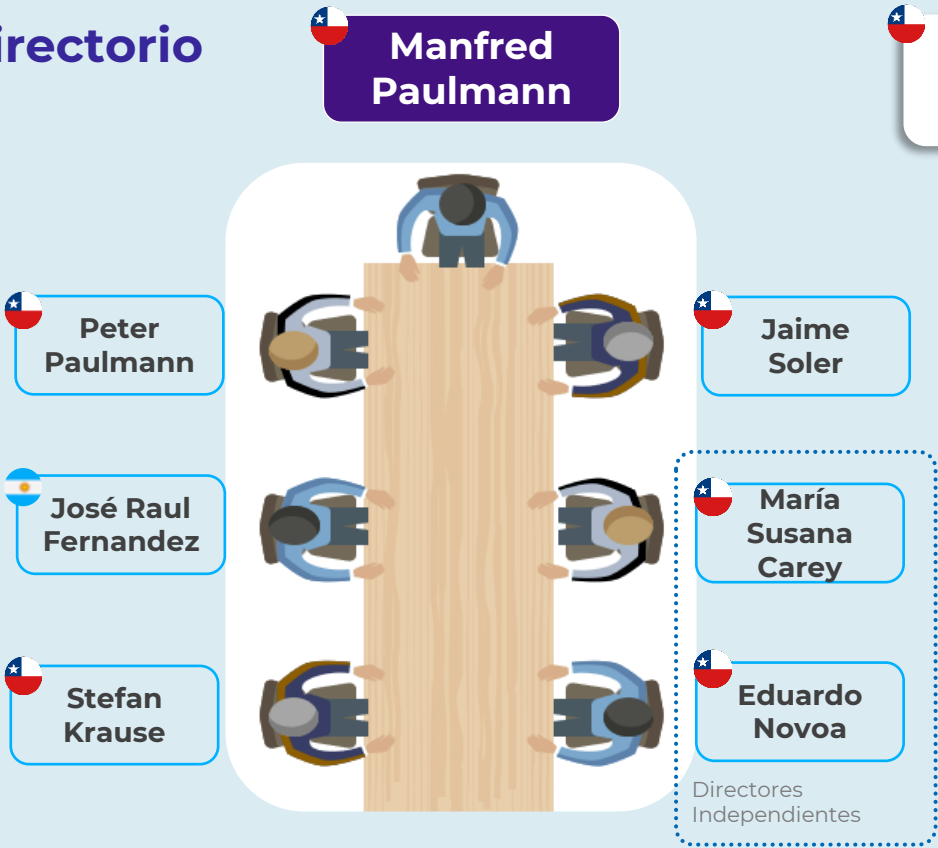


(1) **Entretenimiento:** cines, centros de juegos, locales de apuestas, gimnasios, patios de comida y restaurantes.
Retail: tiendas por departamento, H&M, Zara, tiendas satélites, entre otras.
Servicios, Oficinas y Hotel: lavanderías, peluquerías, Chilexpress, agencias de viajes, oficinas de aerolíneas, servicios de pago, torre de oficinas y oficinas de Cencosud.
Servicios Esenciales: supermercados, tiendas de mejoramiento del hogar, bancos, centros médicos, ópticas y farmacias.

- ✓ Participación de Servicios Esenciales predomina en los centros comerciales (-43 bps a/a)
- ✓ Categoría de Entretenimiento ha aumentado 90 bps a/a
- ✓ Sólida tasa de ocupación, con un 2,2% de vacancia



Directorio



Directorio electo en la Junta Ordinaria de Accionistas del 22 de abril 2025, conformado por 7 integrantes, 5 de la controladora y 2 independientes, presidido por **Manfred Paulmann**.

Gerente Auditoría Interna
Claudio Rojas

Estructura Organizacional



*Ejecutivos inscritos en la CMF.
(1) Banderas corresponden a nacionalidad de cada ejecutivo.

02

Estrategia Corporativa



Modelo eficiente con portafolio premium y generación estable de flujos



1

Estrategia basada en 4 pilares

- Conocimiento del Cliente
- Innovación
- Emprendimiento y Sostenibilidad
- Crecimiento y Rentabilidad

2

Propuesta de valor

Propuesta de valor destacada por su calidad *premium*, ubicándose en zonas de alta densidad poblacional y contando con sólidas tiendas anclas en la oferta de su portafolio.

3

Enfoque comercial

Centrado en la creación de valor a largo plazo mediante la maximización de ingresos, la estabilidad en los flujos de efectivo y la eficiente recuperación de gastos.

4

Portafolio *Best-in-class*

Ubicaciones privilegiadas en Chile y creciente exposición en Perú y Colombia.

5

Eficiencia en costos y economías de escala

Sustentado por una sólida estructura financiera que respalda el potencial de crecimiento a futuro.

2.2 Eficiencia, anclas y escala → rentabilidad líder

1



Modelo de operación centralizado y eficiente

- Estructura liviana y servicios compartidos con Cencosud.
- Plataforma tecnológica común que habilita estandarización e innovación.
- Sinergias operativas: contratos marco, proveedores únicos y mantenimiento unificado.
- Vacancia baja que diluye costos fijos por m².

2



Gestión de locatarios estratégica

- Contratos de largo plazo indexados a inflación → menor rotación e ingresos estables.
- Anclas estratégicas con presencia regional y multicanal.
- Fondo de reserva cofinanciado por locatarios para mantenimiento.
- Costo de ocupación por debajo de la industria → mayor permanencia.

3



Condiciones preferentes y disciplina financiera

- Economías de escala del grupo → mejores condiciones con proveedores.
- CAPEX disciplinado, enfocado en eficiencia y preservación de valor.
- Alta generación de caja: financia crecimiento y dividendos.
- Apalancamiento entre los más bajos del sector.



Gobierno corporativo

- Directorio efectivo y gestión de riesgos con supervisión y controles.
- Ética y *compliance*: código, capacitación y modelo de prevención de delitos (Ley 20.393).
- Protección de datos y ciberseguridad (políticas, monitoreo y respuesta).



Personas

- Colaboradores: seguridad, desarrollo y cultura centrada en las personas.
- Locatarios y clientes: experiencia, fidelización y enfoque omnicanal.
- Comunidad y proveedores: abastecimiento responsable y programas locales.



Propiedad

- Estándares de construcción y operación sostenibles.
- Tecnología centrada en el cliente para mejorar experiencia y eficiencia.
- Seguridad integral y optimización operativa del portafolio.



Planeta

- Gestión de emisiones y energía (eficiencia y energías renovables).
- Gestión hídrica y resiliencia climática.
- Residuos y economía circular en operación y proyectos.

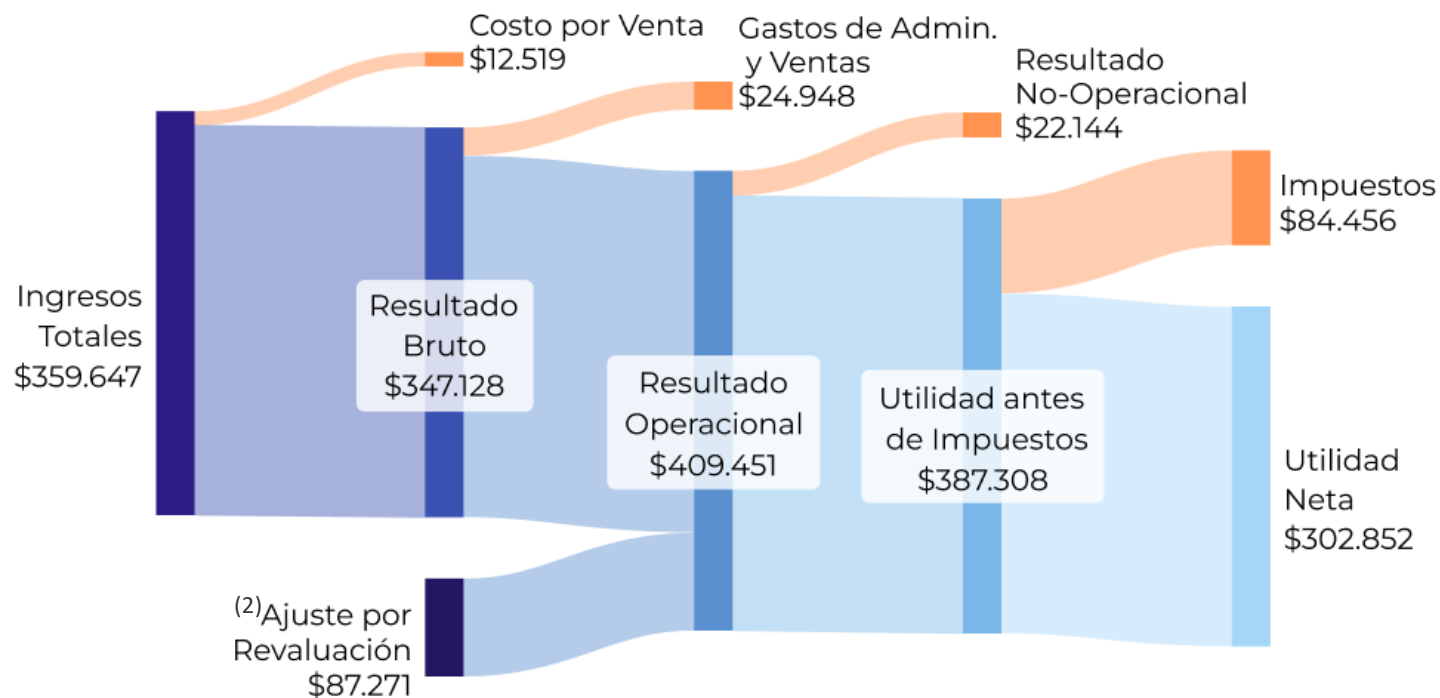
03

Estructura del Negocio



3.1 Estructura eficiente que se traduce en rentabilidad

ESTADO DE RESULTADOS ⁽¹⁾



Margen Bruto

96,5%

Margen Neto

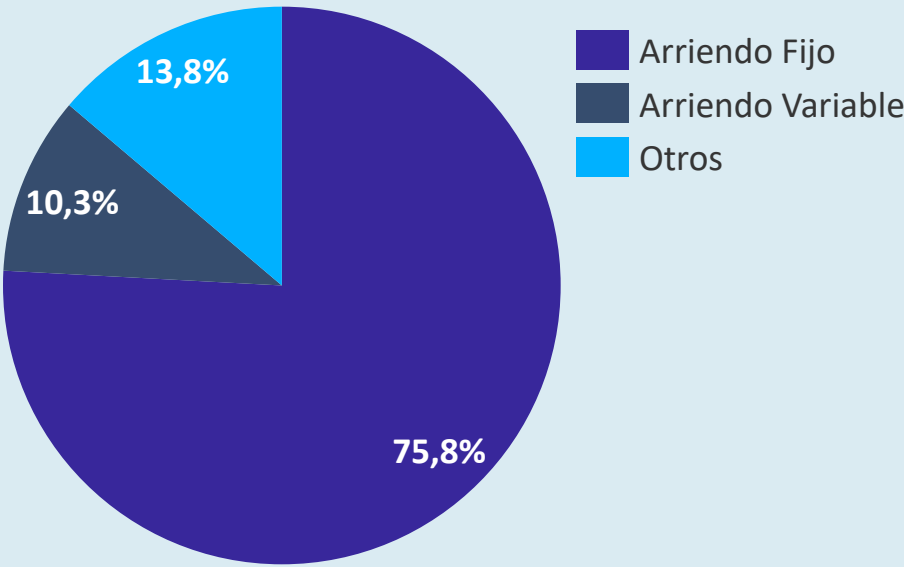
84,2%

- En los últimos 12 meses, la Compañía tuvo un 96,5% de Margen Bruto y un 113,8% de Margen Operacional (con revaluación de activos), reforzando la eficiencia en costos de Cenco Malls.
- A septiembre 2025, la Utilidad Neta LTM representó un 84,2% de los ingresos, implicando un *EPS* de CLP 177,5.
- La tasa efectiva de impuestos fue de 21,8%, representando un 23,5% de los ingresos totales.

(1) Cifras LTM al cierre de septiembre 2025 en millones de CLP.

(2) No caja

Composición de Ingresos ⁽¹⁾

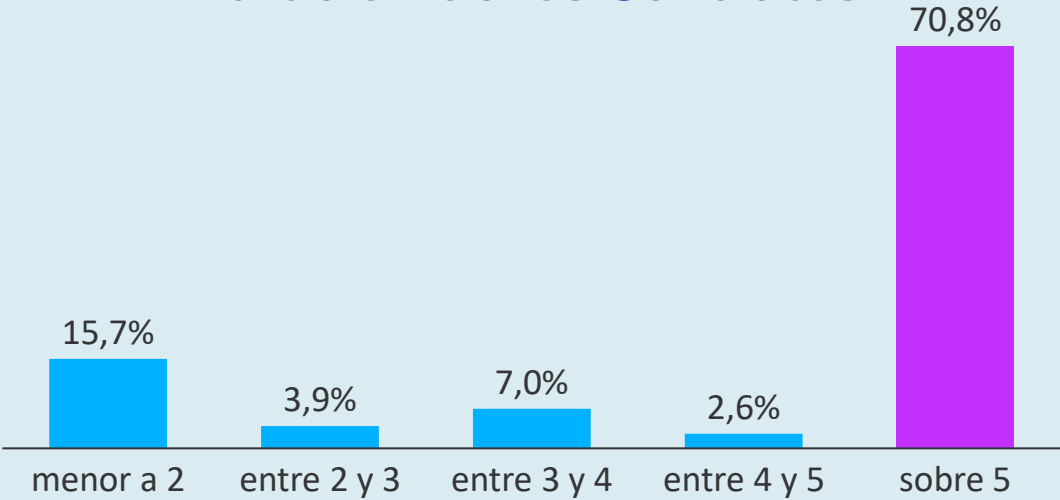


Tasa de Ocupación

97,8%

-50 bps vs sept-24

Duración de los Contratos



70,8%

vence a más de 5 años

~10 años

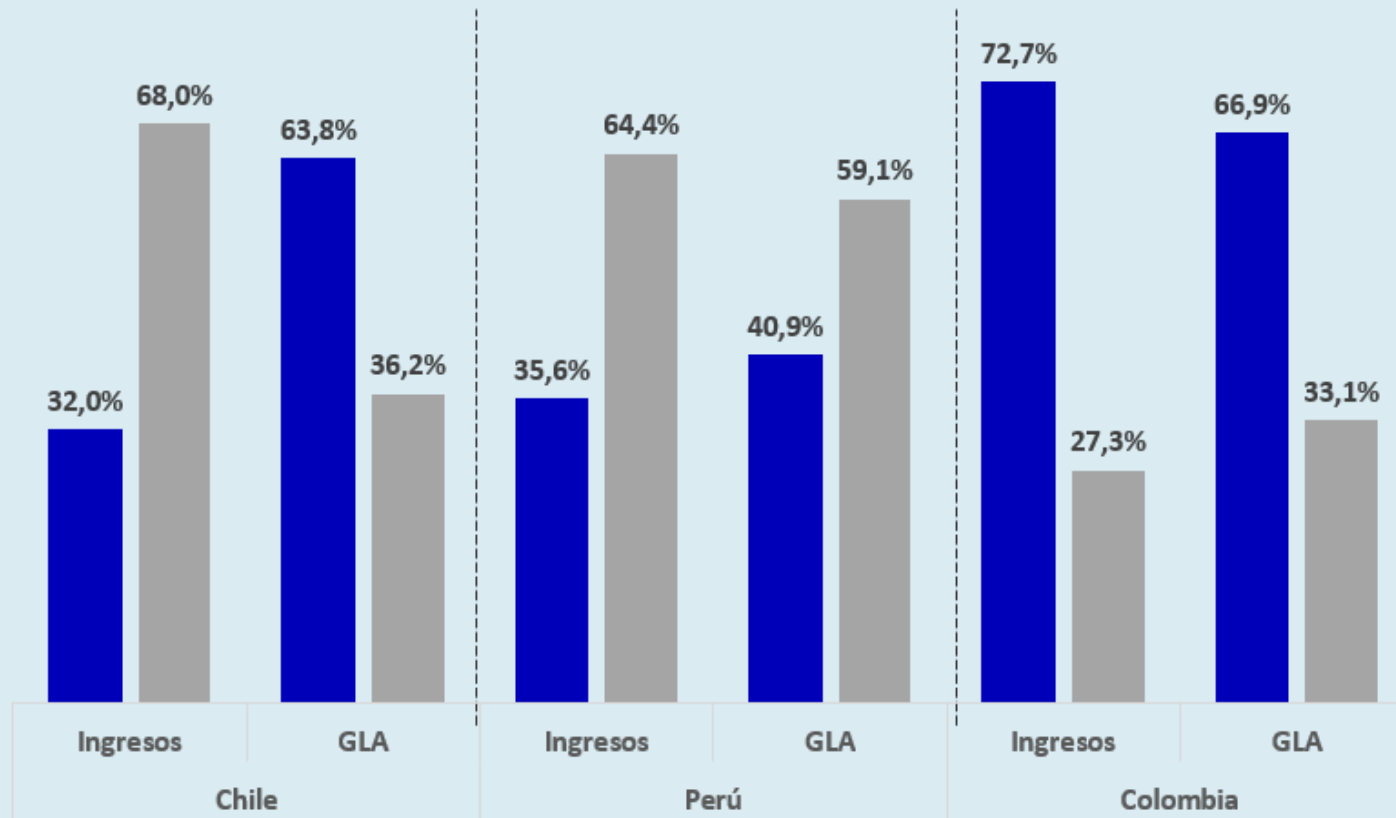
Promedio de duración

(1) Información acumulada al cierre de septiembre de 2025.

3.3 Principales métricas del portafolio de activos

Participación de 3ros y EERR en Ingresos y GLA ⁽²⁾

■ EERR ■ 3ros



	Ocupación ⁽²⁾	Visitas ⁽³⁾ ('000)
Chile	99,0%	128.401
Perú	89,1%	6.265
Colombia	84,7%	1.349
Consolidado	97,8%	136.015

	Ventas ⁽³⁾ (CLP MM)	NOI (%) ⁽³⁾
Chile	4.724.422	90,8%
Perú	115.729	79,5%
Colombia	82.466	27,8%
Consolidado	4.922.617	89,7%

(1) GLA: Participación en ingresos de terceros y relacionadas determinada con los doce meses terminados en septiembre de 2025.

(2) La ocupación consolidada de Chile y total Cenco Malls excluyen metros cuadrados de torres de oficinas. Cifras a septiembre 2025.

(3) LTM a septiembre 2025.

3.4 Sólida posición financiera

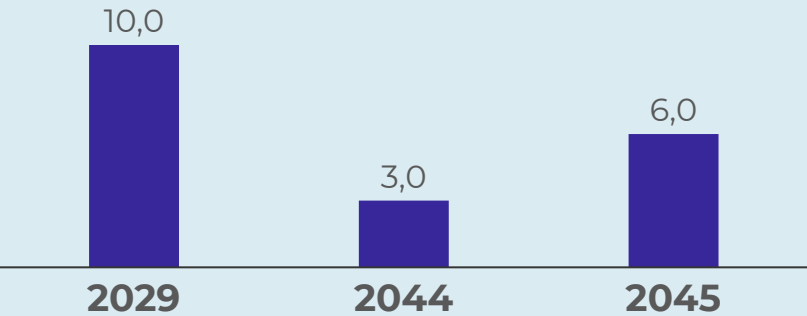
Septiembre 2025	CLP MM	USD MM ⁽¹⁾
Activos totales	4.516.343	4.693
Patrimonio	2.981.066	3.098
Deuda Financiera Bruta	758.622	788
Posición de Caja	111.211	116
DFN ⁽⁵⁾	647.411	673

Indicadores Financieros	Unidad	SEP 25	DIC 24	SEP 24
Total Pasivos / Patrimonio	veces	0,5	0,5	0,5
Razón de Liquidez ⁽⁶⁾	veces	1,1	1,8	2,0
Razón de Endeudamiento ⁽⁷⁾	veces	0,3	0,3	0,3
EBITDA / Gastos Financieros (LTM)	veces	25,0	24,5	23,6
FFO LTM / DFN	%	39,1%	40,5%	47,6%
Utilidad LTM / Total Activo	%	6,8%	6,2%	5,5%
Utilidad LTM / Total Patrimonio	%	10,4%	9,4%	8,4%
DFN / EBITDA Ajustado LTM	veces	1,9	1,9	1,7

- La Compañía tiene la relación DFN/EBITDA Ajustado más saludable de la industria ⁽²⁾
- El 100% de la deuda está pactada a una tasa de interés fija, en UF ⁽³⁾, correspondiente a obligaciones con el público a un costo promedio de 1,54% ⁽⁴⁾

	CLP por Acción	Fecha de Pago
Dividendo Provisorio	85	20 noviembre 2024
Dividendo Definitivo	31	06 mayo 2025

Perfil de Amortizaciones (UF millones)



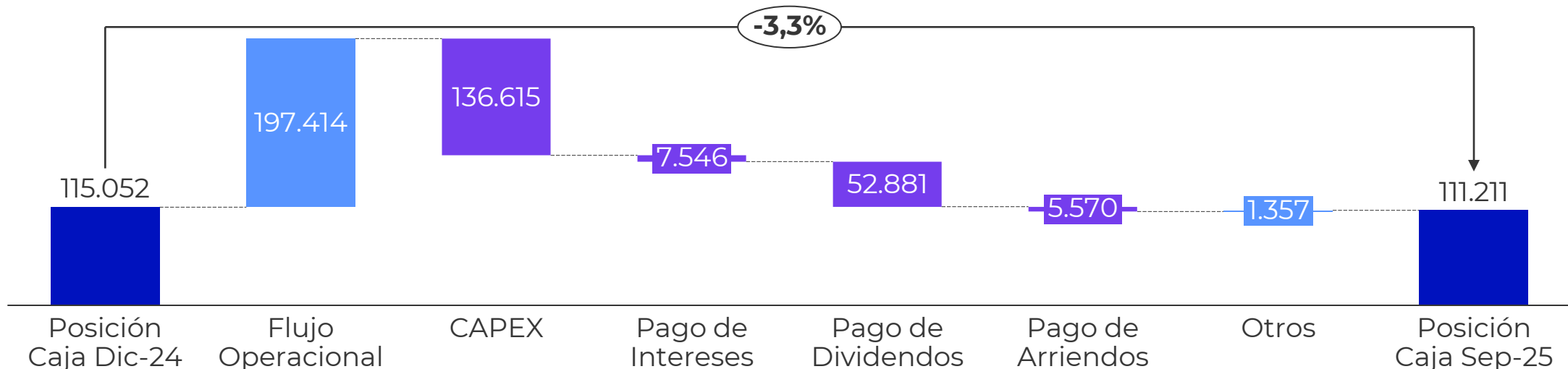
(1) Cifras expresadas en USD a tipo de cambio de cierre de septiembre 2025 (CLP/USD 962,4).
(2) Considera a las empresas de Centros Comerciales chilenas que transan en bolsa.
(3) Unidad de fomento: Unidad de cuenta indexada a la inflación, calculada y publicada por el Banco Central de Chile. Al 30 de septiembre de 2025: 1 UF = CLP 39.486 / USD 41,0.
(4) Costo anual de la deuda estimado como el promedio ponderado de la tasa cupón de cada una de las emisiones con los respectivos montos emitidos.
(5) Deuda Financiera Neta, excluye pasivos por arrendamiento (IFRS 16). (6) Activos Corrientes / Pasivos Corrientes. (7) Total Pasivos / Total Activos.

3.5 Solido flujo operativo financiera dividendos y expansión de la Compañía

Evolución de la posición de caja ⁽¹⁾ ⁽²⁾

Al cierre de septiembre de 2025, la posición de caja cerró en CLP 111.211 millones, disminuyendo 3,3% respecto a diciembre de 2024 debido principalmente al **pago de dividendos por CLP 52.881 millones y un Capex de CLP 136.615 millones** asociado tanto al plan de expansión como a la adquisición de terrenos en el 2T25. Ambos pagos fueron financiados mayoritariamente con los CLP 197.414 millones generados por las operaciones durante año.

Esta evolución refleja la **capacidad para sostener un alto nivel de generación de efectivo**. Esta fortaleza no solo permite cumplir con obligaciones recurrentes y mantener un pago de dividendos robusto, sino también financiar el plan de crecimiento y capturar nuevas oportunidades de inversión.



04

Plan de Crecimiento



4.1 Últimos avances plan de inversión

➔ Cenco Temuco

Avance en obras de expansión

- Continúa la obra gruesa del proyecto de expansión que incorporará 16.700 m² de GLA.

➔ Cenco Costanera

Aperturas progresivas en galería Vitacura

- Continúan las aperturas en la nueva galería de acceso por Av. Vitacura: 15 de 20 tiendas ya en operación.

Avance en espacio gastronómico

- Obra civil finalizada y entregada a locatarios en el sector Torre Andrés Bello (~2.700 m² de GLA). En paralelo, avanza la habilitación de ~1.000 m² de terrazas conectadas a restaurantes y patio de comidas como área común.
- Avanza la obra del nuevo Rincón Jumbo (~1.400 m² de GLA), reforzando la oferta gastronómica anclada al grupo Cencosud.

Auto City

- Con la construcción finalizada, se avanza para el ingreso de locatarios a habilitar, incorporando 4.600 m² de GLA y ampliando la propuesta automotriz y de servicios.



4.2 Últimos avances plan de inversión

➡ Proyecto Multifamily Florida

Inicio proceso regulatorio

- Durante el trimestre se inició el proceso regulatorio para un proyecto habitacional multifamily en la comuna de La Florida, Santiago de Chile.

➡ Cenco Florida

Apertura nuevo centro de salud

- Entró en operación un nuevo centro de salud (~3.000 m² de GLA), fortaleciendo la oferta de servicios del mall.

Auto City

- Se finalizó la obra que incorporará ~6.300 m² de GLA y se prepara el ingreso de locatarios para habilitación.

Polo gastronómico

- Se encuentra en etapa de habilitación el nuevo polo gastronómico en el sector desocupado tras la salida de una tienda por departamento con un GLA de 3.000 m².

Parque al aire libre

- Se avanza en la licitación del proyecto Parque. Será un área común al aire libre enfocada en recreación y esparcimiento.
- En paralelo al proyecto parque, se llevará a cabo la construcción de dos nuevos espacios para restaurantes en la zona exterior.



4.3 Últimos avances plan de inversión

➡ Cenco Alto Las Condes

Nuevo patio de comidas – Etapa de habilitación

- Obra finalizada (+1.000 m² de GLA en 12 locales) y en proceso de habilitación. Incluye nueva terraza y áreas comunes renovadas.

Rincón Jumbo y acceso a Mirador

- El nuevo Rincón Jumbo avanza en el proceso de habilitación, junto con un nuevo acceso al Mirador del Alto, que sumará 8 locales comerciales.

Nueva galería (ex patio de comidas)

- Planificación de la nueva galería en curso, la cual considera +3.600 m² de GLA. El inicio de obras está sujeto a la apertura del nuevo patio.

Avance Reconfiguración de espacios

- Reconversión por niveles para integrar usos complementarios. En el tercer piso se incorporará “Alto Diseño”, una galería de locales de especialidad.
- Además, se sumarán nuevas oficinas, propuestas de entretenimiento y espacios destinados al *retail*.



4.4 Últimos avances plan de inversión

➔ Cenco La Molina (Lima, Perú)

Cierre de obra – Segunda etapa

- Con la construcción finalizada, se desarrolla la etapa de habilitación y tramitación de permisos de locatarios para su apertura. Se prepara para su apertura gradual que incorporará más de 19.000 m² de GLA.

➔ Cenco Limonar (Cali, Colombia)

Apertura de la remodelación y expansión del Centro Comercial

- Esta apertura incorporó los primero +11.000 m² de GLA con nuevas experiencias gastronómicas, más de 120 marcas y un nuevo Jumbo orientado a frescos.

➔ Villarrica Stand-Alone

Apertura nuevo stand-alone

- Durante el 3T25 se inauguró un nuevo activo *stand-alone* con una tienda Easy en Villarrica. La apertura sumó ~7.000 m² de GLA sobre el terreno adquirido en el 2T25 y que posee potencial de crecimiento.



Información importante

La información contenida en esta presentación ha sido preparada por Cencosud Shopping S.A. ("Cenco Malls") únicamente con fines informativos y no debe ser interpretado como una solicitud o una oferta para comprar o vender valores y no debe ser entendido como consejo de inversión o de otro tipo. Ninguna garantía, expresa o implícita, se proporciona en relación con la exactitud, integridad, confiabilidad de la información contenida en el presente documento.

Las opiniones expresadas en esta presentación están sujetas a cambios sin previo aviso y Cenco Malls no tiene ninguna obligación de actualizar o mantener actualizada la información contenida en el presente documento. La información contenida en este documento no pretende ser completa.

Cenco Malls y sus respectivas filiales, directores y empleados no aceptan responsabilidad alguna por cualquier pérdida o daño de cualquier tipo que surjan de la utilización de la totalidad o parte de este material.

Esta presentación puede contener afirmaciones que son a futuro sujetas a riesgos e incertidumbres y factores, que se basan en las expectativas actuales y proyecciones sobre eventos futuros y tendencias que pueden afectar al negocio de Cenco Malls. Se le advierte que dichas declaraciones a futuro no son garantías de rendimiento. Hay varios factores que pueden afectar negativamente a las estimaciones y supuestos en que se basan estas declaraciones a futuro, muchos de los cuales están fuera de nuestro control.

The logo for cenco·malls is centered on a dark blue background. The word "cenco" is in white, and "malls" is in a bright blue color. A small blue dot separates the two words. In the top-left corner, there is a jagged, mountain-like shape in a lighter blue color. In the bottom-right corner, there is a jagged, mountain-like shape in a darker blue color.

cenco·malls