

cenco·malls

Presentación de Resultados

Cuarto trimestre 2024



01. Eventos Relevantes 4T24



1.1 Eventos relevantes del período

01 Cenco Malls fue destacado en los premios Eikon Chile 2024

Cenco Malls fue premiado en los Eikon Chile 2024 a fin de reconocer la excelencia en comunicación a través de campañas de *marketing*, sostenibilidad y *branding*, realizadas en Chile.

02 Sky Costanera premiado por su Innovación Social

El mirador panorámico más alto de Sudamérica obtuvo el 1^{er} lugar en el Premio Innovación Social de la Cámara de Centros Comerciales de Chile. El reconocimiento destaca la alianza público-privada con CONAF (Corporación Nacional Forestal), enfocada en la conservación y educación ambiental.

03 Segunda Etapa del Proyecto de Cámaras de Detección de Incendios Forestales

Reafirmando el compromiso con iniciativas que generan valor compartido y en coherencia con el pilar de sostenibilidad e innovación, se inauguró la segunda etapa del proyecto, permitiendo a CONAF (Corporación Nacional Forestal) la teledetección y localización de incendios forestales de manera temprana y efectiva.



04 Lanzamiento de Plataforma B2B en Colombia

La Plataforma B2B fue lanzada en Colombia, finalizando el despliegue regional y consolidando su operación en los 3 mercados (Chile, Perú y Colombia). Esta herramienta permite facilitar la interacción y gestión de los locatarios, optimizando la gestión de sus operaciones comerciales y fortaleciendo la relación con los clientes y socios comerciales en la región.

05 Desafío desde el área de innovación junto a Bluebox

A través de una convocatoria abierta, y con el objetivo de desarrollar soluciones creativas y tecnológicas para Cenco Malls, junto a Bluebox se invitó a *startups* y *scaleups* a participar de este programa, el cual se enfoca en cuatro desafíos clave: Experiencia de cliente e integración total, espacios de oficina y *Multifamily*, transformación sustentable de centros comerciales y seguridad inteligente y preventiva.



01 Avance en permisos para Ampliación en Rancagua

Durante el mes de diciembre se obtuvo la aprobación del Informe de Mitigación de Impacto Vial (IMIV) para el proyecto de Rancagua, cumpliendo con los requisitos normativos y permitiendo avanzar en las siguientes etapas del desarrollo. Esta ampliación contempla 33.700 m² de GLA distribuidos en 3 pisos.

02 Nueva Operación de *Parking* en Cenco Ñuñoa

En noviembre se dio inicio a la nueva operación de *Parking* en Cenco Ñuñoa, enfocado en proveer un mejor servicio y uso de los estacionamientos de los clientes.



03 Avance de Obras de Remodelación y Expansión

Cenco Costanera

Se completó la remodelación del quinto nivel, incluyendo mejoras en pisos, iluminación y terrazas de los restaurantes. Además, avanza la construcción de tres nuevas zonas gastronómicas por un total de 7.400 m², que consolidarán una de las mayores propuestas gastronómica del país con más de 20.000 m² de oferta culinaria.

Por otro lado, continúa la adecuación de la nueva galería de locales comerciales habilitada en el primer piso del centro comercial.

Cenco Alto Las Condes

El centro comercial potenciará sus espacios al optimizar más de 18.000 m² de GLA con una renovada propuesta gastronómica y de entretenimiento. En línea con lo anterior, los espacios disponibles tras la salida de una tienda por departamento del centro comercial incluirán nuevas propuestas de *retail* y de entretenimiento.

Cenco Limonar

La Compañía continúa con avances en la remodelación y ampliación de Cenco Limonar, buscando mejorar su propuesta comercial y expandir su superficie arrendable en más de 11.000 m², esperando abrir las puertas a público durante la 2^{da} mitad de 2025.



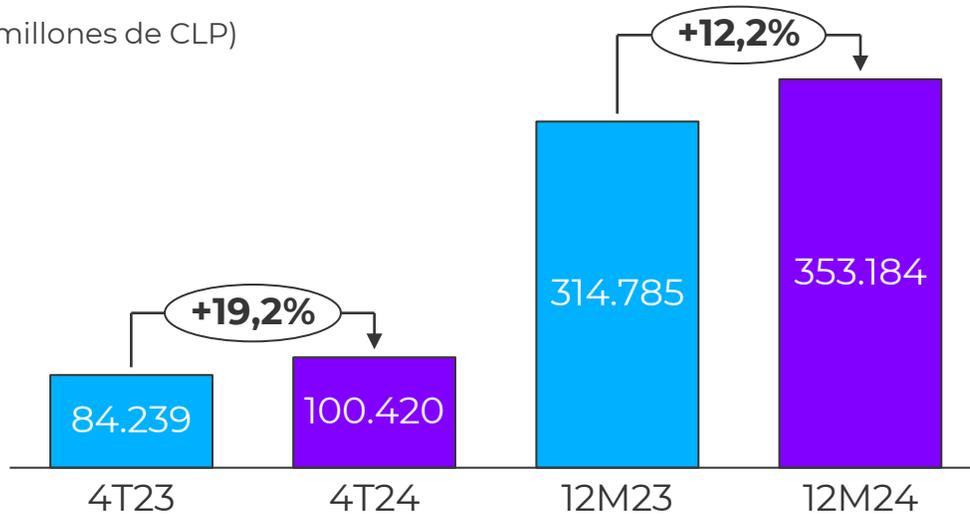


02. Resultados 4T24



Ingresos Consolidados

(millones de CLP)

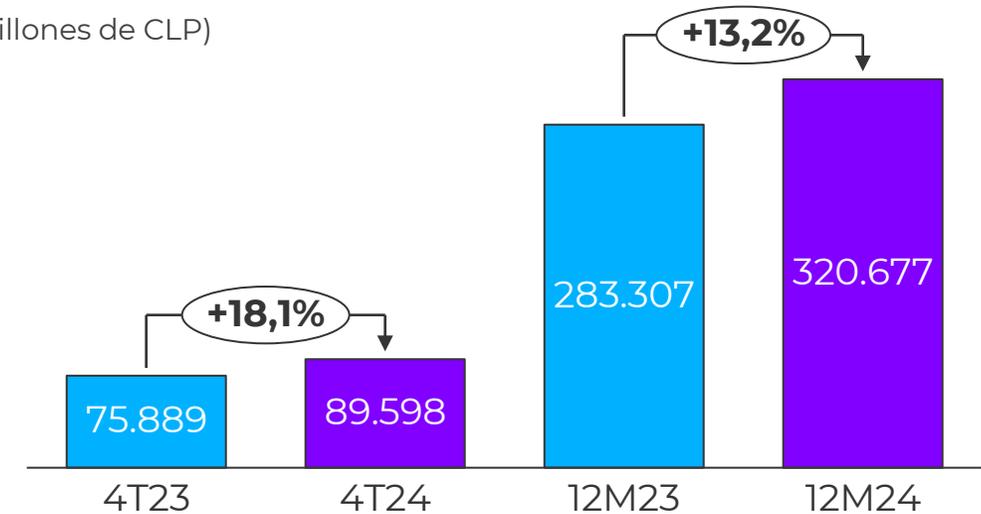


Los Ingresos crecen 19,2%, explicado por:

- ▲ Expansión de +20.000 m² de GLA vs 4T23
- ▲ Capacidad de capitalizar la recuperación del consumo en Chile
- ▲ Incremento de las visitas en los centros comerciales (+8,4% a/a)
- ▲ Mayores ingresos de los negocios complementarios

EBITDA Ajustado Consolidado

(millones de CLP)

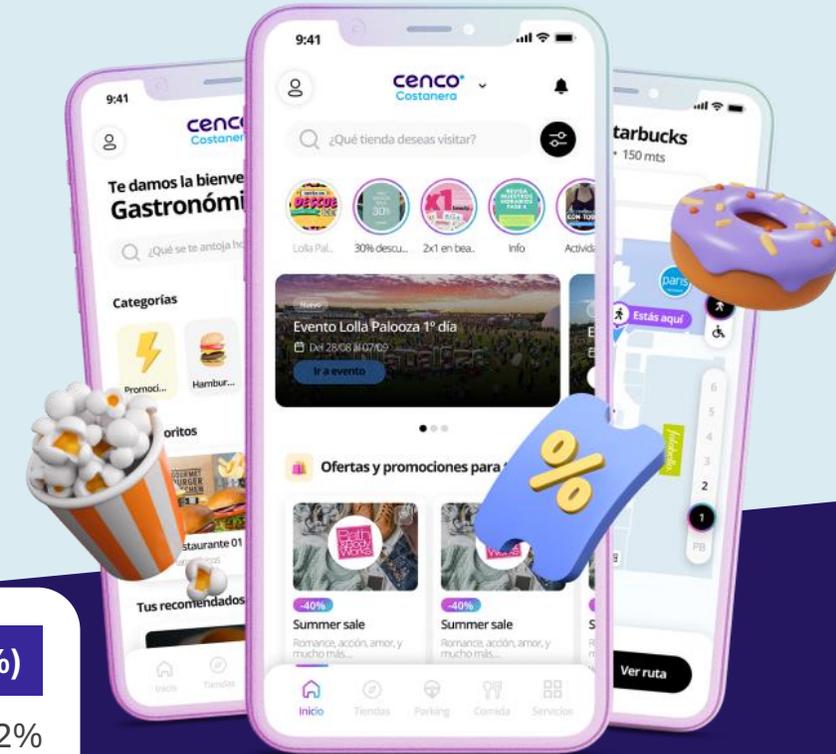


El EBITDA Ajustado crece 18,1%, explicado por:

- ▲ Expansión de la ganancia bruta en 19,0% a/a
- ▼ Compensado parcialmente por mayores gastos por fortalecimiento de equipos para impulsar el crecimiento del GLA proyectado y mayores gastos de corretaje por el aumento de ocupación en oficinas.

Margen EBITDA Ajustado
89,2% (-86 bps)

2.2 Resumen Ejecutivo 4T24

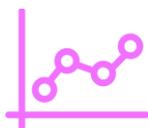


- FFO (Funds From Operations):** Durante el trimestre se registró un aumento de 10,9% en el FFO, llegando a CLP 62.993 millones. La mejora a/a es reflejo del aumento de la ganancia bruta (+19,0%), parcialmente compensado por mayores gastos de administración y ventas.
- Utilidad Líquida Distribuible ⁽¹⁾:** cerró el trimestre en CLP 58.064 millones, registrando un aumento del 17,6% frente al 4T23 (excluyendo el efecto neto por revaluación de activos), producto de un mejor desempeño operacional.

CLP millones	4T24	4T23	Var. (%)	12M24	12M23	Var. (%)
Ingresos	100.420	84.239	19,2%	353.184	314.785	12,2%
EBITDA Ajustado (NOI)	89.598	75.889	18,1%	320.677	283.307	13,2%
% EBITDA Ajustado (NOI)	89,2%	90,1%	-86 bps	90,8%	90,0%	80 bps
FFO	62.993	56.820	10,9%	251.408	229.032	9,8%
Utilidad neta de rev. de activos	57.936	50.218	15,4%	217.333	196.134	10,8%
Utilidad Líquida Distribuible	58.064	49.387	17,6%	217.389	195.361	11,3%

⁽¹⁾ Considera Utilidad Neta de la controladora, excluyendo el efecto neto por revaluación de activos.

2.3 Principales cifras operacionales



98,3%

Tasa de Ocupación
-12 bps vs 4T23



+8,4% a/a

Visitas
37 millones 4T24



+10,7%

Ventas de Locatarios
vs 4T23

SSR ⁽¹⁾



8,2% Chile ⁽²⁾

1,7% Perú

11,3% Colombia

Tasa de ocupación

La tasa de ocupación del 4T24 se mantuvo estable frente al 4T23 (-12 bps a/a), a pesar de la incorporación de más de 20.000 m² de nueva superficie arrendable a/a. En Chile, se sostuvo en 99,0%, mientras que, en Colombia, la tasa de ocupación aumentó 67 bps a 92,6% producto de mejoras en Altos del Prado y Santa Ana. En Perú, se contrajo 89,8% debido a una menor ocupación en Cenco Arequipa.

Visitas

Las visitas crecieron un 8,4% interanual, alcanzando los 36,6 millones en el trimestre. En Chile, aumentaron 8,2% impulsadas por el crecimiento en Cenco Costanera, Cenco Alto Las Condes, Cenco Portal la Dehesa y Cenco Osorno. En Perú, crecieron 10,8% reflejando un mayor tráfico en Cenco La Molina y Cenco Arequipa. Colombia lideró con un alza de 24,1%, impulsado por Cenco Altos del Prado.

Ventas de locatarios

Las ventas de locatarios crecieron 10,7% en CLP. En Chile, aumentaron 10,6% potenciadas por el incremento del GLA, mayores visitas y la capacidad de la Compañía de capitalizar el aumento en turismo, especialmente de argentinos. En Perú, crecieron 12,8%, destacando Cenco La Molina y Cenco Arequipa. En Colombia, cayeron levemente (1,3%) reflejando un menor consumo pese al aumento en visitas.

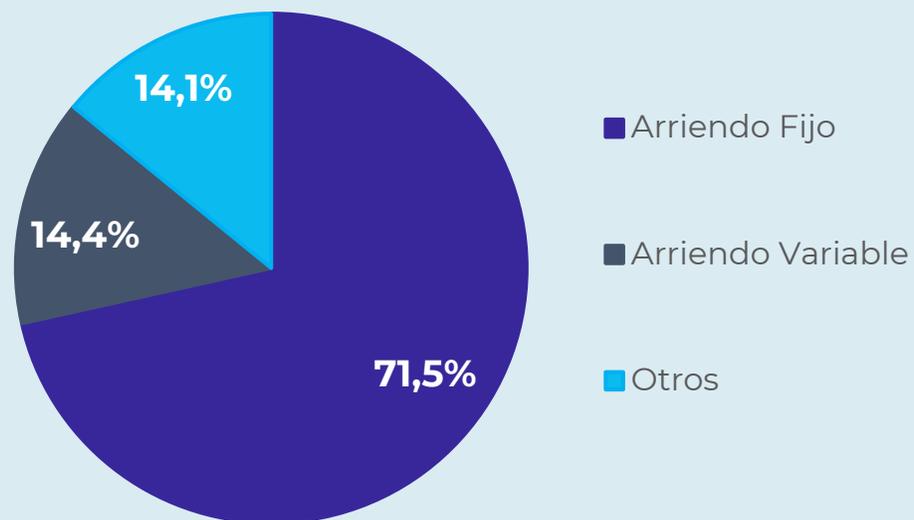
SSR

El SSR, medido en CLP aumentó un 8,2% en Chile, explicado tanto por el incremento de ingresos por arriendo fijo como por arriendo variable. En el caso de Colombia, el crecimiento del SSR año contra año se produjo por la actualización de tarifas en el cobro de arriendo, sumado a una tasa de inflación interanual de 5,2%. En Perú el crecimiento del SSR (1,7% a/a) se explica en parte por mayor inflación.

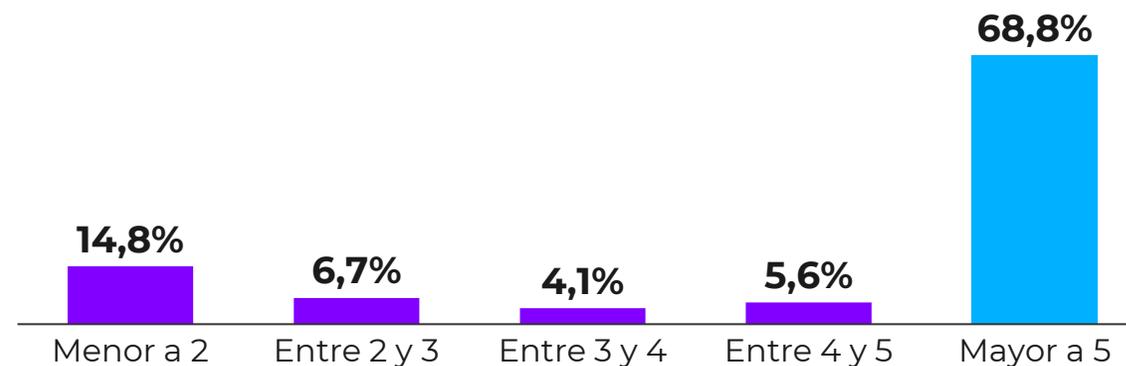
⁽¹⁾ Cifras en moneda local (CLP, PEN y COP, respectivamente) ⁽²⁾ En UF, el SSR sería de 3,4%.

2.4 Cenco Malls Mantiene una Estructura de Ingresos Resiliente

Composición de ingresos



Duración de los contratos (en años)



68,8%
Vence a más de 5 años

~10 años ⁽¹⁾
Promedio de duración



⁽¹⁾ Promedio ponderado de los contratos en base a su GLA.

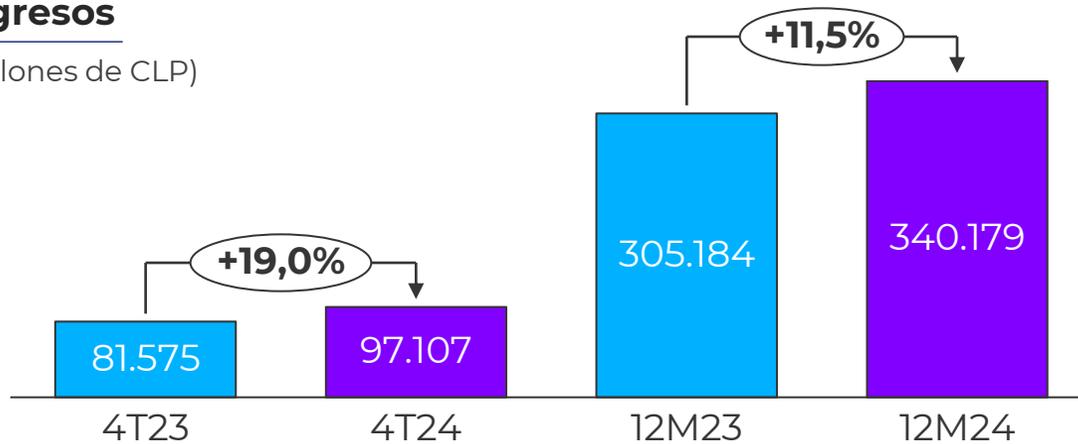
2.5 Chile expande +22.000 m² su GLA a/a



Chile

Ingresos

(millones de CLP)



- Los **ingresos** aumentaron 19,0% frente al 4T23. Esta mejora se explica por la colocación de más de 22.000 m² de nuevo GLA y el incremento del arriendo variable.

+19,0%

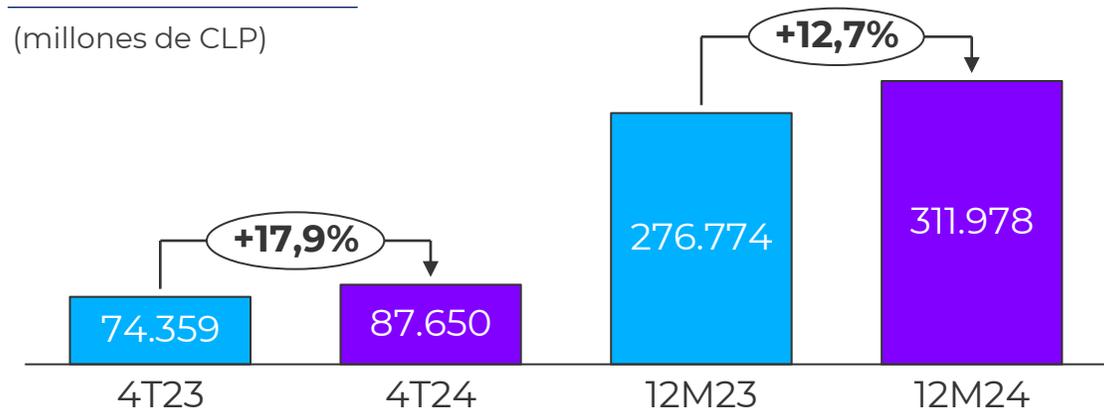
4T24

+11,5%

12M24

EBITDA Ajustado

(millones de CLP)



- El **EBITDA Ajustado** aumentó 17,9%, registrando un margen EBITDA de 90,3%. Una contracción de 89 bps frente al 4T23 explicado por mayores gastos asociados a la expansión del negocio.

+17,9%

4T24

+12,7%

12M24

90,3%

Margen EBITDA Ajustado
-89 bps a/a

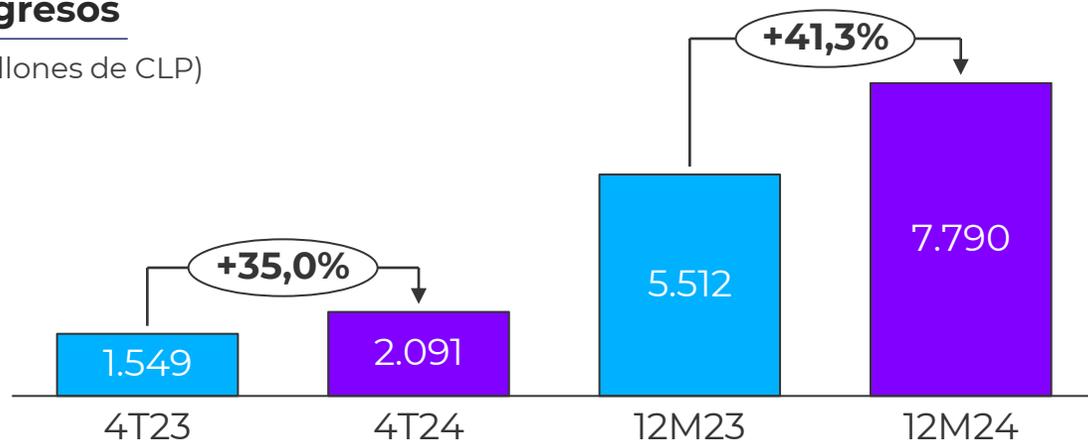
2.6 Perú: aumento de ingresos y EBITDA Ajustado a doble dígito a/a



Perú

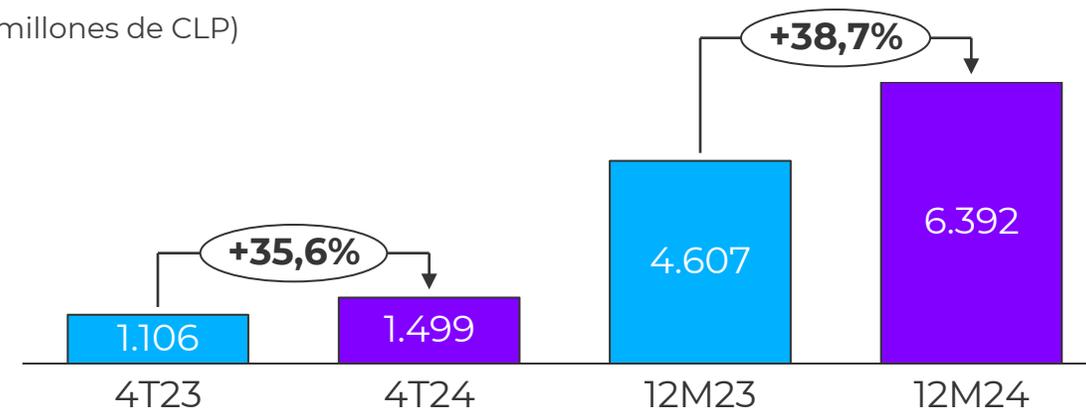
Ingresos

(millones de CLP)



EBITDA Ajustado

(millones de CLP)



- Los **ingresos** aumentaron 24,7% en PEN y 35,0% en CLP en comparación con el 4T23, destacando principalmente Cenco La Molina, el cual abrió sus puertas en diciembre de 2023.

- El **EBITDA Ajustado** aumentó 25,3% en moneda local y 35,6% en CLP a/a, reflejando una mejora en la eficiencia operativa, reduciendo los gastos un 29,7%, explicado en gran medida por menor gasto de publicidad y un mejor desempeño en la incobrabilidad.

+35,0%

4T24

+41,3%

12M24

+35,6%

4T24

+38,7%

12M24

71,7%

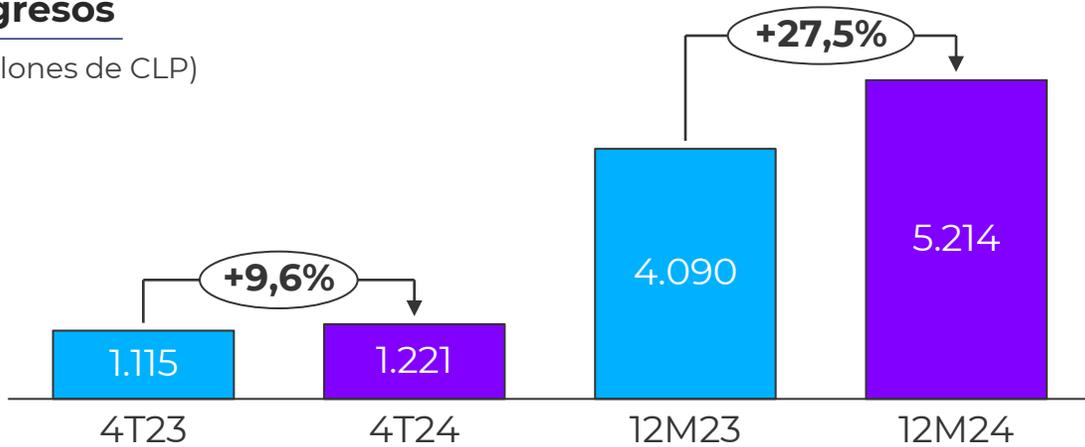
Margen
EBITDA Ajustado

+31 bps a/a

2.7 Colombia: ingresos crecen ~10% frente al 4T23

Colombia

Ingresos
(millones de CLP)

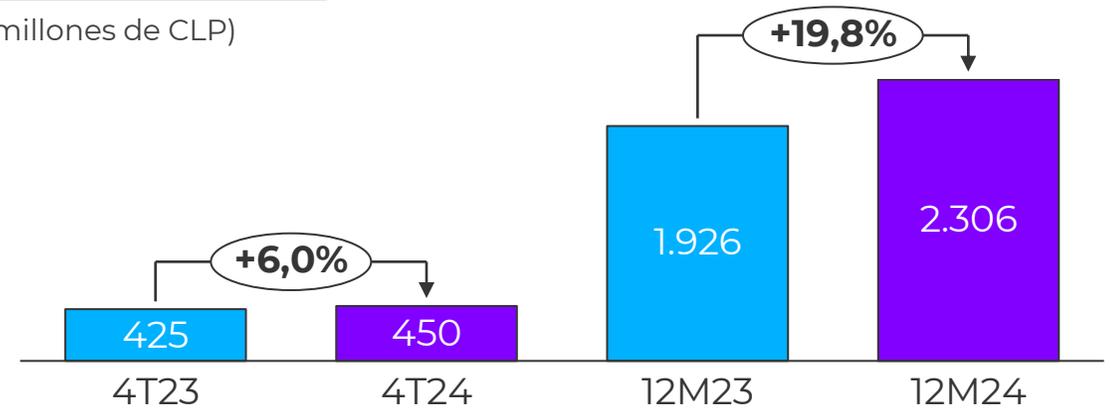


> Los **ingresos** aumentaron 7,9% en COP y 9,6% en CLP frente a 4T23. El incremento de los ingresos se explica principalmente por la actualización de tarifas en renovación de contratos.

+9,6%
4T24

+27,5%
12M24

EBITDA Ajustado
(millones de CLP)



> El **EBITDA Ajustado** aumenta 4,4% en COP y 6,0% en CLP a/a, impulsado por una mejora en el margen bruto, parcialmente compensado por un mayor gasto dado un reforzamiento de los equipos y sistemas internos.

+6,0%
4T24

+19,8%
12M24

36,9%
Margen
EBITDA Ajustado
-124 bps a/a

2.8 Estructura de costos eficiente y crecimiento orgánico saludable en la región



SSS

+7,3% ⁽¹⁾

+0,2%

-2,8%

SSR

+8,2% ⁽¹⁾

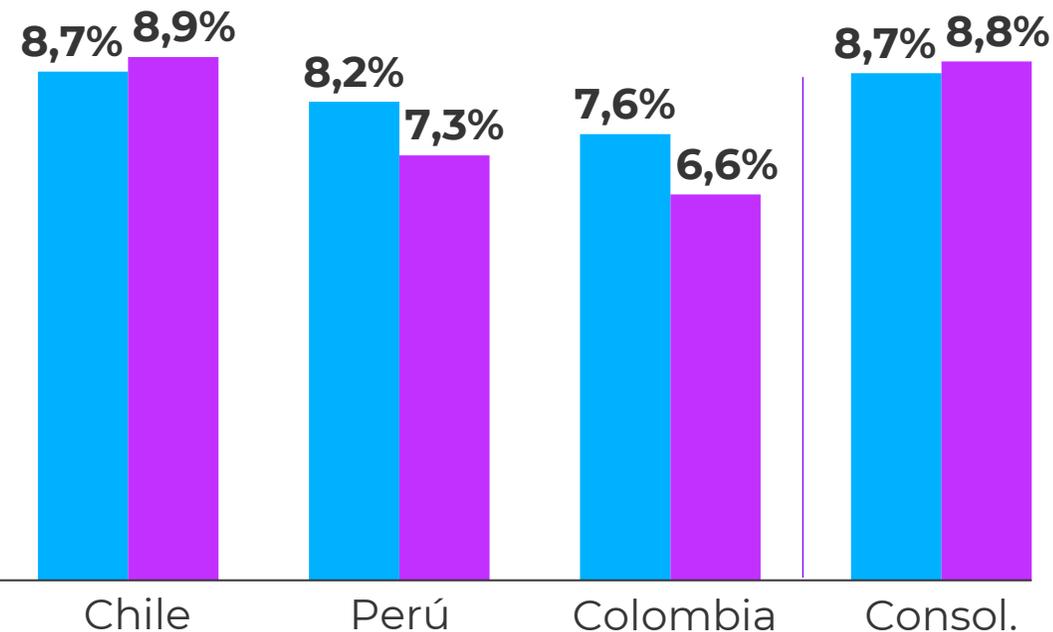
+1,7%

+11,3%



Costo de Ocupación

■ 4T24 ■ 4T23



cenco**m**ALLS

⁽¹⁾ Cifras en moneda local (CLP, PEN y COP, respectivamente). En UF, el SSS sería de 2,6%, mientras que el SSR sería de 3,4%.

2.9 Impuesto y Resultado no Operacional

El **Resultado No Operacional** tuvo una mejora de 60,7% frente al 4T23, explicado principalmente por un efecto positivo en *Diferencias de tipo de cambio* y un *Resultado por unidades de reajuste* menos negativo a/a.

El **Impuesto a la Renta**, por su parte, registró un aumento de 169,6% vs 4T23, explicado principalmente por un aumento de 35,8% en *Impuesto corriente* y también un aumento en el impuesto diferido asociado a la revaluación de activos.

RESULTADO NO OPERACIONAL (Millones de CLP)	4T24	4T23	Var. (%)	12M24	12M23	Var. (%)
Costo Financiero Neto	-927	-198	369,2%	-3.402	-310	998,5%
Diferencias de tipo de cambio	5.811	-1.109	N.A.	7.412	2.579	187,5%
Resultado por Unidades de Reajuste	-9.925	-11.519	-13,8%	-31.617	-32.696	-3,3%
Resultado No Operacional	-5.040	-12.826	-60,7%	-27.607	-30.427	-9,3%

IMPUESTO A LA RENTA (Millones de CLP)	4T24	4T23	Var. (%)	12M24	12M23	Var. (%)
Impuesto diferido rev. de activos	-4.714	1.208	N.A.	-17.106	2.484	N.A.
Impuesto diferido otros conceptos ⁽¹⁾	-943	6.026	N.A.	-9.870	-2.781	254,9%
Impuesto corriente	-25.547	-18.807	35,8%	-65.456	-53.753	21,8%
Total	-31.204	-11.573	169,6%	-92.433	-54.050	71,0%

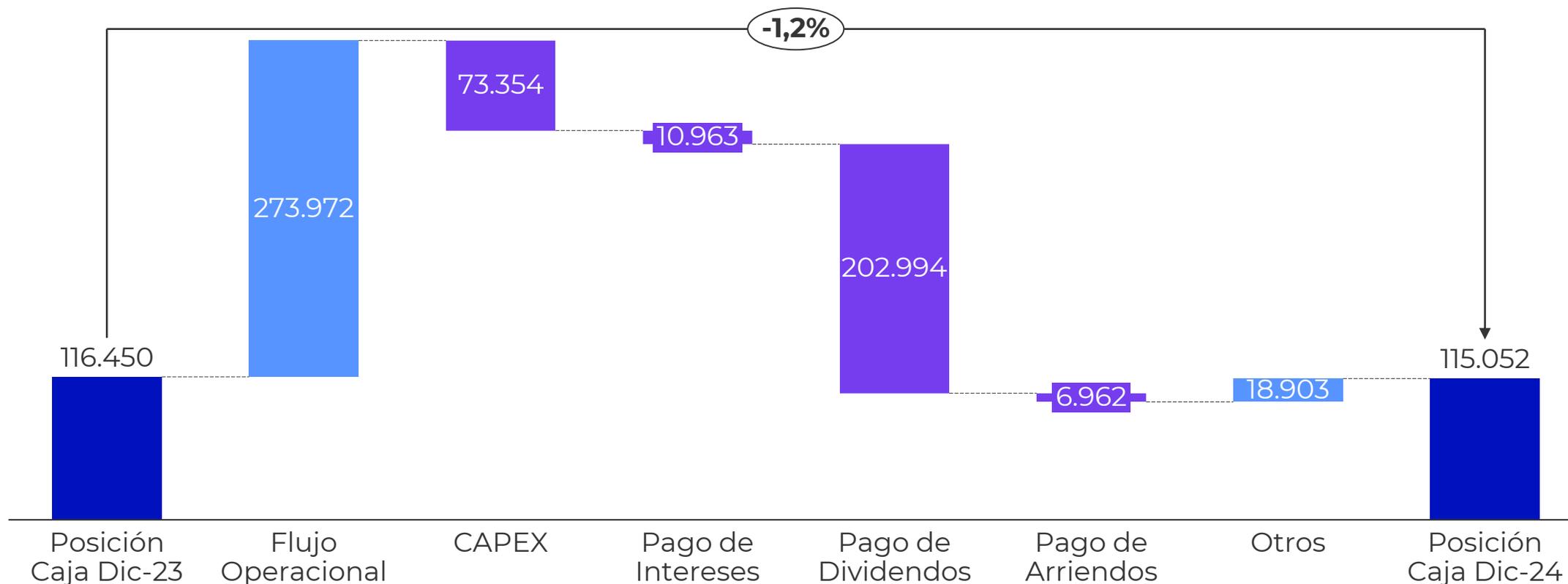


⁽¹⁾ Incluye impuestos diferidos distintos a los relacionados con la revaluación de activos. Se resta el *Impuesto diferido rev. de activos* del *Impuesto diferido total*.

2.10 Posición de caja 2024

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

La **Posición de Caja** de la Compañía se mantuvo estable durante 2024, con una disminución de 1,2% interanual. Destaca en el período **la capacidad de los flujos operacionales de la Compañía de financiar la inversión en expansión del negocio** (la cual incrementó sus flujos en 14,9% a/a), así como también **dividendos definitivos y provisorios de \$34 y \$85 por acción** pagados en 2024.



⁽¹⁾ Cifras en CLP millones. ⁽²⁾ Posición de caja considera Efectivo y equivalentes al efectivo + Activos financieros corrientes.

2.11 Estructura de Capital

Indicadores Financieros	Unidad	DIC 24	DIC 23
Deuda Financiera Bruta	CLP MM	737.357	706.458
Duración	años	10,1	10,8
Posición de Caja	CLP MM	115.052	116.450
Deuda Financiera Neta	CLP MM	622.305	590.008
DFN ⁽³⁾ / EBITDA Ajustado LTM	veces	1,9	2,1

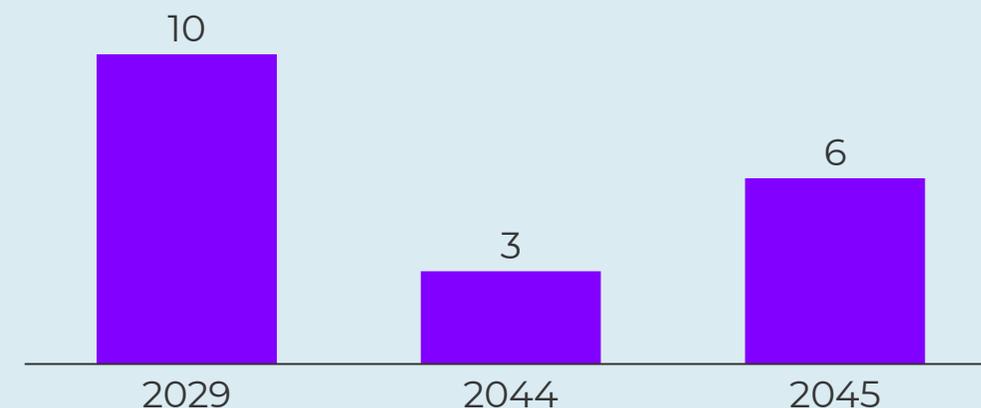
Ratios Financieros	Unidad	DIC 24	DIC 23
Total Pasivos / Patrimonio	veces	0,5	0,5
Razón de Liquidez ⁽⁴⁾	veces	1,8	2,2
Razón de Endeudamiento ⁽⁵⁾	veces	0,3	0,3
EBITDA LTM / Gastos Financieros LTM	veces	24,5	22,4
FFO LTM / DFN	%	40,4%	38,8%
Utilidad LTM / Total Activo	%	6,2%	4,5%
Utilidad LTM / Total Patrimonio	%	9,4%	6,8%

1,9 veces

DFN / EBITDA
Ajustado

- Al 31 de diciembre de 2024, **el 100% de la deuda** de la Compañía expuesta a tasa de interés estaba pactada a tasa fija. Esta deuda corresponde a obligaciones con el público en UF
- La duración promedio de la deuda es de **10,1 años**
- El costo promedio de la deuda es **1,54% ⁽¹⁾**

Deuda a largo plazo ⁽²⁾



⁽¹⁾ 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. ⁽²⁾ Considera amortizaciones de capital. Valores en millones de UF. ⁽³⁾ Deuda Financiera Neta. ⁽⁴⁾ Activos Corrientes / Pasivos Corrientes. ⁽⁵⁾ Total Pasivos / Total Activos



03. Avances en Sostenibilidad

3.1 Avances en Sostenibilidad

Gobierno Corporativo

Cenco Malls es reconocido en el Yearbook del S&P Global

En 2024, más de 7.690 empresas fueron evaluadas y solo 780 lograron ser parte del Yearbook del ranking de Sostenibilidad S&P Global, destacando Cenco Malls entre las mejores de su sector. Cenco Malls reafirma su compromiso con la sostenibilidad dentro de la industria de *Real Estate*, dando cuenta de su visión a largo plazo, mejora continua y gestión responsable en aspectos ASG.

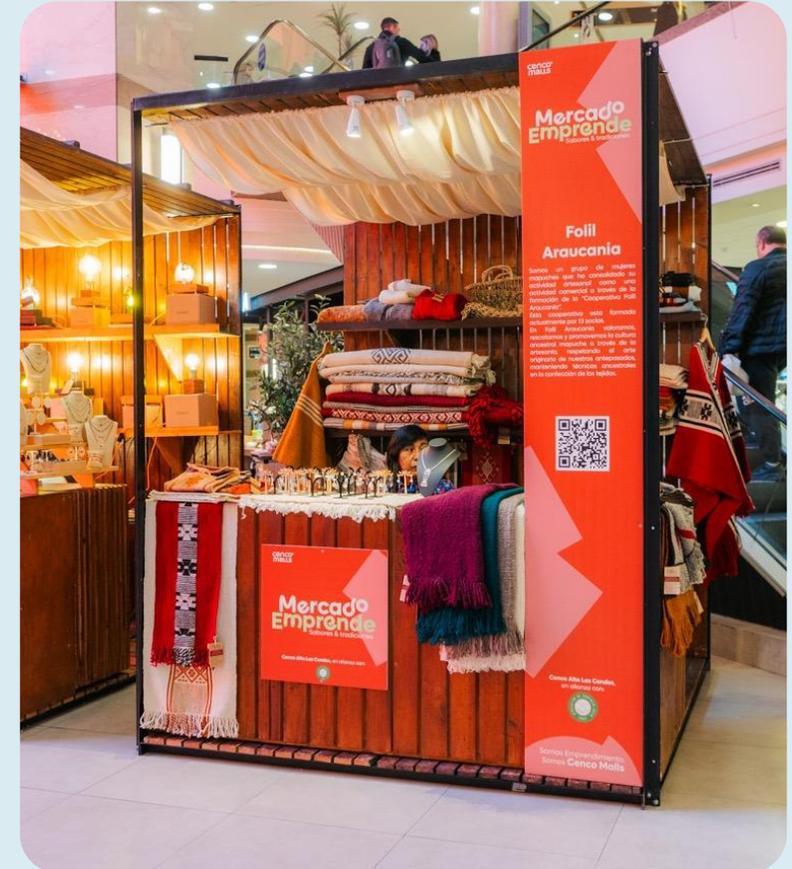
Planeta

Implementación de paneles solares en Cenco Altos del Prado

Se instalaron 3.000 m² de paneles solares en Cenco Altos del Prado, con el objetivo de reducir en un 25% el consumo total de energía del centro comercial. La energía generada abastecerá el 100% de las áreas comunes, contribuyendo al uso de fuentes renovables.

Expansión de Puntos Limpios: reciclaje en todos los malls de Chile

Se completó la implementación de espacios de reciclaje en el 100% de los centros comerciales. Con la apertura de dos nuevos Puntos Limpios, se alcanzó un total de 4 puntos limpios, que a la fecha tienen una capacidad de aproximadamente 4 toneladas mensuales para residuos.



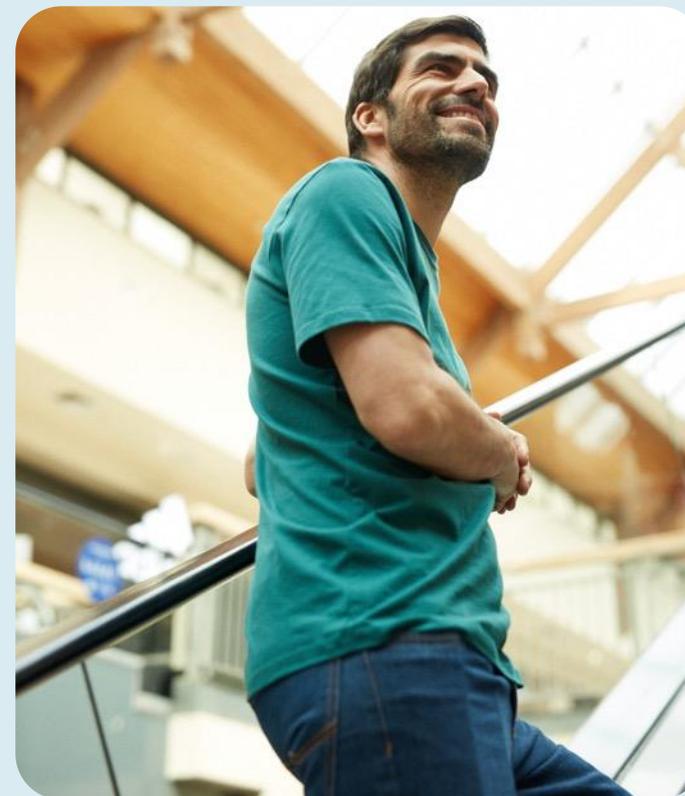
Personas

Alto al Cáncer : campaña de concientización sobre el cáncer de mama

Durante el mes de octubre, se realizó la décima edición de Alto al Cáncer, la cual por primera vez tuvo alcance regional llegando a Perú y Colombia. En Chile, se entregaron más de 1.000 mamografías en 13 comunas de la región metropolitana y más de 100 mamografías para colaboradoras, locatarias y proveedoras.

Novena edición de Navidad con Sentido

Durante el 4^{to} trimestre se llevó a cabo la novena versión de *Navidad con Sentido*, iniciativa orientada a la entrega de regalos y la realización de celebraciones para niños en situación de vulnerabilidad. Con la colaboración de clientes y aliados estratégicos, se distribuyeron más de 61.000 regalos y se organizaron siete eventos navideños junto a diversas fundaciones.



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 Cencosud, featuring a stylized mountain range silhouette in the top left corner. The mountain peaks are in shades of purple and blue. The background is a dark blue gradient.

cenco•malls