

cenco•malls

Memoria Integrada

2024



Bienvenido a  
**cenco·malls**

Desde 2024, esta es nuestra  
marca a nivel regional.  
Representa nuestra identidad y  
visión estratégica.

Creamos valor de manera  
innovadora, impecable, simple y  
humana con el **propósito de liderar  
la generación de espacios y  
experiencias para un mundo mejor.**



## Nuestros compromisos

- Soluciones y experiencias relevantes y memorables
- Excelencia en todo lo que hacemos
- Crecimiento y desarrollo mutuos
- Diálogo, comunidad y confianza
- Agilidad, liderazgo e innovación consciente





# Contenido

## Acerca de esta memoria

### Marco de reporte

La memoria integrada de Cencosud Shopping S. A. (en adelante, Cenco Malls) responde a los requisitos de las normas emitidas por la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) de Chile acerca del contenido de este tipo de informes (NCG 30, NCG 461 y NCG 519). En este marco, incluye estándares SASB de la industria de bienes inmobiliarios.

### Metodología

La elaboración del contenido de esta memoria ha tenido en cuenta las recomendaciones del Marco Internacional de Reportes Integrados de Value Reporting Foundation (incorporada en Fundación IFRS).

### Verificación externa

Deloitte Chile verificó la información y las métricas de sostenibilidad incluidas en esta memoria integrada.

### Íconos en este documento

Índice general de contenido

Vínculo a información adicional

## 01. Presentación

Legado de Horst Paulmann	6
Carta del Presidente del Directorio	7
Carta del Gerente General	8
2024 en cifras	9

## 02. Cenco Malls en 2024

Perfil	12
Propiedad	14
Historia	15
Hitos 2024	16
Reconocimientos	17

## 03. Estrategia

Modelo de creación de valor	19
Relaciones con los grupos de interés	20
Entorno de negocios	25
Plan estratégico de mediano plazo	26
Progreso 2024	27

## 04. Gobierno corporativo

Principios de gobierno	39
Estructura de gobierno	41
Directorio	42
Ejecutivos principales	45
Gestión de riesgos	46
Cumplimiento	50

## 05. Desempeño

Indicadores financieros	52
Indicadores por activo	53
Posición financiera	54
Resultados por país: Chile	55
Perú	57
Colombia	59

## 06. Anexos

Información societaria	64
Estadísticas sobre colaboradores	71
Propiedades e instalaciones	102
Información sobre proveedores	108
Indicadores de sostenibilidad SASB	112
Carta de verificación externa	116
Índice de Contenidos NCG 461	119



# 01.

# Presentación

- 
- Legado de Horst Paulmann
  - Carta del Presidente del Directorio
  - Carta del Gerente General
  - 2024 en cifras





# Horst Paulmann Kemna

(1935 – 2025)

## “El cliente, siempre, en el centro”

El fundador de Cencosud fue un empresario que soñó en grande y trabajó incansablemente para desarrollar la industria del retail y mejorar la vida de millones de personas.

En este espacio queremos rendirle un homenaje, compartiendo algunos aspectos de su vida.

Don Horst nació el 22 de marzo de 1935 en Kassel, Alemania. En 1950 se estableció junto a su familia en Temuco, Chile.

Desde temprana edad, mostró un espíritu emprendedor y una habilidad innata para identificar oportunidades de negocio. Sus primeros pasos en el mundo del comercio fueron humildes. Trabajó como telefonista y colaboró con su padre en la fabricación de cunas y juguetes de madera. En 1952, la familia adquirió un restaurante en Temuco, que con el tiempo se convirtió en la base de su legado empresarial. Tras el fallecimiento de su padre en 1955, Horst y su hermano Jürgen asumieron la administración del negocio familiar.

El punto de inflexión en su carrera llegó en 1962, cuando decidieron cerrar el restaurante para fundar “Las Brisas”, el primer supermercado de la ciudad. Con una visión innovadora, Paulmann revolucionó la forma en que los chilenos adquirían productos de consumo diario. Su espíritu emprendedor lo llevó a inaugurar en 1976 el primer hipermercado Jumbo en Santiago, sentando las bases de lo que se convertiría en Cencosud, el mayor holding de retail de Chile y uno de los más importantes de América Latina.

Bajo su liderazgo, Cencosud inició su expansión internacional en 1982 con su llegada a Argentina. La empresa diversificó su oferta con tiendas por departamento (Paris), mejoramiento del hogar (Easy) y centros comerciales (Cenco Malls). La apertura de Cencosud en la Bolsa de Santiago en 2004 impulsó su crecimiento en mercados clave como Perú, Brasil y Colombia, con adquisiciones estratégicas como Disco, Vea y Metro. En 2019 lideró la apertura a bolsa de Cenco Malls y en 2022 consolidó su visión global con la compra de The Fresh Market en Estados Unidos.

Uno de sus logros más emblemáticos fue el desarrollo del Costanera Center, el complejo comercial y de oficinas más grande de Chile y Sudamérica. A pesar de enfrentar desafíos como la crisis *subprime* de 2008, su determinación llevó a la culminación de la Gran Torre Costanera, de 62 pisos y 300 metros de altura, que hoy es un ícono de Santiago y símbolo de su visión empresarial. Paulmann era reconocido por su estilo de liderazgo cercano y exigente, su obsesión por los detalles y su compromiso inquebrantable con la satisfacción del cliente. Su lema era claro: el cliente, siempre, en el centro.

Hasta sus últimos días, continuó recorriendo tiendas y centros comerciales, supervisando personalmente cada detalle de su negocio. Falleció el 11 de marzo de 2025, pero su legado sigue vivo en cada local y tienda de Cencosud, en sus colaboradores y en los millones de clientes que confiaron en su visión.

Su espíritu seguirá inspirando a las futuras generaciones.





## Carta del Presidente del Directorio

# “Impulsamos la transformación de los centros comerciales”

Manfred Paulmann Koepfer

Tengo el agrado de compartir con ustedes la revisión de los avances y proyectos que están transformando nuestros centros comerciales, asegurando su relevancia y éxito en el futuro. Antes de entrar en materia, me gustaría referirme a mi padre y fundador de nuestra Compañía, don Horst Paulmann Kemna, quien nos dejó el pasado 11 de marzo de 2025. Él, con su visión y sello innovador, marcó la hoja de ruta de Cenco Malls, y ahora con su legado nos permitirá seguir liderando la generación de espacios y experiencias por un mundo mejor. En 2019, cuando concretamos la mayor apertura en bolsa de la historia, señaló que “sorprenderíamos en América Latina”, y es precisamente lo que buscamos hacer día a día.

En el mundo dinámico de los centros comerciales, la competencia y la constante necesidad de innovación son desafíos diarios para cualquier operador. En este contexto, nuestra Compañía ha dado un paso audaz, unificando sus marcas a nivel regional bajo el nombre Cenco Malls. Este cambio, iniciado en 2024, busca no solo mejorar la eficiencia y el

reconocimiento de la marca, sino también liderar la transformación de la industria en la región, consolidando nuestra presencia y fortaleciendo nuestro compromiso con la innovación y la sostenibilidad en Chile, Perú y Colombia.

En esta nueva época del retail inmobiliario es importante integrar el mundo físico con el digital y reconfigurar los espacios para dar acceso no solo a productos y servicios, sino también a experiencias memorables. Un buen ejemplo de esto es lo que hemos realizado en el último año en Cenco Costanera, en Chile. Allí inauguramos el Bike Costanera, un espacio para estacionar más de 800 bicicletas, con servicios complementarios y seis nuevos locales comerciales. En tanto, en el quinto piso estamos ampliando la oferta gastronómica con más de 7.400 m<sup>2</sup> destinados a nuevos restaurantes, con el objetivo de convertirnos en el principal circuito gastronómico de Chile y uno de los más importantes de la región. En 2024 logramos una mejora de 4 puntos porcentuales en el índice de satisfacción de

clientes (CSAT), a pesar de la intervención de nuestros principales centros comerciales por obras de expansión. Este avance refleja la fortaleza de nuestra propuesta de valor, además de la implementación de diversas iniciativas, como las nuevas funcionalidades de la app Mi Mall. Queremos seguir avanzando en innovación y por eso sumamos alianzas estratégicas y lanzamos el segundo Desafío de Innovación Abierta de Cosmolab. Más de 180 startups respondieron a nuestra convocatoria a transformar la experiencia en nuestros centros comerciales.

En Cenco Malls cerramos un 2024 marcado por el crecimiento y la consolidación. Alcanzamos una posición financiera y comercial sólida que nos permite seguir avanzando con nuestro plan de inversión y expansión. Este resultado fue posible gracias al compromiso de nuestros equipos y al trabajo colaborativo que impulsa cada uno de nuestros proyectos, junto con la preferencia de los clientes que nos visitan día a día.



## Carta del Gerente General

# “Continuaremos firmemente con nuestro plan de expansión”

Sebastián Bellocchio Fioretti

El 2024 fue un año de grandes logros para Cenco Malls. Consolidamos nuestro crecimiento en la región y seguimos reafirmando nuestra posición como uno de los líderes en la industria de centros comerciales de la región andina. Gracias a una gestión disciplinada y un enfoque estratégico, logramos incrementar nuestra rentabilidad, mantener altos niveles de ocupación y fortalecer nuestro posicionamiento financiero.

Durante el año, los ingresos totales crecieron un 12,2% a/a, impulsados por la incorporación de más de 20.000 m<sup>2</sup> de GLA y la capacidad de la Compañía de mantener la tasa de ocupación estable en un 98,3%. Estos números confirman nuestra sólida gestión de espacios arrendables y la fuerte demanda de nuestros locatarios. Asimismo, los ingresos se vieron impulsados por una mayor contribución de ingresos por arriendo variable, producto de nuestra capacidad de capitalizar el efecto de la recuperación parcial del consumo en Chile y mayores niveles de turismo. Lo anterior se reflejó en casi un 10% de incremento de las visitas en nuestros malls, como también en la expansión de venta de locatarios por sobre un 8% frente al 2023. Ello es consecuencia de una

permanente búsqueda del mix adecuado en cada uno de nuestros centros comerciales con el fin de sorprender a nuestros clientes todos los días, lo que nos ha permitido mejorar las ventas y ser preferidos por los locatarios.

Office HUB Costanera continúa posicionándose como una de las principales propuestas de oficinas Clase A de Santiago. Actualmente, la Gran Torre Costanera y torre de Vitacura en su conjunto cuentan con más de 30 empresas arrendatarias. Al cierre del año, el complejo de oficinas Costanera contaba con un 88,9% de ocupación del total de m<sup>2</sup> habilitados.

El EBITDA Ajustado creció un 13,2% frente al 2023, alcanzando un margen EBITDA del 90,8% (+80 pb), reafirmando así nuestra eficiencia operativa y crecimiento con rentabilidad. A su vez, la utilidad neta se incrementó en un 41,9%.

En tanto, nuestro plan de inversión 2023-2027 por USD 500 millones continúa avanzando en proyectos clave. En Chile, están en diferentes etapas de desarrollo la ampliación de Rancagua y Temuco, el Centro Comercial Vitacura, a lo que se suma la incorporación de

superficie arrendable en los principales malls, con foco en un mix de locatarios basado en entretenimiento, gastronomía y *fashion retail*. En Colombia, continúa en ejecución la ampliación de Cenco Limonar, mientras que en Perú las obras de la segunda etapa de Cenco La Molina han permitido que este se haya ido consolidando como el mayor centro comercial de su distrito, en Lima, Perú.

En octubre, la clasificadora de riesgo Humphreys elevó la calificación de Cenco Malls a "AAA", reflejando nuestra sólida generación de ingresos, la estabilidad de nuestros contratos de arriendo y el respaldo del Grupo Cencosud. Este reconocimiento es un testimonio de nuestra fortaleza financiera. Miramos con optimismo el 2025, con el objetivo de seguir consolidando nuestro liderazgo en la región. Seguiremos enfocados en el crecimiento sostenible, la innovación en la experiencia de compra y el fortalecimiento de nuestro negocio. Asimismo, continuaremos comprometidos con los 10 principios del Pacto Global y alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Agradezco el compromiso de nuestro gran equipo de Cenco Malls, de nuestros locatarios y socios estratégicos, quienes han sido clave en estos logros.

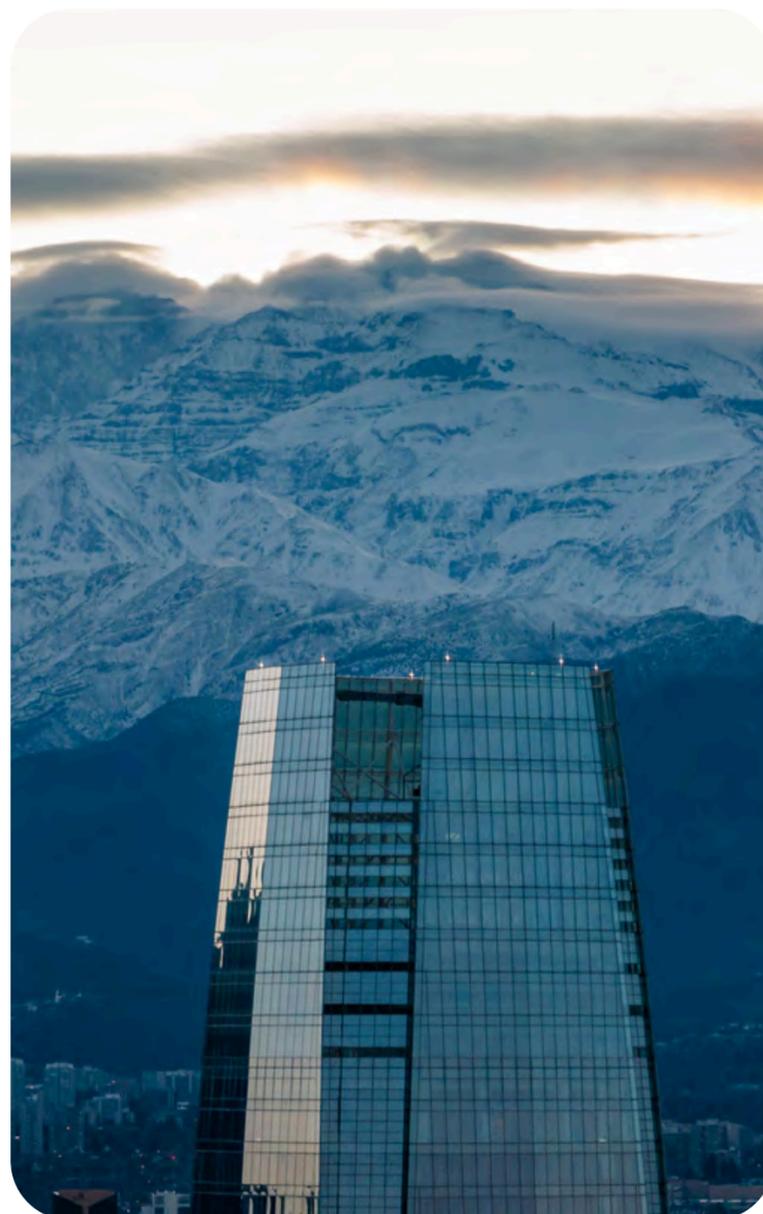




2024 en cifras

# Resumen financiero

Consolidado, al 31 de diciembre de cada año



Resultados (CLP millones)	2024	2023	Variación
Ingresos	353.184	314.785	12,2%
Ganancia bruta	341.252	303.378	12,5%
<b>Margen bruto</b>	<b>96,6%</b>	<b>96,4%</b>	<b>25 pb</b>
Gastos de administración y ventas	-24.857	-19.928	24,7%
<b>Resultado operacional</b>	<b>386.937</b>	<b>272.579</b>	<b>42,0%</b>
<b>Resultado no operacional</b>	<b>-27.607</b>	<b>-30.427</b>	<b>-9,3%</b>
Impuesto a la renta	-92.433	-54.050	71,0%
Utilidad neta	266.897	188.103	41,9%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>320.677</b>	<b>283.307</b>	<b>13,2%</b>
<b>Margen EBITDA Ajustado</b>	<b>90,8%</b>	<b>90,0%</b>	<b>80 pb</b>

Ingresos

CLP MILLONES

# 353.184

+12,2% vs. 2023

EBITDA ajustado

CLP MILLONES

# 320.677

+13,2% vs. 2023

Margen EBITDA

# 90,8%

+80 pb vs. 2023



# Indicadores de sostenibilidad

Consolidados, al 31 de diciembre de 2024

## Medioambiente

Centros comerciales con espacios para gestión de residuos

**100%**

Porcentaje del GLA total abastecido con energías renovables.

**94%**

Disminución de la Huella de Carbono Regional Alcances 1, 2 y 3

**28%**

(Market based 2024 vs. 2023)

## Social

Media de brecha salarial de género

**99%**

(Porcentaje que representa el salario bruto de las mujeres respecto del de los hombres)

Satisfacción de clientes C-SAT

**77%**

(Customer Satisfaction Score)

Satisfacción de colaboradores

**83%**

(Medido en encuestas de clima internas)

## Gobierno corporativo

Proveedores evaluados con criterios de sostenibilidad

**80%**

Mujeres en cargos de liderazgo

**27%**

(Proporción del total de cargos de liderazgo)

Reclamaciones sobre violaciones a la privacidad

**0**



# 02.

## Cenco Malls en 2024

- Perfil
- Historia
- Hitos de 2024
- Propiedad
- Reconocimientos





# Perfil

Cenco Malls es un operador regional de activos inmobiliarios *best-in-class*.

La compañía desarrolla y opera 40 centros comerciales en 20 ciudades de Chile, Perú y Colombia.

Cenco Malls forma parte del *holding* Cencosud, uno de los mayores *retailers* de Latinoamérica.

Desde 2019 sus acciones se transan en la Bolsa de Comercio de Santiago. Su nemotécnico inicial (CENCOSHOPP) cambió en junio de 2024 a CENCOMALLS), como parte del proceso de unificación de marca a nivel regional.



## Centros comerciales

Cenco Malls opera 15 centros comerciales –clasificados por sus dimensiones en las categorías de mega, regional o vecinal– y 25 *power centers*, centros de menor tamaño ubicados en áreas de fácil acceso. Asimismo, comercializa ubicaciones de trascaja de supermercados.



## Oficinas clase A

Office Hub Costanera es un complejo de oficinas ubicado en el sector financiero de Santiago de Chile. Está compuesto por las torres Vitacura y Costanera. Esta última, con 62 pisos, es la más alta de Sudamérica.



## Mirador Sky Costanera

Desde los 300 metros de altura, Sky Costanera ofrece una vista panorámica de 360 grados de Santiago de Chile.

## Estacionamientos

La compañía ofrece un total de más de 19.000 plazas de estacionamientos en sus centros comerciales.



# Presencia

## Colombia

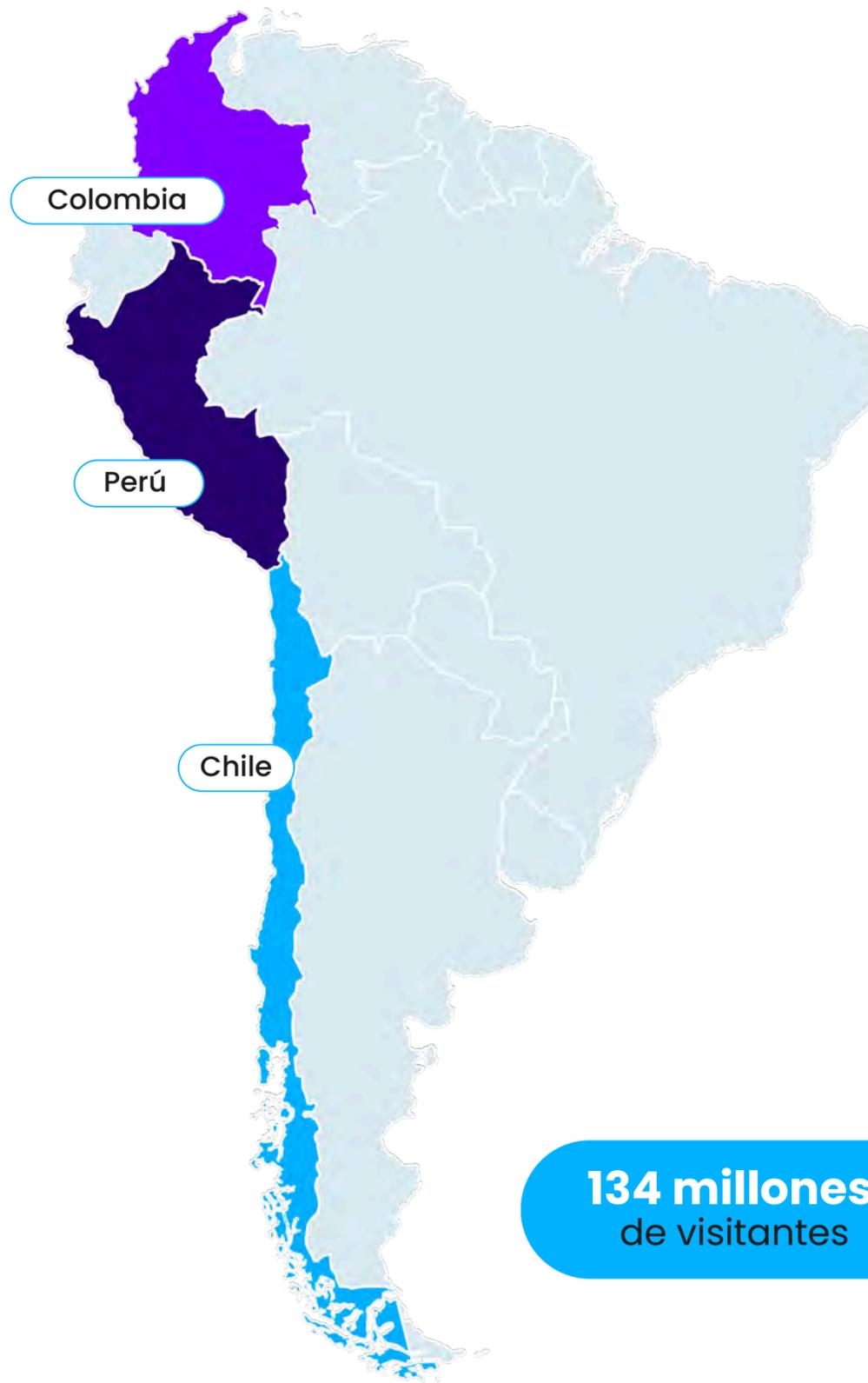
2 centros comerciales  
2 *power centers*  
GLA: 63.257 m<sup>2</sup>

## Perú

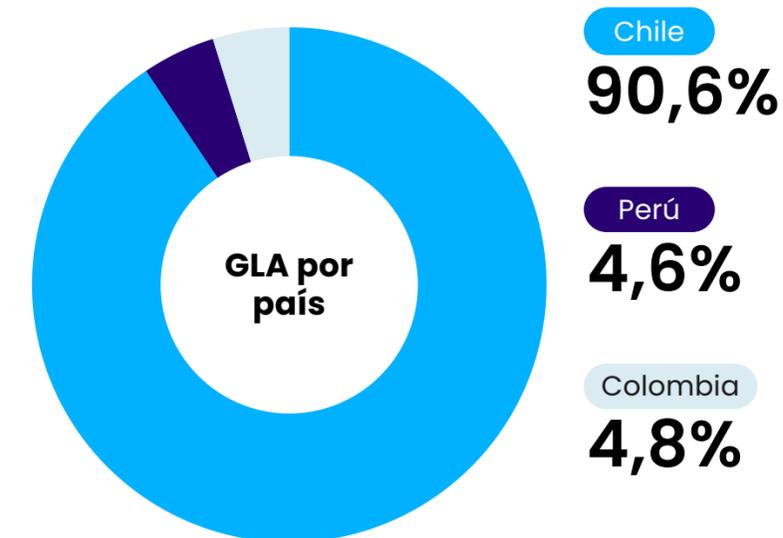
2 centros comerciales  
1 *power center*  
GLA: 60.534 m<sup>2</sup>

## Chile

11 centros comerciales  
22 *power centers*  
Complejo de oficinas  
GLA: 1.258.580 m<sup>2</sup>

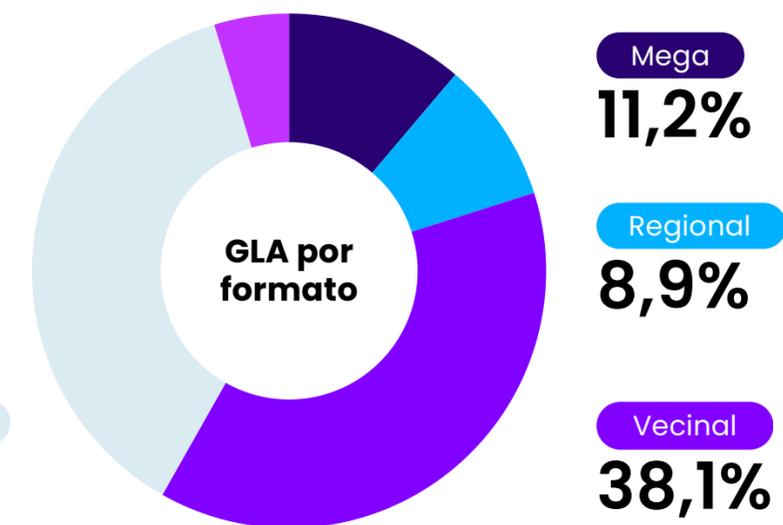


**134 millones**  
de visitantes



Oficinas  
**4,7%**

Power centers  
**37,1%**





# Activos inmobiliarios *best-in-class*

## Superficie bruta arrendable

GLA: Gross Leasable Area

# 1.382.370 m<sup>2</sup>

2023: 1.361.925 m<sup>2</sup>

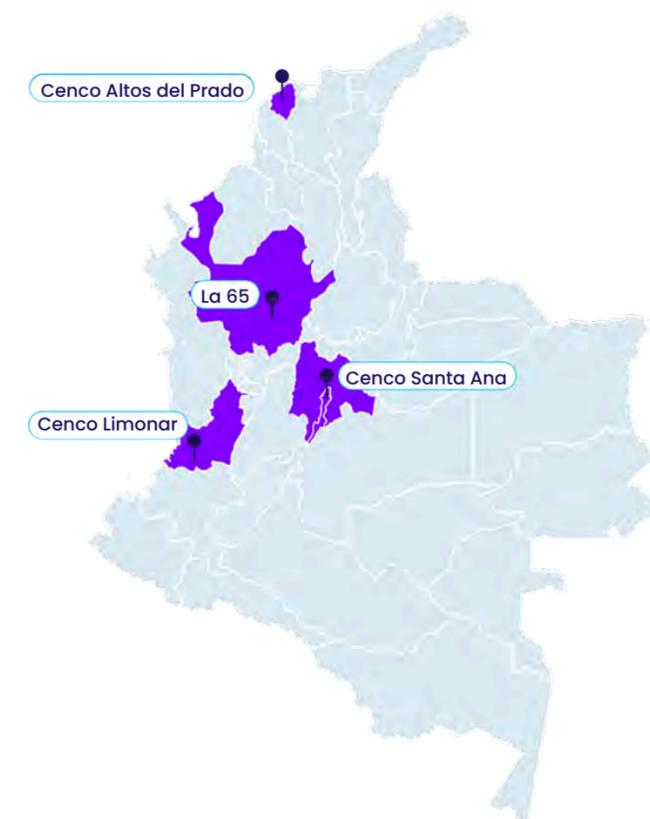
## Tasa de ocupación

# 98,3%

2023: 98,4%

## Locales comerciales

# +2.100



### Chile

Tasa de ocupación

# 99,0%

Banco de terrenos

# 693.774 m<sup>2</sup>



### Perú

Tasa de ocupación

# 89,8%

Banco de terrenos

# 11.830 m<sup>2</sup>



### Colombia

Tasa de ocupación

# 92,6%



# Propiedad

Cenco Malls transa sus acciones en la Bolsa de Comercio de Santiago. La sociedad es controlada por la familia Paulmann, a través de Cencosud S. A. y otras sociedades. (Detalles en Anexos).

El capital de Cenco Malls está dividido en 1.705.831.078 acciones de una misma serie y sin valor nominal.



Cencosud S. A.

72,3%

Fondos de pensiones chilenos

20,3%

Extranjeros

2,5%

Corredores de bolsa

2,8%

Otros

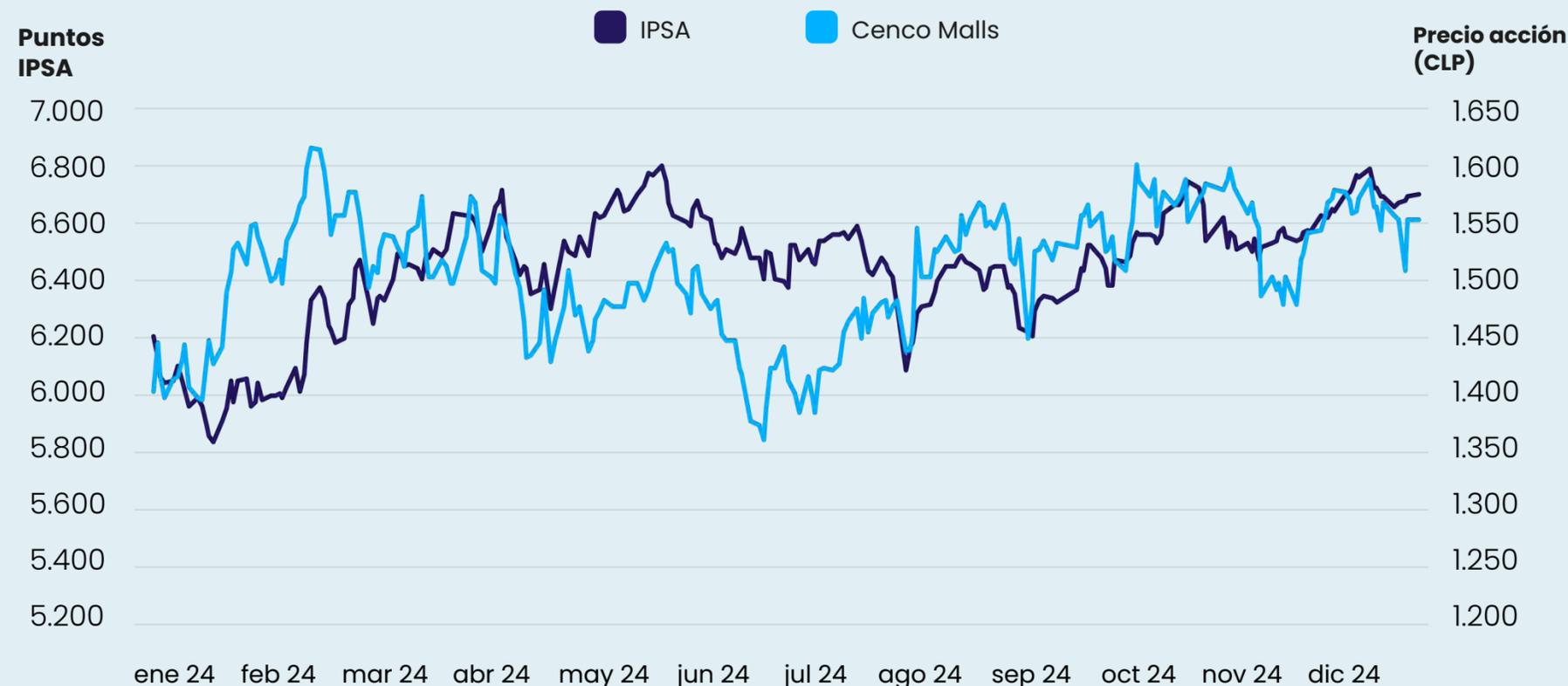
2,1%

Datos al 31 de diciembre de 2024

Nota: Otros incluye la participación de administradoras de fondos (1,6%) y de privados (0,5%).

Situación de control y estadísticas bursátiles en anexos

## Evolución del precio de la acción en 2024



El IPSA (Índice de Precios Selectivo de Acciones) es el principal índice bursátil de la Bolsa de Santiago de Chile

# USD 202 millones

Total transado en acciones de Cenco Malls durante 2024

# USD 2.664 millones

Capitalización bursátil de Cenco Malls

Nota: para la conversión a dólares se utilizó el tipo de cambio promedio de 2024 = 943,7 CLP / USD.



# Historia

1982



## Primeras aperturas

- 1982** Argentina: centro comercial de Cencosud (Parque Brown).
- 1993** Chile: Cenco Alto Las Condes.
- 1999** Perú: *power center* San Juan de Lurigancho, en Lima.



## Expansión en Chile

- 2000** Cenco Rancagua (Región de O'Higgins).
- 2002** Cenco La Reina y Cenco Florida en la Región Metropolitana; y Cenco Viña del Mar, en la Región de Valparaíso.
- 2003** Cenco Portal La Dehesa y cinco *power centers*.
- 2004** Cenco Temuco y Cenco El Llano.
- 2005** Cenco Puerto Montt, Concepción Barros Arana, Temuco Centro y Cenco Copiapó.
- 2006** Tres *power centers*: Cenco Valparaíso, Cenco La Serena y Cenco Angamos.
- 2008** Cenco Belloto, Cenco Ñuñoa y tres nuevos *power centers* en Osorno, Talca y Santiago.
- 2009** Cenco Osorno.
- 2010** *Power center* en Puente Alto.
- 2011** *Power center* en Calama.
- 2012** *Power center* en Hualpén.

## Inauguración de Cenco Costanera

- 2012** Unido a dos torres de oficinas – una de estas, la más alta de Sudamérica– se convierte en el centro comercial más grande de Chile.

## Sky Costanera

- 2015** Abre al público Sky Costanera, el mirador más alto de Latinoamérica.

## Apertura en bolsa

- 2019** Fue colocado en la Bolsa de Comercio de Santiago el 27,7% del capital social de Cenco Malls. Con una recaudación mayor a USD 1.000 millones, fue la mayor apertura en la bolsa local ese año.



## Expansión en la región

### Perú

- 2013** Cenco Arequipa.
- 2023** Cenco La Molina.

### Colombia

- 2013** Adquisición de Cenco Limonar, Cenco Santa Ana, Cenco Altos del Prado y La 65.



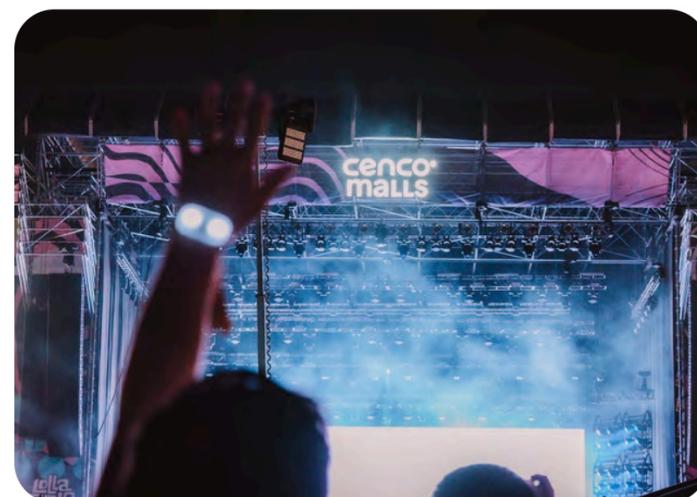
# Hitos de 2024



Enero

## Expansión de Cenco La Molina, en Perú

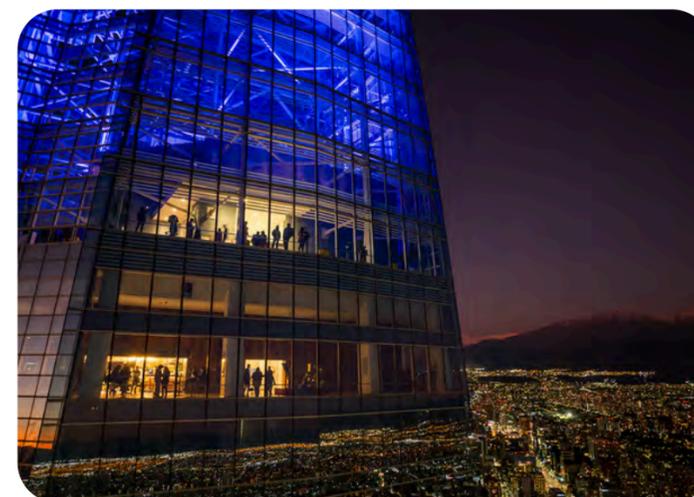
Cenco La Molina, inaugurado en diciembre de 2023, comenzó su ampliación en enero de 2024. Este proyecto contempla más de 17.000 metros cuadrados adicionales de área comercial, destinados a restaurantes, cines, un gimnasio y nuevas tiendas de moda. Una vez finalizada la ampliación en 2025, Cenco La Molina contará con 140 locales comerciales distribuidos en 5 niveles.



Marzo

## Lanzamiento de marca regional Cenco Malls

En Lollapalooza Chile 2024, el festival de música más grande de Latinoamérica, se presentó la marca regional de Cenco Malls a nivel masivo. Cenco Malls fue el presentador oficial de este evento, que le permitió conectar con los fanáticos de la música y promover sus valores de sostenibilidad, innovación y entretenimiento.



Abril

## Renovación del Directorio

El 25 de abril, la Junta Ordinaria de Accionistas eligió a los nuevos miembros del Directorio. Este quedó compuesto por cinco miembros no independientes: José Raúl Fernández, Stefan Krause, Manfred Paulmann, Peter Paulmann y Jaime Soler. Además, se incorporaron dos miembros independientes propuestos por AFP Habitat: María Susana Carey y Eduardo Novoa.



Octubre

## Calificación AAA por Humphreys

Humphreys mejoró la clasificación de riesgo de las líneas de bonos de Cenco Malls desde categoría "AA+" hasta "AAA". La clasificadora destacó el incremento en la ocupación, la colocación de nuevos metros cuadrados y la rentabilización de espacios existentes.



# Reconocimientos

## Premios CLICC

### N.º 1 en Tecnología e Innovación

En la primera edición del premio de la Cámara Latinoamericana de la Industria de Centros Comerciales, Cenco Malls fue distinguida por las experiencias digitales que ha creado en las pantallas más grandes de Latinoamérica.

## Cámara Chilena de Centros Comerciales

### Premio Innovación Social

Destaca la contribución de Cenco Malls a la prevención de incendios en la Región Metropolitana, al instalar cámaras con termosensores en el mirador Sky Costanera en alianza con la Corporación Nacional Forestal, Conaf.

## WINNIA

### Alto impacto social

Este reconocimiento internacional fue otorgado a la Compañía por la campaña Alto al Cáncer, por su alto impacto social, trayectoria y visibilidad.

## Eikon 2024

### Reconocimiento en sustentabilidad cultural

La iniciativa Mercado Emprende posicionó a Cenco Malls en el tercer lugar de esta categoría, que reconoce la excelencia en las comunicaciones institucionales.

Asimismo, la compañía recibió un reconocimiento en comunicación de identidad corporativa por su participación como Presentador Oficial de Lollapalooza Chile 2024, oportunidad en la que realizó el lanzamiento de su marca regional Cenco Malls.

## Premio Sernatur

### Espacio relevante del turismo en Chile

Sky Costanera, el mirador más alto de Sudamérica, fue destacado por su contribución al turismo en Chile y su compromiso social.

## FIP Festival

### Acción más destacada en tecnología

En los FIP Festival de Buenos Aires en 2024, Cenco Malls fue premiada por su innovadora activación de Just Dance como la Acción Más Destacada en Tecnología. Esta colaboración con BeFun Entertainment transformó la experiencia de los centros comerciales gracias a su foco en el entretenimiento.

## Tripadvisor

### Traveller's Choice 2024

Sky Costanera fue reconocido por Tripadvisor como uno de los mejores destinos del mundo para turistas.





# 03.

## Estrategia

- Modelo de creación de valor
- Relaciones con los grupos de interés
- Entorno de negocios
- Plan estratégico
- Progreso 2024





# Modelo de creación de valor

El modelo de negocio de Cenco Malls se basa en construir y operar centros comerciales en ubicaciones estratégicas y de alto valor, con una oferta comercial atractiva, que permite responder y anticiparse a las necesidades de los visitantes. La Compañía desarrolla estrategias para que sus centros comerciales sean espacios seguros y respondan al rol que desempeñan en la sociedad y al posicionamiento de las marcas de sus arrendatarios.

## Recursos y relaciones

### Capital financiero

- Patrimonio total: CLP 2.834.499 millones
- Contratos de arriendo

### Capital humano

- 586 colaboradores
- 18% con más de 12 años en la empresa

### Capital físico

- 40 centros comerciales en Chile, Perú y Colombia
- 2 torres de oficinas
- 705.604 m<sup>2</sup> en banco de terrenos

### Capital intelectual

- Marca regional Cenco Malls
- Sistema de innovación abierta

### Capital ambiental

- Sistemas de eficiencia hídrica y energética en Chile, Perú y Colombia

### Capital social

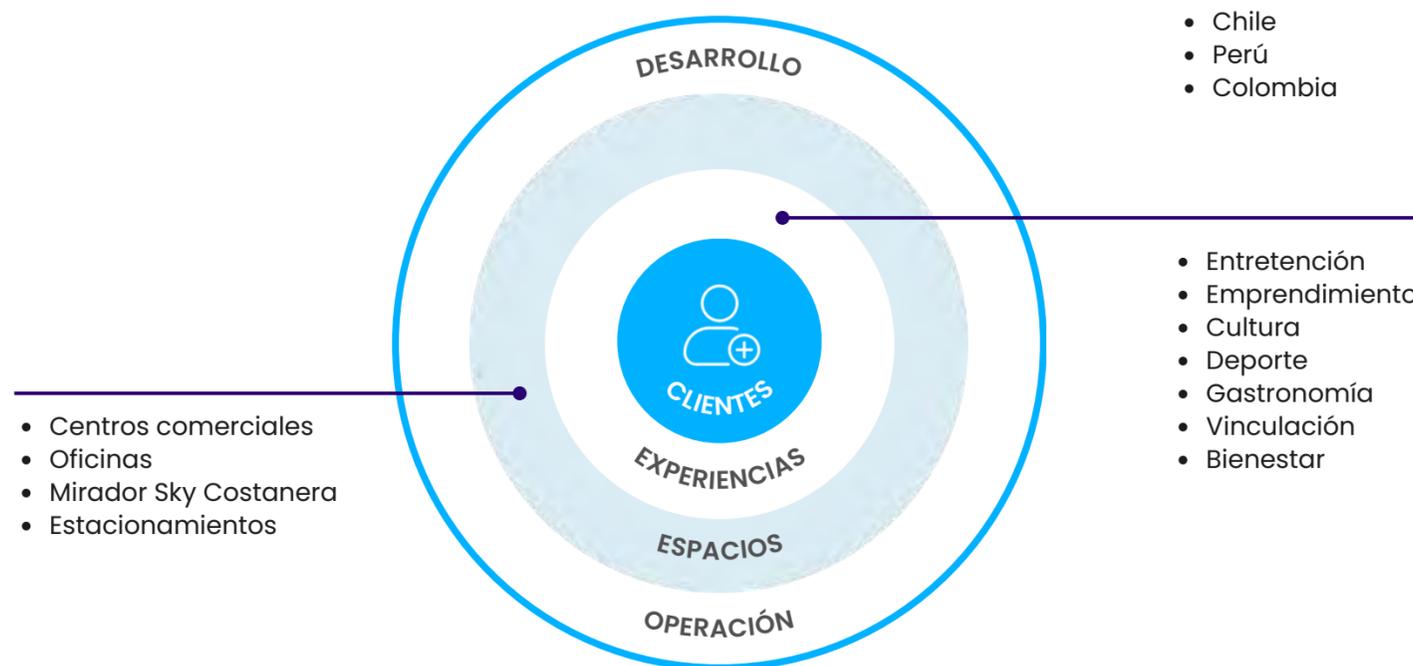
- 134 millones de visitantes anuales
- Aprox. 2.000 locatarios
- Relaciones comunitarias en 22 ciudades

## Propósito

Liderar la generación de espacios y experiencias para un mundo mejor

## Actividades

Desarrollo y operación de activos inmobiliarios.



## Valor creado

### Cientes

- CLP 4.700.000 millones en ventas de locatarios (+8,4% vs. 2023)
- Nuevos espacios gastronómicos y de entretenimiento

### Colaboradores

- 86% de la dotación fue capacitada
- CLP 11.025 millones de pago a y por cuenta de empleados

### Proveedores

- Más del 90% de las facturas pagadas en menos de 30 días
- CLP 87.888 millones pagados por suministro de bienes y servicios

### Accionistas

- Dividendos pagados por un total de CLP 202.994 millones

### Comunidades

- 400.000 visitantes a Sky Costanera
- 1.000 radiografías gratuitas como parte de la campaña Alto al Cáncer en Chile y Perú
- 5 millones de litros recuperados con planta de tratamiento de aguas grises

## Valores

Excelencia en todo lo que hacemos

Soluciones y experiencias relevantes y memorables

Diálogo, comunidad y confianza

Agilidad, liderazgo e innovación conscientes

Crecimiento y desarrollo mutuos



# Relaciones con los grupos de interés

La Política Regional de Vínculo con las Comunidades orienta las actividades de Cenco Malls hacia la creación de valor compartido de largo plazo.

Cada año, Cenco Malls realiza un estudio para determinar los aspectos de sostenibilidad más importantes en su interacción con los grupos de interés.

Desde 2023, este análisis sigue la metodología de doble materialidad adoptada por la Unión Europea. Este enfoque considera los aspectos de sostenibilidad tanto desde una perspectiva financiera (cómo afectan la capacidad de la empresa para generar valor) como desde la perspectiva social, evaluando los impactos positivos y negativos que la empresa puede tener en las personas y el medioambiente.

En Cenco Malls, la identificación de los grupos de interés relevantes es un proceso estratégico que se lleva a cabo cada dos años, con el objetivo de mantener relaciones sólidas y beneficiosas con los actores clave de sus comunidades. Estos grupos se seleccionan según su interés e influencia en las operaciones de la empresa, así como a partir del impacto de las actividades de Cenco Malls en su entorno.

ESG ANALYSIS



En 2024, la Compañía inició la aplicación de SSINDEX (Stakeholders Sustainability Index) una herramienta que ayuda a anticipar riesgos y establecer prioridades en temas ambientales, sociales y de gobernanza.

SSINDEX utiliza una metodología que analiza datos en tiempo real de más de 60 variables, recopilando información directamente de los grupos de interés. En este primer estudio fueron consultados clientes, proveedores, colaboradores y comunidades.

	Comunidades locales	Autoridades	Locatarios
<b>Importancia</b>	<p><b>Representan a la comunidad directamente impactada por la construcción y operación de nuestros centros comerciales.</b></p> <p>Relación prioritaria que tiene como objetivo levantar riesgos y oportunidades de trabajo. Se busca generar canales de comunicación e iniciativas a largo plazo en las que comunidades sean parte.</p>	<p><b>Funcionarios de las municipalidades y organismos relacionados con las actividades de la empresa.</b></p> <p>Generan trabajo conjunto y dialogo sistemático. Realización de acciones conjuntas con foco en cultura, emprendimiento y bienestar.</p>	<p><b>Son socios comerciales esenciales y clientes internos.</b></p> <p>Garantizan una oferta atractiva y diversa en los centros comerciales.</p>
<b>Temas relevantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impacto económico</li> <li>• Empleo local</li> <li>• Emprendimiento</li> <li>• Participación comunitaria</li> <li>• Seguridad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cumplimiento normativo y legal</li> <li>• Transparencia y reporte de información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rentabilidad y ventas</li> <li>• Soporte y servicios</li> <li>• Ofertas y promociones</li> </ul>
<b>Medios de contacto</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Sitio web</li> <li>• Reuniones</li> <li>• Mesas de diálogo</li> <li>• Encuesta anual sobre asuntos de sostenibilidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mecanismos dispuestos por las normativas locales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Correo electrónico</li> <li>• Portal B2B Mi local</li> <li>• Reuniones</li> <li>• Encuesta anual</li> </ul>
<b>Frecuencia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permanente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Variable, en función de los asuntos a tratar.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Permanente</li> </ul>



Clientes finales

Colaboradores

Organizaciones

Proveedores

Accionistas

Son el núcleo de nuestras operaciones comerciales y los principales beneficiarios de los servicios y experiencias ofrecidas.

Todas las personas que tienen una relación laboral, de acuerdo con la legislación local.

Asociaciones gremiales; ONG, organizaciones empresariales, prensa y líderes de opinión, entre otros

Empresas que entregan servicios a los centros comerciales e instalaciones de Cenco Malls.

Personas naturales o jurídicas propietarias de las acciones o bonos de Cenco Malls (Cenco Malls).

Importancia

Su satisfacción es fundamental para el éxito y la sostenibilidad del negocio.

Para cumplir con los objetivos estratégicos de la Compañía y seguir desarrollando el negocio, es vital contar con colaboradores comprometidos, capacitados y con una cultura sólida basada en valores.

Facilitan el desarrollo de programas en áreas clave como emprendimiento, bienestar social y conciencia ambiental.

Establecen vínculos económicos que consolidan nuestra relación con la comunidad.

Contar con su respaldo financiero es clave para la sostenibilidad del negocio en el largo plazo.

Temas relevantes

- Ofertas y promociones
- Experiencia de compra
- Seguridad

- Desarrollo profesional y capacitación.
- Beneficios

- Estrategia de Sostenibilidad,
- Riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad

- Logística y cumplimiento de servicios operacionales
- Logística y el abastecimiento de productos y servicios a locatarios.
- Calidad y cumplimiento de estándares.

- Rentabilidad y solidez financiera
- Riesgos y oportunidades de desarrollo de la Compañía

Medios de contacto

- Encuestas de satisfacción
- Redes sociales
- Plataforma web

- Correo electrónico
- Reuniones
- Comunicados internos
- Canales de denuncia
- Capacitaciones
- Encuesta de clima organizacional

- Reuniones
- Mesas de diálogo
- Redes sociales
- Correo electrónico
- Contacto telefónico

- Portal de proveedores
- Canal de denuncias
- Reuniones
- Correo electrónico

- Reuniones presenciales
- Conferencias trimestrales
- Sitio web para inversionistas
- Contacto directo con equipo de Investor Relations
- Publicaciones periódicas de resultados.

Frecuencia

- Permanente

- Permanente

- Variable

- Permanente

- Permanente



## Temas materiales

Los siguientes son los asuntos relacionados con la sostenibilidad que tienen una importancia significativa para Cenco Malls.

Estos temas son cruciales en el desarrollo de la estrategia corporativa y el modelo de negocio de la Compañía, ya que pueden generar impactos relevantes en sus resultados financieros y sus perspectivas o influir en la toma de decisiones y en la percepción de sus grupos de interés.

Ambiental	Perspectiva financiera		Perspectiva de la sociedad	Conexión	
Temas	Riesgos	Oportunidades	Impactos	Capital impactado	Objetivos de Desarrollo Sostenible
<b>Residuos</b>	Potenciales gastos adicionales asociados al manejo de residuos	Contribución a la economía circular	Beneficios para clientes y comunidad a través del programa de reciclaje de residuos orgánicos para producir <i>compost</i> .	Capital social Capital físico	ODS 9, ODS 11, ODS 12
<b>Agua</b>	Consumo excesivo en zonas con escasez hídrica	Optimización del uso del agua	Creación de jardines de bajo consumo hídrico	Capital físico	ODS 6
<b>Energía</b>	Falta de suministro energético	Eficiencia energética	Reducción del consumo energético total con la implementación de medidas de eficiencia	Capital físico	ODS 7
<b>Clima</b>	Riesgos físicos del cambio climático (daño en infraestructura como consecuencia de eventos climáticos extremos)	Reducción de emisiones	Emisiones de gases de efecto invernadero en las cadenas de abastecimiento y distribución	Capital físico	ODS 13
<b>Construcción sostenible</b>	Mayor costo y retraso de los proyectos, debido al uso de materiales sostenibles	Conservación de los recursos naturales y reducción de costos de la operación	Los edificios sostenibles crean espacios saludables y confortables	Capital físico	ODS 9, ODS 11, ODS 12



Social	Perspectiva financiera		Perspectiva de la sociedad	Conexión	
Temas	Riesgos	Oportunidades	Impactos	Capital impactado	Objetivos de Desarrollo Sostenible
<b>Relación con clientes</b>	Dificultad para cumplir con las expectativas de los clientes y generar claridad y consistencia entre la propuesta de valor de sus marcas, sus hábitos de consumo y los cambios en las tendencias, si no se mantiene una relación cercana con los clientes.	Posibilidad de ofrecer productos y servicios personalizados, utilizando la tecnología y la innovación.	Productos y servicios que satisfacen a los clientes (impacto evaluado mediante encuestas de satisfacción).	Capital social	ODS 9
<b>Prácticas laborales</b>	Lograr una ejecución efectiva de la gestión del talento dentro del marco regulatorio y los principios de gobierno corporativo.	Mantener un buen clima laboral y un alto índice de productividad.	Generación de empleo seguro y de calidad, y de oportunidades de desarrollo profesional.	Capital humano Capital social	ODS 5, ODS 8
<b>Gestión de la cadena de suministro</b>	Impactos sociales y ambientales en la cadena de abastecimiento y dependencia de proveedores críticos.	Colaboración para innovar y desarrollar iniciativas relacionadas con la sostenibilidad	Efectos sociales y ambientales en las personas y las comunidades	Capital social Capital físico	ODS 8, ODS 12



Gobernanza	Perspectiva financiera		Perspectiva de la sociedad	Conexión	
Temas	Riesgo	Oportunidad	Impactos	Capital impactado	Objetivos de Desarrollo Sostenible
<b>Gobierno corporativo</b>	Riesgo de planificación, ejecución y supervisión de la administración del negocio	Fortalecer la capacidad de adaptación a los cambios en el entorno de mercado, macroeconómico, regulatorio y competitivo.	Creación de valor para todos los grupos de interés de manera sostenible.	Capital social	ODS 16
<b>Seguridad de los datos</b>	Ataques cibernéticos y captura de información crítica para la compañía y sus clientes	Generar valor a través de una gestión responsable de los datos y una gestión robusta de los mecanismos de ciberseguridad.	Valor para los <i>stakeholders</i> como producto de una gestión eficiente y responsable de los datos.	Capital social Capital físico	ODS 9
<b>Innovación</b>	Obsolescencia tecnológica y la consecuente incapacidad para mantener e impulsar una cultura de innovación dentro de la Compañía	Utilizar las nuevas tecnologías, como la inteligencia artificial, para lograr el propósito y los objetivos de una manera eficiente y sostenible.	Productos y servicios que mejoran la experiencia de cliente.	Capital intelectual	ODS 8, ODS 9



# Entorno de negocios

## Economía

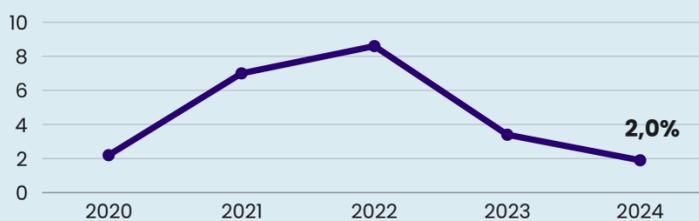
### Contexto macroeconómico

#### Inflación anual

##### Chile



##### Perú



##### Colombia



#### Tipo de cambio

	Cierre		Promedio	
	2024	2023	2024	2023
CLP/USD	996,5	877,1	962,6	895,9
CLP/PEN	264,5	237,0	256,4	237,0
CLP/COP	0,23	0,23	0,22	0,22

### Chile

En 2024, el PIB creció un 2,6%, impulsado por exportaciones y demanda interna. Los sectores de minería, comercio, servicios personales y transporte contribuyeron al crecimiento, mientras que los servicios empresariales y financieros tuvieron un impacto negativo. La inflación cerró en un 4,5%, y la tasa de desempleo fue del 8,1%.

### Perú

El PBI creció un 3,3% en 2024, con un aumento interanual del 4,2% en el cuarto trimestre, consolidando cuatro trimestres consecutivos de crecimiento. El gasto privado, impulsado por un consumo que creció un 4,0% y una inversión del 5,8%, fue el principal motor del crecimiento. La mejora del mercado laboral y la reducción de la inflación al 1,9%, especialmente en alimentos (1,3%), favorecieron el incremento del ingreso real de los hogares.

### Colombia

El PIB creció un 3,4% en 2024, impulsado por los sectores de servicios, comercio y construcción. La inflación cerró en un 5,2%, una reducción respecto a 2023, influenciada por la estabilización de los precios en alimentos y servicios básicos.

## Industria

### Entorno competitivo

Entre las empresas comparables que divulgan información financiera, Cenco Malls posee una participación de mercado del 30,3% en Chile, basada en los ingresos del año 2024.

### Marco regulatorio

Cenco Malls es una sociedad anónima abierta regida por la Ley de Sociedades Anónimas y la Ley del Mercado de Valores de Chile.

Las principales entidades fiscalizadoras de Cenco Malls son la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) la Fiscalía Nacional Económica y la Unidad de Análisis Financiero (UAF).

### Tendencias

- Creación de experiencias memorables para los clientes.
- Crecimiento de la omnicanalidad: integración del mundo físico y digital.
- Uso de la tecnología para mejorar la experiencia y la fidelización de los clientes.
- Reconfiguración de espacios.
- Desarrollo de espacios de uso mixto (oficinas, viviendas, centros médicos y educativos).



# Plan estratégico de mediano plazo

### Horizontes de tiempo

Corto plazo: < 1 año

Mediano plazo: >1 y < 5 años

Largo plazo: > 5 años

## Propósito

Liderar la generación de espacios y experiencias para un mundo mejor

## Misión

**Enriquecer la vida de las personas creando y manteniendo espacios únicos que ofrecen experiencias memorables y sostenibles.**

Nos dedicamos a innovar en el desarrollo de centros comerciales, no solo para satisfacer, sino para superar las expectativas de nuestros clientes y visitantes.

Nos esforzamos por ser un punto de encuentro donde la comunidad pueda reunirse, compartir y disfrutar en un ambiente seguro, acogedor y estimulante. A través de la excelencia en servicio, la diversidad en nuestras ofertas y un compromiso inquebrantable con la calidad, buscamos ser el destino preferido para compras, ocio y entretenimiento, fomentando al mismo tiempo el crecimiento y el desarrollo sostenible de las comunidades en las que operamos.

## Visión

**Ser reconocidos como el líder y el operador más querido en la región.**

Aspiramos a expandir nuestra presencia y nuestra influencia, manteniendo siempre un enfoque en la innovación, la sostenibilidad y la responsabilidad social.

Nos proponemos ser pioneros en la creación de espacios que no solo sirvan como centros de comercio, sino también como centros culturales y sociales que enriquezcan las vidas de las personas.

En Cenco Malls, nos comprometemos a ser un modelo a seguir en la industria, impulsando el cambio positivo y estableciendo nuevos estándares de excelencia, comodidad y compromiso con el medio ambiente y la sociedad.

## Valores

**Excelencia en todo lo que hacemos**

**Agilidad, liderazgo e innovación conscientes**

**Diálogo, comunidad y confianza**

**Soluciones y experiencias relevantes y memorables**

**Crecimiento y desarrollo mutuos**

## Pilares estratégicos

Crecimiento y rentabilidad

Conocimiento y experiencia de clientes

Innovación

Sostenibilidad



## Progreso 2024

# Crecimiento y rentabilidad

Nos hemos enfocado en la expansión y optimización de nuestros activos, así como en mejorar el mix comercial de nuestros locatarios.

## Chile

### Darkstore en Cenco Costanera

En una superficie de aproximadamente 8.500 m<sup>2</sup> se habilitó un Darkstore en el piso -5. Con este espacio se potenció la rentabilidad de Cenco Malls y la propuesta omnicanal del grupo Cencosud.

### Renovación de la propuesta gastronómica

En Cenco Costanera se está trabajando en la habilitación de tres nuevas zonas de alrededor de 7.400 m<sup>2</sup> de nuevos restaurantes en el piso 5 del centro comercial.

### Reformulación de espacios Cenco Florida

Se desarrollaron nuevos espacios comerciales en el ex sector de la tienda Johnson y se sumó la remodelación del patio de comidas.

## Perú

### Expansión de Cenco La Molina

Durante el primer trimestre de 2024 se dio inicio a los trabajos para la habilitación de la segunda etapa del centro comercial Cenco La Molina. A través de aproximadamente 22.000 m<sup>2</sup> de nuevo GLA el centro comercial se convertirá en el de mayor envergadura en el distrito.

## Colombia

### Remodelación de Cenco Limonar

Se incorporaron más de 11.000 m<sup>2</sup> de nuevo GLA con el objetivo de optimizar la experiencia de compra para los visitantes.





# Proyectos en construcción



## Cenco Costanera



### Área gastronómica

Superficie: ~7.400 m<sup>2</sup> (Torre Andrés Bello: 3.200 m<sup>2</sup> , Torre Costanera, 1.400 m<sup>2</sup> y Torre Vitacura: 2.800 m<sup>2</sup> )  
Entrega: a partir del primer semestre de 2025



## Cenco Costanera



### Auto Park

Superficie: 4.200 m<sup>2</sup>  
Entrega: segundo semestre de 2025



## Cenco Costanera



### Galería Acceso Vitacura

Adecuación de la nueva galería de locales comerciales habilitada en el primer piso del centro comercial.  
Entrega: primer semestre de 2025



## Cenco Florida



### Nueva zona gastronómica

Superficie: ~3.800 m<sup>2</sup>  
Entrega: segundo semestre de 2025



## Cenco Florida



### Auto Park

Superficie: ~5.300 m<sup>2</sup>  
Entrega: segundo semestre de 2025



## Cenco Florida



### Centro médico y espacios comerciales

Superficie: 3.000-5.000 m<sup>2</sup>  
Entrega: segundo semestre de 2025



## Proyectos en construcción



### Cenco La Molina



#### Expansión (segunda etapa)

Superficie: 22.000 m<sup>2</sup>

Entrega: cuarto trimestre de 2025



### Cenco Alto Las Condes



#### Remodelación Alto Las Condes

Superficie: 18.000 m<sup>2</sup>

Nuevo patio de comidas, expansión de áreas comercial y de entretenimiento

Entrega: segundo semestre de 2025



### Cenco Limonar



#### Remodelación y optimización de espacios

Superficie: ~11.000 m<sup>2</sup>

Entrega: cuarto trimestre de 2025



## Proyectos en tramitación



### Cenco Temuco



**Expansión**

Superficie: ~16.500 m<sup>2</sup>



### Cenco Rancagua



**Expansión**

Superficie: 33.500 m<sup>2</sup>



### Vitacura



**Nuevo centro comercial**

Un proyecto al aire libre, de baja escala y altura orientado a la familia, el deporte, la cultura, la gastronomía, el entretenimiento, el emprendimiento y la integración en el barrio.  
Superficie: 75.000 m<sup>2</sup>



### Torre de oficinas



**Expansión**

Superficie: 25.000 m<sup>2</sup>  
Habilitación de nuevos espacios arrendables de oficinas.

## Proyectos en cartera



### San Juan de Lurigancho



**Expansión**

Superficie: 107.000 m<sup>2</sup>



### La 65



**Expansión**

Superficie: 80.000 m<sup>2</sup>



## Progreso 2024

# Conocimiento y experiencia de clientes

Queremos asegurar que cada visita a nuestros centros comerciales sea memorable y significativa.

## Marca regional

En 2024, se consolidaron 33 marcas de la Compañía en una sola, Cenco Malls, con el objetivo de optimizar la experiencia y la eficiencia operativa en Chile, Perú y Colombia.

La nueva marca está alineada con el propósito de liderar la generación de espacios y experiencias para un mundo mejor, enfatizando el compromiso con la sostenibilidad y la comunidad.

El proceso de cambio de marca se llevó a cabo de manera progresiva, desde su aprobación por el Directorio en febrero de 2024 hasta el lanzamiento oficial en octubre, incluyendo eventos como Lollapalooza y campañas de comunicación masiva.

Durante el año se unificaron las páginas web y redes sociales bajo la nueva marca Cenco Malls para asegurar una comunicación más eficiente y coherente con los clientes, en todos los canales.

## Medición de experiencia

La experiencia en Cenco Malls busca mejorar la satisfacción de sus clientes en cada interacción con sus centros comerciales y el nivel de recomendación de estos. Para ello, se realiza de forma permanente la medición de CSAT (Customer Satisfaction Score) de sus visitas, y a través de estudios periódicos de NPS (Net Promoter Score). Estas mediciones permiten identificar tanto las expectativas de los clientes como los puntos de dolor en cada proceso. Existe un trabajo constante para aumentar las fortalezas y mejorar las debilidades. En paralelo, se mide la participación de los clientes en las activaciones y eventos, su satisfacción y la coherencia de estas a nivel regional. Adicionalmente, se comenzó a medir impacto de la marca para conocer la percepción del cliente sobre la nueva marca Cenco Malls.

## Bike Costanera

Con el objetivo de mejorar la experiencia de los visitantes, se inauguró en la planta baja del Cenco Costanera un nuevo complejo de 1.700m<sup>2</sup> enfocado en ofrecer estacionamientos para más de 800 bicicletas. Además, de potenciar la experiencia gracias a duchas, *lockers* y herramientas para los ciclistas. Esta nueva zona incluye seis nuevos locales comerciales con foco deportivo.

## Entretención activa

Este concepto agrupa una variedad de iniciativas y eventos diseñados para ofrecer experiencias únicas y dinámicas a los visitantes de Cenco Malls.

Algunas de las propuestas incluyen *shows* en vivo, con presentaciones de artistas y músicos en diferentes escenarios dentro de los centros comerciales. También se ofrecen clases, circuitos de deportes y juegos, como mini golf, escalada, fútbol y tenis virtual, además de juegos interactivos para niños.

Las actividades educativas también son parte de la oferta, con iniciativas que combinan entretenimiento y educación, como campañas de concienciación entorno al cáncer de piel.





## Progreso 2024

# Innovación

Nuestras innovaciones están diseñadas para ofrecer una experiencia simple e interactiva.

## Desafío abierto de CosmoLab

CosmoLab, el programa de innovación abierta de Cenco Malls, lanzó un desafío junto a aceleradora internacional Bluebox. Su objetivo es atraer *startups* y *scaleups* para transformar la industria del *retail* inmobiliario y los centros comerciales. El programa se enfoca en cuatro desafíos principales:

- Experiencia del cliente e integración total.
- Espacios de oficinas y multifamily.
- Transformación sustentable de centros comerciales.
- Seguridad inteligente y preventiva.

Las *startups* seleccionadas recibirán apoyo estratégico, patrocinio para el desarrollo de pilotos, acceso a infraestructura y la oportunidad de construir alianzas comerciales.

## Portal B2B para locatarios

La aplicación B2B de Cenco Malls está diseñada para facilitar la gestión y comunicación entre los locatarios y Cenco Malls. Algunas de sus principales funcionalidades incluyen:

- **Acceso a información de ventas:** los locatarios pueden consultar sus reportes de ventas y estadísticas en tiempo real.
- **Facturación y documentos descargables:** permite revisar y descargar las facturas de arriendo y gastos comunes. Los locatarios pueden realizar sus consultas directamente a través de la plataforma.
- **Soporte y comunicación:** canales directos para contactar con el soporte técnico y administrativo de Cenco Malls.
- **Información sobre promociones y eventos:** detalles sobre las campañas de marketing que se realizan en los centros comerciales.

## App Mi Mall

La *app* Mi Mall ofrece una variedad de funcionalidades diseñadas para mejorar la experiencia de los visitantes en los centros comerciales. Algunas de las principales características incluyen:

- **Gastronomía digital:** los clientes pueden realizar compras en línea en los patios de comida y recogerlas cuando el pedido esté listo.
- **Pago de estacionamiento digital:** permite evitar filas mediante la apertura automática de barreras al ingreso y salida, con opciones como "Registra tu patente" y "Escanea tu ticket".
- **Directorio digital:** proporciona información detallada sobre todas las tiendas, servicios, actividades y ofertas disponibles en los centros comerciales.
- **Mapas interactivos:** ayudan a los usuarios a navegar dentro de los centros comerciales, facilitando la ubicación de tiendas y servicios.
- **Ofertas y promociones personalizadas:** los usuarios pueden recibir sugerencias de contenido, actividades y promociones basadas en sus preferencias.





## Progreso 2024

# Sostenibilidad

Entendemos la sostenibilidad como un enfoque estratégico que integra criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) en la gestión de nuestros activos. Buscamos generar valor a largo plazo mediante una operación eficiente, resiliente y socialmente responsable.

## Enfoque

Como uno de sus pilares estratégicos, la gestión de la sostenibilidad complementa y fortalece la estrategia corporativa de Cenco Malls, asegurando que las prácticas sostenibles sean una parte de su modelo de negocio y de las decisiones estratégicas.

La Estrategia de Sostenibilidad, basada en los pilares de Gobierno Corporativo, Propiedad, Planeta y Persona, guía la gestión sostenible de la empresa en Chile, Perú y Colombia.

La Compañía integra aspectos ambientales, con foco en el cambio climático, en sus procesos de evaluación estratégica. Esto implica que las consideraciones de sostenibilidad son fundamentales en la planificación, evaluación de riesgos y objetivos estratégicos de Cenco Malls.

## Gobierno

El Directorio de Cenco Malls tiene un rol activo en la toma de decisiones relacionadas con materias ESG, incluyendo el cambio climático. Se informa periódicamente, dependiendo del tema a abordar se reporta e informa de forma mensual y trimestral a través de reportes de gestión, directorios y la memoria anual.

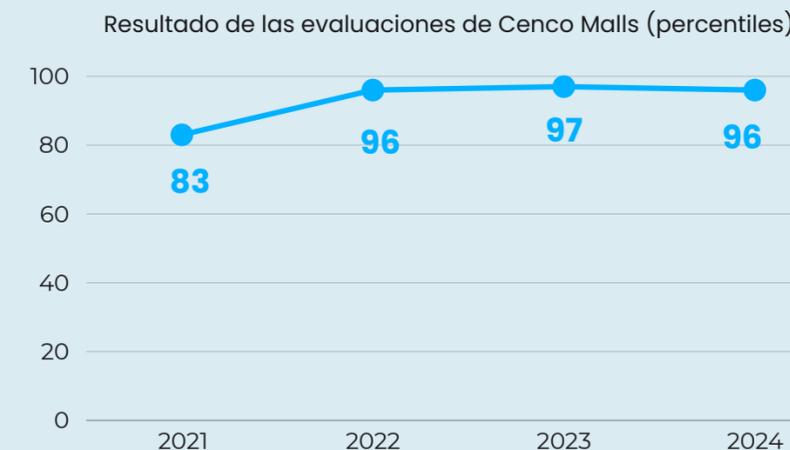
La Gerencia de Marketing, Experiencia y Sostenibilidad reporta directamente al Gerente General y forma parte del comité gerencial, asegurando la integración de consideraciones ambientales y sociales en la toma de decisiones estratégicas.

### Incentivos

El desempeño en sostenibilidad de los colaboradores de Cenco Malls se mide mediante un indicador clave de desempeño (KPI) anual enfocado en la sostenibilidad regional (Chile, Perú y Colombia). Este KPI abarca aspectos como energía, emisiones, economía circular, gestión hídrica y construcción sostenible. Impacta en un 6% en la evaluación de desempeño de todos los colaboradores, incluido el Gerente General. Además, tiene un impacto monetario alineado con el cumplimiento de los objetivos estratégicos anuales y la estrategia de cambio climático de la Compañía.

## Rating ESG de Cenco Malls

Los resultados de la evaluación de 2024 ubicaron a Cenco Malls en el percentil 96 del estudio de S&P Global ESG. Este puntaje lo posiciona en el 4% de empresas de mejor desempeño en sostenibilidad en la industria Real Estate Management & Development, a nivel mundial en 2024.



En la evaluación ESG de S&P Global, los percentiles se utilizan para comparar el desempeño de una empresa en términos de criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG) con el de otras empresas en su sector. Un percentil indica la posición relativa de una empresa dentro de un grupo de referencia. En este caso, significa que el desempeño ESG de Cenco Malls es mejor que el 96% de las empresas en su grupo de referencia.

### Yearbook 2024 de S&P Global

En 2024, cerca de 7.700 empresas fueron evaluadas y solo 780 lograron ser parte del Yearbook del ranking de Sostenibilidad S&P Global. Cenco Malls destacó entre las mejores de su sector.



## Pilares estratégicos

Crecimiento y rentabilidad

Conocimiento y experiencia de clientes

Innovación

Sostenibilidad

## Estrategia de sostenibilidad

### Focos y objetivos



#### Gobierno corporativo

- Innovar y mejorar la oferta de espacios y experiencias.
- Gestionar adecuadamente la privacidad y la seguridad de los datos de los clientes.



#### Propiedad

- Construir y desarrollar activos y espacios rentables, asegurando la consistencia en toda la cadena de valor.
- Contribuir a una ciudad resiliente y sostenible.
- Ofrecer una experiencia memorable y segura, referente para la sociedad.



#### Personas

- Crear valor y bienestar para las personas.
- Impulsar el crecimiento de los colaboradores y los proveedores.
- Contribuir al fortalecimiento de la sociedad y el desarrollo de relaciones de largo plazo y valor mutuo.



#### Planeta

- Preservar el equilibrio del planeta, operando los proyectos con altos estándares de gestión ambiental.
- Generar conciencia de la importancia de cuidar el medioambiente en todos los stakeholders.

### Conexión con los objetivos de desarrollo sostenible

3 SALUD Y BIENESTAR



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO



9 INDUSTRIA, INNOVACIÓN E INFRAESTRUCTURA



11 CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



13 ACCIÓN POR EL CLIMA



## Avances destacados



### Código de Ética con alcance regional

El Código de Ética Regional de Cenco Malls es un conjunto de directrices y principios que promueven la transparencia y la rendición de cuentas dentro de la empresa. Este código establece los estándares éticos que deben seguir todos los colaboradores y partes interesadas de Cenco Malls.



### Política y manual de relacionamiento comunitario de alcance regional

Ambos documentos son guías de la vinculación comunitaria en todas las etapas de Cenco Malls (diseño, desarrollo, construcción y operación) de cara al entorno que cada centro comercial ha definido.



### FestiBike

Al inaugurar Costanera Bike, el 20 de octubre de 2024, Cenco Malls realizó FestiBike para celebrar, al mismo tiempo, la movilidad sostenible. Familias, amigos, vecinos y colaboradores llegaron en sus bicicletas, scooters, patinetas y caminando para ser parte de las caravanas animadas con música en vivo.

2024

**14.000 personas**  
participaron en en FestiBike

## Avances destacados



### Alto al cáncer

Campaña de bienestar con foco en la educación y prevención del cáncer de mama en alianza con FALP y la startup PALPA.

2024

**1.000** mamografías fueron realizadas en 14 regiones de Chile.

**+100** colaboradoras, locatarias y proveedoras se realizaron **mamografías gratuitas en Chile**

**+6.000** mujeres apoyadas a la fecha



### Navidad con sentido

iniciativa con 10 años de trayectoria que promueve la donación de regalos a fundaciones, involucrando a la comunidad y fomentando la responsabilidad social. Se realizó en los centros comerciales de Chile, Perú y Colombia.

2024

**60.000** regalos recolectados (+48% vs. 2023)

**27** fundaciones apadrinadas

**8** celebraciones de voluntariado corporativo



### Mercado Emprende regional

iniciativa que ha apoyado a más de 7.000 emprendedores desde 2015, con espacios gratuitos en los centros comerciales. En el último año se realizó en todos los centros en Chile, en Cenco Arequipa (Perú) y Centro Altos del Prado (Colombia).

2024

**+750** emprendedores apoyados

**+30** comunas impactadas  
Foco sabores y tradiciones rescatando la cultura y local



## Avances destacados



### Proyecto de gestión de residuos orgánicos

- En Cenco Alto Las Condes se desarrolló un proyecto que recolecta y transforma los residuos orgánicos de los restaurantes de Mirador del Alto en *compost*. Este *compost* se distribuye gratuitamente a los clientes y se utiliza en las áreas verdes del centro comercial.

2024

**21 toneladas**

de residuos fueron valorizadas con este plan



### Paneles solares en Cenco Altos del Prado

- Implementación de planta solar fotovoltaica con 1.226 paneles solares, en una superficie de 3.000 m<sup>2</sup> en Colombia.

2024

**583 tCO<sub>2</sub>e**

anuales permite reducir esta planta solar.



### Jardines de bajo consumo hídrico

- En Cenco Florida se inició la renovación de los jardines con especies de bajo requerimiento hídrico y el uso de tecnología de hidrogel.
- El proyecto abarca una superficie de 30.000 m<sup>2</sup> y finalizará durante el 2025.

2024

**54%**

de reducción promedio del consumo de agua diario en la etapa 1 (3.500-4.000 m<sup>2</sup>)



# 04.

## Gobierno corporativo

---

- Principios de gobierno
- Estructura de gobierno
- Directorio
- Ejecutivos principales
- Gestión de riesgos
- Cumplimiento





# Principios de gobierno corporativo

Con el objetivo de crear valor para todos sus grupos de interés de manera sostenible, Cenco Malls ha establecido políticas y prácticas orientadas a garantizar la efectividad de su sistema de gobierno corporativo.

Las políticas corporativas son revisadas periódicamente para adaptar su contenido a los cambios en el entorno o en el desarrollo de la Compañía.

Estas directrices definen objetivos específicos, procedimientos y responsabilidades. Aunque Cenco Malls no ha adherido formalmente a los Principios de Gobierno de la OCDE, sus políticas son coincidentes con estas directrices internacionales.

La Compañía no ha suscrito códigos externos de gobierno corporativo; sin embargo, ha perfeccionado continuamente sus normas internas para incorporar las mejores prácticas en esta materia.

2024

### Actualizaciones

- Código de Ética Regional
- Política de Salud y Seguridad Ocupacional
- Política Corporativa Anticorrupción

### Nuevas políticas

- Declaración de Construcción Sostenible
- Política Regional de Vínculo con las Comunidades.

	Responsabilidad	Equidad	Transparencia
	Definición clara de las responsabilidades y funciones de los directores y ejecutivos.	Trato justo y equitativo a todos los accionistas, independientemente de su tamaño o influencia.	Acceso equitativo a información relevante y precisa sobre la situación financiera y operativa de la empresa
Políticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Código de Ética y Compliance:</b> establece los principios y valores que guían el comportamiento ético de la Compañía.</li> <li>• <b>Política de tiempo mínimo mensual</b> dedicado por los directores al ejercicio de sus funciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Política de Diversidad e Inclusión:</b> promueve la igualdad y la inclusión en el lugar de trabajo.</li> <li>• <b>Política de Compensaciones:</b> define las directrices para la remuneración de los colaboradores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado:</b> garantiza la transparencia y equidad en la entrega de información relevante para los inversionistas y el mercado.</li> <li>• <b>Política de Comunicación y Transparencia:</b> asegura la transparencia en la información y la comunicación con los accionistas y otros grupos de interés.</li> </ul>
Prácticas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El sistema de control interno de la Compañía garantiza la independencia de la unidad de Auditoría, que reporta al Directorio a través del Comité de Directores.</li> <li>• Los directores, ejecutivos y colaboradores deben declarar cualquier situación que pueda representar un conflicto de interés, asegurando que se tomen las medidas adecuadas para gestionarlo.</li> <li>• El Comité de Ética tiene atribuciones respecto de los conflictos de interés en el segmento de ejecutivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Existen procedimientos para facilitar la participación remota en las juntas de accionistas.</li> <li>• Se realizan conferencias trimestrales y un evento anual (Cenco Day) para que los inversionistas tengan contacto directo con el Gerente General y los gerentes corporativos de la Compañía.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicación de informes de resultados trimestrales, presentaciones, información de interés y hechos relevantes en la página web de Relación con Inversionistas.</li> <li>• Sitio web corporativo con información sobre negocios y sostenibilidad.</li> <li>• Una consultora externa analizó el nivel de cumplimiento de la NCG 461 en la memoria anual integrada de 2023.</li> </ul>



### Innovación

Promover la innovación como un pilar estratégico fundamental para el desarrollo de nuevos negocios, diversificación de ingresos, mejora de la experiencia de los clientes y sostenibilidad.

### Gestión de riesgos

Implementar un sistema robusto de gestión de riesgos que permita identificar, evaluar y mitigar los riesgos que puedan afectar a la Compañía.

### Ética y cumplimiento

Asegurar que la empresa cumpla con todas las leyes y regulaciones aplicables.

### Sostenibilidad

Fomentar la gestión de riesgos medioambientales y sociales, y promover prácticas empresariales sostenibles.

#### Políticas

**Estrategia corporativa:** tiene la innovación como uno de sus ejes. Su objetivo es desarrollar proyectos de integración de tecnología y datos para fortalecer la relación con sus locatarios y clientes, ofreciendo experiencias omnicanales y personalizadas.

- **Política Corporativa de Gestión de Riesgos:** define el marco para identificar, evaluar y gestionar los riesgos.
- **Política de Seguridad de la Información y Ciberseguridad:** asegura la protección de la información y la ciberseguridad.
- **Política de Seguridad Ocupacional (S&SO):** asegurar la integridad física y salud de las personas, protección de instalaciones y procesos.
- **Política de Diversidad e Inclusión:** promover una sociedad justa e igualitaria, fomentando la inclusión y diversidad.

- **Código de Ética:** establece los principios y valores que guían el comportamiento ético de la Compañía.
- **Política de Prevención de Delitos:** incluye medidas para prevenir la comisión de delitos dentro de la organización.
- **Modelo de Prevención de Delitos:** incluye manuales y políticas de prevención de lavado de activos, prevención de delitos, y procedimientos específicos para prevenir la comisión de delitos dentro de la organización.

- **Política de Sostenibilidad:** integra la sostenibilidad en el modelo de negocio y las operaciones de la Compañía.
- **Política de Vínculo con las Comunidades:** establece el compromiso de la Compañía con las comunidades en las que opera.
- **Política Integrada Ambiental y de Eficiencia Energética:** declara el compromiso de cumplir con requisitos legales, definir objetivos ambientales y energéticos y promover acciones.
- **Declaración medioambiental:** compromiso de realizar acciones en relación con el clima.

#### Prácticas

- Desde 2021, existe un área dedicada exclusivamente a desarrollar proyectos tecnológicos relacionados con la experiencia de clientes.
- CosmoLab es el programa de innovación abierta de Cenco Malls.

- **Auditorías internas y externas:** la Gerencia de Auditoría Interna y empresas de auditoría externa realizan revisiones periódicas para asegurar el cumplimiento de las normativas y políticas internas.

- **El Comité de Ética,** integrado por directores y gerentes corporativos, conoce y decide sobre incumplimientos graves al código de ética y a normas legales.
- **Programa de Cumplimiento en Libre Competencia.**
- **Auditorías a los centros comerciales:** se revisan diversos aspectos para asegurar el cumplimiento de normativas, la eficiencia operativa y la sostenibilidad.

- **Estrategia de sostenibilidad**
- **Estrategia de Cambio Climático**
- **Manual de Relacionamento Comunitario.**

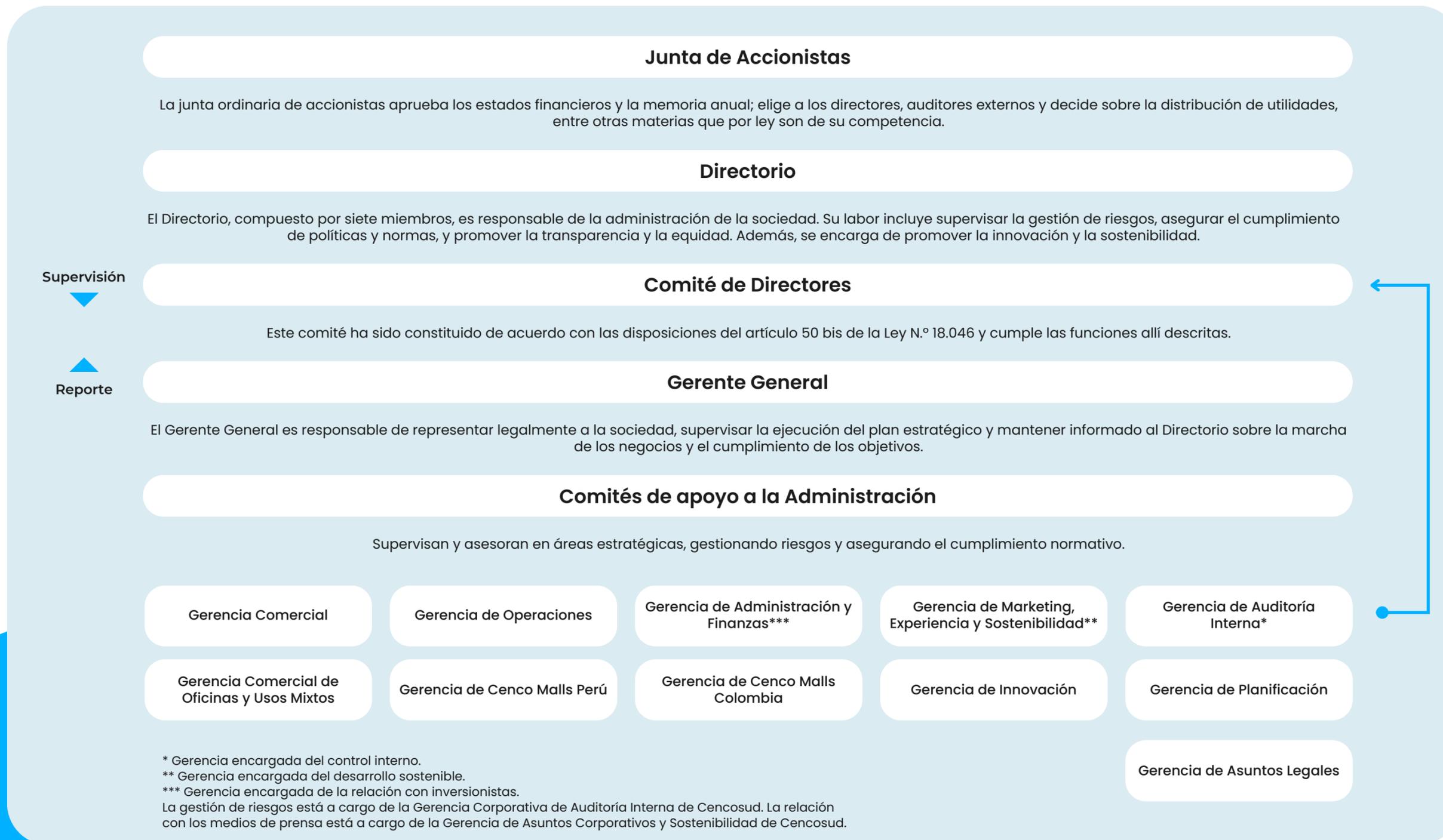


# Estructura de gobierno corporativo

La gobernanza de Cenco Malls abarca procesos internos de reporte y supervisión del desempeño, tanto en áreas financieras como no financieras. Esta organización facilita la incorporación oportuna de temas relevantes, como la sostenibilidad y el cambio climático.

2024

- Renovación del Directorio y la Alta Administración.





# Directorio

## Presidente

**Manfred Paulmann  
Koepfer**

Incorporación al Directorio:  
26/03/2021  
Último nombramiento:  
25/04/2024

Profesión: ingeniero comercial  
RUT: 7.012.865-9  
Nacionalidad: chilena

## Vicepresidente

**Peter Paulmann  
Koepfer**

Incorporación al Directorio:  
23/08/2019  
Último nombramiento:  
25/04/2024

Profesión: ingeniero comercial  
RUT: 8.953.509-3  
Nacionalidad: chilena

## Director

**José Raúl  
Fernández**

Incorporación al Directorio:  
23/08/2019  
Último nombramiento:  
25/04/2024

Profesión: ingeniero  
RUT: extranjero  
Nacionalidad: argentina

## Director

**Stefan Krause Niclas**

Incorporación al Directorio:  
26/03/2021  
Último nombramiento:  
25/04/2024

Profesión: ingeniero comercial  
RUT: 6.951.576-2  
Nacionalidad: chilena

## Director

**Jaime Soler Bottinelli**

Incorporación al Directorio:  
25/04/2024  
Último nombramiento:  
25/04/2024

Profesión: ingeniero comercial  
RUT: 7.107.025-5  
Nacionalidad: chilena

## Directora independiente

**Susana Carey Claro**

Incorporación al Directorio:  
25/04/2024  
Último nombramiento:  
25/04/2024

Profesión: ingeniera  
comercial  
RUT: 6.283.707-1  
Nacionalidad: chilena

## Director independiente

**Eduardo Novoa Castellón**

Incorporación al Directorio:  
25/04/2024  
Último nombramiento:  
25/04/2024

Profesión: ingeniero comercial  
RUT: 7.836.212-K  
Nacionalidad: chilena

## Comité de Directores

Constituido de acuerdo con los requisitos del Artículo 50 bis de la Ley de Sociedades Anónimas.

### Funciones

- Examinar los informes de los auditores externos, el balance y demás estados financieros.
- Proponer nombres para los auditores externos y clasificadores privados de riesgo.
- Examinar las operaciones relacionadas y emitir informes.
- Proponer una política general de manejo de conflictos de interés.
- Examinar los sistemas de remuneraciones y planes de compensación.
- Preparar un informe anual de su gestión.
- Informar sobre la conveniencia de contratar a la empresa de auditoría externa para servicios adicionales.

### Integrantes

#### 2024:

Susana Carey Claro, directora independiente, presidenta de este comité  
Eduardo Novoa Castellón, director independiente  
Jaime Soler Bottinelli, director no independiente

#### 2023:

Victoria Vásquez García, directora independiente, presidenta de este comité.  
Rafael Fernández Morandé, director independiente  
Stefan Krause Niclas, director no independiente

### Asesorías

El Comité de Directores no contrató auditorías ni incurrió en gastos de su funcionamiento durante 2024.

### Actividades

En 2024, el Comité de Directores se reunió en 18 oportunidades. El detalle de sus actividades se presenta en el capítulo de Información societaria de esta memoria anual.



# Composición del Directorio

## Diversidad

Número de directores por categoría

### Género



### Nacionalidad



### Rango de edad



### Antigüedad en el cargo



## Matriz de conocimientos y experiencia

	Manfred Paulmann Koepfer	Peter Paulmann Koepfer	José Raúl Fernández	Stefan Krause Niclas	Jaime Soler Bottinelli	Susana Carey Claro	Eduardo Novoa Castellón
<b>Sector bienes inmobiliarios</b>							
Actividades diversificadas relacionadas con bienes inmobiliarios	●	●	●				
Empresas operadoras de bienes inmobiliarios	●	●	●				
Desarrollo Inmobiliario	●	●	●	●			
Servicios Inmobiliarios	●	●					
<b>Otros sectores económicos</b>							
Distribuidores y minoristas especializados y multilínea	●	●		●		●	
Financiación del consumo	●	●			●		
Energía							●
Consumo básico	●	●			●		
Consumo no esencial	●	●			●		
Comunicaciones					●		
Venta de alimentos y productos de primera necesidad	●	●	●	●	●	●	
Servicios públicos							●
<b>Áreas corporativas</b>							
Finanzas	●	●			●	●	●
Recursos humanos	●	●		●	●	●	
Alta Gerencia	●	●	●	●	●	●	
Marketing	●	●			●		
Estrategia	●	●			●		●
Gestión del riesgo					●		



## Designación

La elección del Directorio de Cenco Malls corresponde a la Junta de Accionistas y los directores tienen un mandato de tres años. La renovación del Directorio es total al final de este periodo. En caso de vacancia de un director, el Directorio puede nombrar un reemplazante hasta la próxima junta ordinaria. Los directores son revocables en su totalidad por la Junta de Accionistas. Los accionistas pueden proponer candidatos anticipadamente, y el Gerente General debe informar la lista de candidatos antes de la junta. Existen inhabilidades específicas para ser director.

Los accionistas pueden proponer candidatos a director de la sociedad, quienes deben aceptar su nominación y declarar no tener inhabilidades legales. Desde 2019, Cenco Malls tiene una política sobre la postulación y elección de directores que establece que los accionistas deben conocer la experiencia y el perfil profesional de los candidatos al menos dos días antes de la Junta de Accionistas. Los candidatos a director independiente deben presentar una declaración jurada confirmando su independencia y ausencia de conflictos de interés.

**2024****Reuniones de directorio****18****Asistencia promedio****96%**

## Actividades

### Inducción de nuevos directores

El procedimiento de inducción para nuevos directores de Cenco Malls incluye reuniones con los principales gerentes y la entrega de información relevante sobre la Compañía. Este proceso abarca aspectos como la historia, situación financiera, negocios, riesgos, políticas, prácticas de gobierno corporativo y el marco jurídico vigente. Además, se proporcionan documentos clave como la última memoria, estados financieros, presupuesto anual, actas de sesiones, código de ética y políticas internas.

### Reuniones

El Directorio de Cenco Malls se reúne mensualmente, y las sesiones pueden ser ordinarias o extraordinarias. Las reuniones del Directorio se constituyen con la concurrencia de al menos cinco directores y los acuerdos se adoptan por la mayoría de los asistentes con derecho a voto. En caso de empate, el presidente tiene voto dirimente.

La Política de tiempo mínimo mensual en el ejercicio de las funciones de directores, vigente desde 2019, señala que “el tiempo mínimo que cada director deberá destinar al cumplimiento de su rol como tal dependerá de la situación particular de cada uno de ellos, especialmente de su experiencia, formación profesional, conocimientos del negocio, etc. Sin embargo, se espera que cada miembro del Directorio destine exclusivamente al desempeño de su cargo como tal todo el tiempo que le sea necesario para el adecuado y diligente cumplimiento de sus deberes como director, incluyendo especialmente la preparación y asistencia a las sesiones de Directorio”.

### Visitas a terreno

Aun cuando no existe una agenda específica, miembros del Directorio y el Gerente General visitan periódicamente los centros comerciales y edificios de oficinas de Cenco Malls, para observar directamente el estado de estas instalaciones y las opiniones y recomendaciones de los responsables de estas.

## Remuneraciones del Directorio

Nombre	Cargo	2024			2023		
		CLP miles			CLP miles		
		Sesiones de directorio	Comité de Directores	Total	Sesiones de directorio	Comité de Directores	Total
Manfred Paulmann Koepfer	Presidente	108.200	-	108.200	103.788	-	103.788
Peter Paulmann Koepfer	Director	54.100	-	54.100	51.894	-	51.894
José Raúl Fernández	Director	54.100	-	54.100	51.894	-	51.894
Stefan Krause Niclas*	Director	54.100	5.917	60.018	51.894	2.934	54.828
Jaime Soler Bottinelli	Director	40.818	13.606	54.424	-	-	-
Susana Carey Claro	Director	40.818	13.606	54.424	-	-	-
Eduardo Novoa Castellón	Director	40.818	13.606	54.424	-	-	-
Victoria Vásquez García**	Director	17.753	5.917	23.671	51.894	17.298	69.192
Rafael Fernández Morandé**	Director	17.753	5.917	23.671	-	-	-
Matías Videla Soló***	Director	-	-	-	43.092	14.364	57.456
<b>Total</b>		<b>428.463</b>	<b>58.571</b>	<b>487.034</b>	<b>406.350</b>	<b>51.894</b>	<b>458.244</b>

\*Miembro del Comité de Directores hasta el 25/04/2024. Formó parte de este comité desde el 26/10/2023, debido a la renuncia al Directorio de Matías Videla Solá.

\*\*Miembros del Directorio y del Comité de Directores hasta el 25/04/2024.

\*\*\*Miembro del Directorio y del Comité de Directores hasta el 25/10/2023.

El 25 de abril de 2024, la Junta de Accionistas de Cenco Malls aprobó que la remuneración de los directores para el año 2024 sería de UF 120 mensuales para cada director y el doble de esa suma para el presidente. Asimismo, estableció una remuneración para cada integrante del Comité de Directores de UF 40 mensuales y un presupuesto de gastos del funcionamiento del Comité y sus eventuales asesores de UF 2.500 anual.

### Capacitaciones

Durante 2024, los directores recibieron capacitación en libre competencia, Ley de Delitos Económicos y Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado.

### Brecha salarial

La remuneración del Directorio es aprobada por la Junta Ordinaria de Accionistas y no distingue por género, por lo tanto, no existe brecha por género en el Directorio.

### Participación en la propiedad

Entre los miembros del Directorio, solo Manfred Paulmann Koepfer y Peter Paulmann Koepfer poseen participación en la propiedad.



# Ejecutivos principales

## Gerente General

### Sebastián Bellocchio Fioretti

Nombramiento: 01/03/2024

Profesión: ingeniero comercial de la Universidad Finis Terrae con posgrado en Alta Dirección de Empresas del ESE Business School de la Universidad de Los Andes.

RUT: 13.273.024-5  
Nacionalidad: chilena

## Gerente de Operaciones

### Sebastián Núñez

Nombramiento: 11/01/2019

Profesión: contador auditor de UADE (Argentina), MBA de la Universidad Católica Argentina y certificado en Gestión de Centros Comerciales de ICSC.

RUT: 24.721.131-4  
Nacionalidad: argentina

## Gerente de Finanzas

### Agustín Letelier García

Nombramiento: 15/07/2024

Profesión: ingeniero civil industrial de la Pontificia Universidad Católica de Chile y MBA de The Wharton School

RUT: 13.831.027-2  
Nacionalidad: chilena

## Gerente Comercial

### Felipe Castro Del Río

Nombramiento: 01/04/2024

Profesión: ingeniero comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile.

RUT: 13.434.482-2  
Nacionalidad: chilena

## Plan de sucesión

Cenco Malls cuenta con la Gerencia de Personas, que incluye la Gerencia de Liderazgo y Talento. Esta última ha implementado un proceso denominado Talent Review, diseñado para facilitar el reemplazo de los principales ejecutivos cuando sea necesario. Este proceso permite definir de manera transversal el capital humano y las características distintivas del liderazgo en la Compañía, así como determinar las principales sucesiones para los cargos gerenciales clave. Cenco Malls ha llevado a cabo evaluaciones de colaboradores que estarían aptos para reemplazar a los ejecutivos principales.

## Participación en la propiedad

Entre los ejecutivos principales, poseen acciones de Cenco Malls: Sebastián Bellocchio Fioretti (161.180 acciones equivalentes al 0,009% de la propiedad) y Sebastián Núñez (142.980 acciones; 0,008% de participación).

## Compensaciones

El sistema de remuneración de los ejecutivos incluye un sueldo mensual fijo y un bono anual por desempeño, que depende principalmente del resultado de la Compañía durante el año, la evaluación del desempeño individual y la permanencia. Además, se ha implementado un plan de entrega de acciones a cuatro años, equivalente a un porcentaje de la remuneración anual del empleado. Este plan es un modelo mixto, donde el 50% se paga por permanencia y el 50% restante por desempeño.

La adjudicación de las acciones se realiza cada dos años; es decir, del total de acciones asignadas, el 50% se paga en 2024 y el otro 50% en 2026. El desempeño se mide mediante métricas del negocio, y la condición se determina según criterios basados en el Total Shareholder Return (TSR).

El Directorio revisa anualmente la compensación de los principales ejecutivos de Cenco Malls. Además, las estructuras de compensación y los bonos a largo plazo son evaluados anualmente por el Comité de Directores.

## Remuneración de los ejecutivos principales

(Cifras en CLP)	2024	2023
Remuneración total agregada	1.188.517.464	1.358.037.000
Componente fijo	784.979.057	903.731.000
Componente variable	403.538.407	454.306.000

Nota: la lista de ejecutivos principales responde a la definición establecida por el artículo 68 de la Ley 18045, Ley de Mercado de Valores (Chile).



# Gestión de riesgos

Cenco Malls gestiona los riesgos de forma integral, con el objetivo de preservar el valor y fomentar una cultura de gestión de riesgos.

La Política de Gestión de Riesgos de Cenco Malls busca establecer un marco común para la identificación, evaluación y gestión de riesgos, definiendo roles y responsabilidades claras en toda la organización. Esta política, basada en estándares internacionales como ISO 31000 y COSO ERM, se aplica a todas las áreas de la Compañía y fomenta una cultura organizacional enfocada en la gestión de riesgos.

## Modelo de gestión de riesgos

Dentro del modelo integrado de gestión de riesgos interactúan las áreas de Gestión de Riesgos, Control Interno, Auditoría Interna y Forense & Ética.

### Gestión de Riesgos

Provee metodologías y herramientas para que las gerencias analicen y gestionen los riesgos, en línea con la visión del Directorio. Los resultados se reportan periódicamente al Comité de Directores y la matriz de riesgos actualizada se comparte con las gerencias y demás áreas del ecosistema de gestión de riesgos.

### Auditoría Interna

Analiza el ambiente de control de la Compañía y brinda aseguramiento sobre la efectividad del gobierno corporativo, la gestión de riesgos y los controles internos. Además, informa al Directorio sobre la gestión de riesgos por parte de la Alta Gerencia y colabora en la identificación de mejoras que aporten valor y reduzcan la exposición al riesgo.

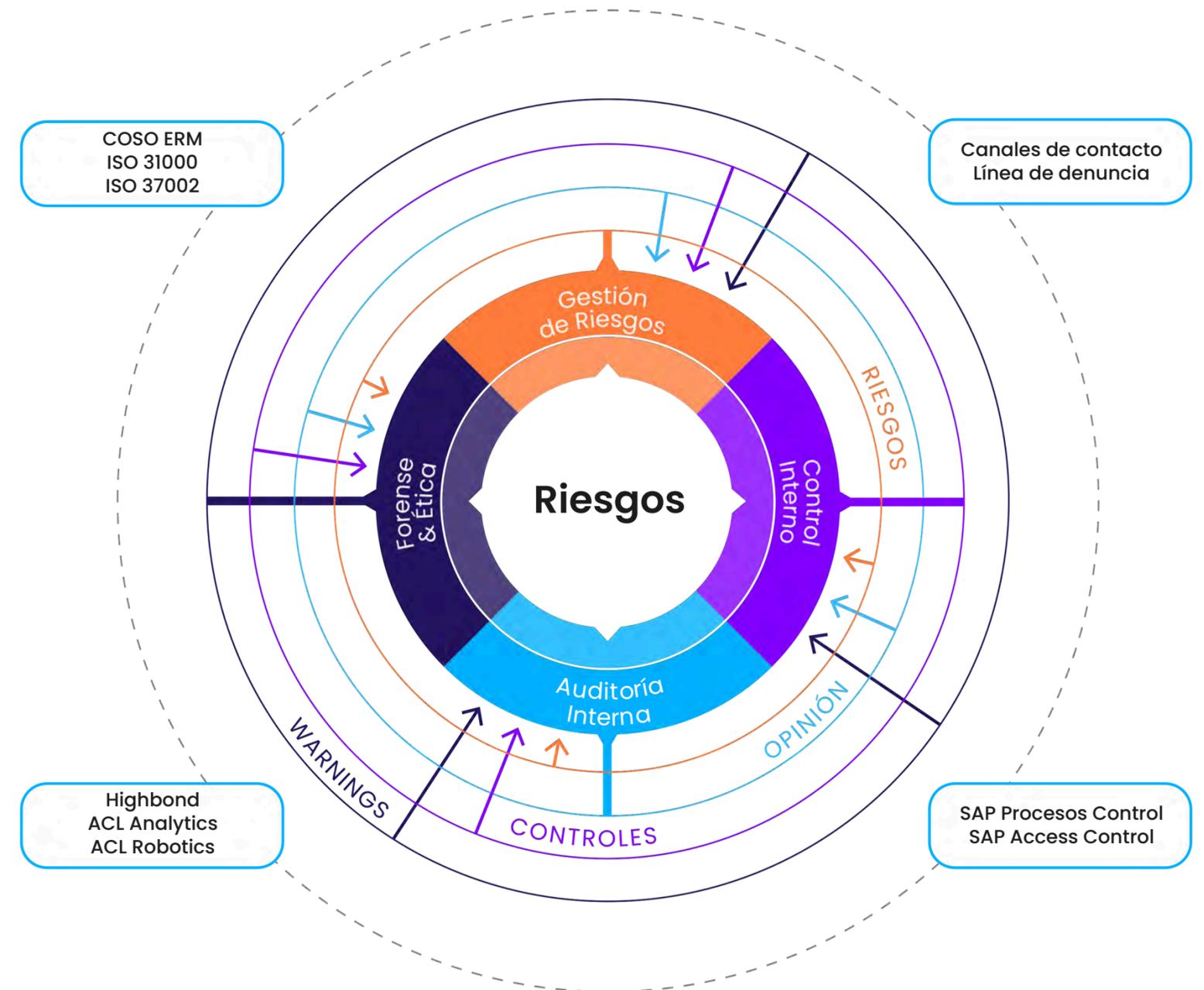
### Control interno

Vela por que los principales procesos y riesgos del negocio estén controlados de manera eficaz, asegurando la integridad contable y la continuidad operacional, mediante una metodología basada en ISO 31000. Además, entrega opiniones a la Alta Gerencia y otras áreas clave, promoviendo la mejora continua y la homologación de buenas prácticas entre los distintos países y divisiones donde opera la Compañía.

### Forense y Ética

Investiga, gestiona y resuelve todas las denuncias recibidas, especialmente aquellas de mayor relevancia. Su objetivo es informar al Directorio, a través del Comité de Directores, sobre los principales conflictos de interés y el estado de las denuncias.

## Modelo de gestión de riesgos





## Proceso de gestión de riesgos

1.

### Identificación

El equipo a cargo de la gestión de riesgos mantiene un inventario de riesgos de alto nivel, actualizado mediante entrevistas con directores y gerentes, análisis comparados, revisión de publicaciones internacionales y análisis de los reportes de las áreas de Auditoría Interna y Control Interno.

2.

### Evaluación inherente y análisis

Los miembros del Directorio evalúan inherentemente los riesgos identificados para determinar los más críticos dado el rubro o la industria en la que se desenvuelve el negocio. Posteriormente, con los equipos ejecutivos se realizan mesas de trabajo multidisciplinarias para analizar causas, consecuencias y controles existentes.

3.

### Evaluación residual y tratamiento

Se coordinan mesas de evaluación multidisciplinarias de ejecutivos para evaluar la exposición residual a los riesgos y definir planes de acción para aquellos clasificados como críticos o altos.

4.

### Comunicación y monitoreo

El equipo de Gestión de Riesgos monitorea los avances en las distintas etapas del proceso y los cambios en la severidad de los riesgos.

## Gobierno de los riesgos

### Roles y responsabilidades

#### Directorio

Mantener una estructura de Gestión de Riesgos adecuada a la naturaleza y escala de la Compañía, asegurando la independencia del equipo responsable y aprobando la política corporativa correspondiente. Además, busca promover una cultura de gestión de riesgos en todos los niveles y monitorear el funcionamiento del proceso mediante informes y recomendaciones del Comité de Directores o del equipo especializado.

#### Comité de Directores

Aprobar las responsabilidades del equipo de Gestión de Riesgos, así como el apetito al riesgo, los límites de tolerancia y los casos de sobreexposición. Mantiene reuniones con el equipo de riesgos para supervisar el proceso, informar al Directorio sobre los riesgos críticos y proponer mejoras. Además, debe velar por el cumplimiento de la política y los planes de acción comprometidos, asegurando que los criterios de gestión de riesgos se integren en la evaluación de nuevos proyectos. También debe garantizar los recursos necesarios para el adecuado funcionamiento del modelo de Gestión de Riesgos.

#### Gerente General Corporativo

Promover una cultura de control interno y gestión de riesgos, así como de implementar y supervisar el funcionamiento del modelo de gestión de riesgos. Debe conocer los riesgos que afectan los objetivos de la Compañía, velar por el cumplimiento de la política y proponer al Comité de Directores el apetito y límites de riesgo. Además, gestiona las medidas de mitigación ante sobreexposición y asegura un equilibrio adecuado entre riesgo y rentabilidad.

#### Gerencias corporativas (divisionales y funcionales)

Asegurar que las directrices de las áreas sean consistentes con la Política y Procedimiento de Gestión de Riesgos. Conocer e identificar los riesgos de sus áreas y tratarlos según el procedimiento establecido. Monitorear y comunicar sistemáticamente los riesgos y la efectividad de los controles, informando periódicamente al equipo de Gestión de Riesgos. Definir e implementar planes de mitigación, revisar y evaluar los resultados de la gestión de riesgos, y reportar la materialización de riesgos y nuevos riesgos potenciales. Validar procesos de reporte e indicadores de riesgos y gestionar la documentación de gestión de riesgos.

#### Equipo de Gestión de Riesgos

Definir un plan de trabajo anual y mantener actualizado el modelo conforme a normativas y buenas prácticas, presentándolo al Comité de Directores. Brinda soporte técnico a la Gerencia en la implementación de la metodología, actualiza la documentación del proceso e integra nuevos riesgos reportados por las áreas. Además, realiza seguimiento a los planes de acción ante sobreexposición al riesgo, identifica necesidades de capacitación y propone al Gerente General el apetito y los límites de riesgo. Finalmente, entrega información relevante a Auditoría Interna y al equipo de Control Interno para asegurar una gestión articulada.



## Principales riesgos

Los siguientes riesgos son aquellos propios del rubro o el entorno en el que se desarrollan los negocios. Sobre estos riesgos, las distintas Gerencias han definido controles, políticas y estructuras para su mitigación, lo que permite operar sobre un ambiente de control razonable para la sostenibilidad y continuidad del negocio.

Tipo de riesgo	Descripción	Principales medidas de mitigación
<b>Riesgos estratégicos</b>	Cambios en los hábitos de consumo, inestabilidad económica y política, cambios regulatorios y tributarios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación periódica de sus estrategias corporativas y cuenta con un proceso de planeación estratégica.</li> </ul>
<b>Riesgos operacionales</b>	Inherentes a la operación de los centros comerciales, considerando el entorno político, social y económico en los que se opera. (Incluye riesgos relacionados con la salud y seguridad de los clientes).	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se cuenta con un catálogo de riesgos tácticos y equipos de Auditoría Interna y Control Interno.</li> </ul>
<b>Riesgos financieros y factores sociopolíticos y económicos</b>	Inestabilidad política y económica que afecta los mercados financieros, volatilidad de tipos de cambio y tasas de política monetaria.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Evaluación constante de la estrategia de endeudamiento y cobertura de cambio.</li> </ul>
<b>Riesgos de seguridad de la información</b>	Susceptibilidad a ataques informáticos debido a la masividad de operaciones y transacciones.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Aumento de visibilidad de eventos de seguridad; incorporación de tecnologías innovadoras para la gestión del cyber; despliegue de modelo de autenticación de acceso remoto.</li> <li>Desarrollo de capacidades defensivas y de ciberinteligencia.</li> </ul>
<b>Riesgo de adaptabilidad a cambios tecnológicos</b>	Necesidad de adaptarse a cambios en hábitos del consumidor y nuevas tecnologías.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Búsqueda de tecnologías avanzadas y sistema de innovación.</li> </ul>
<b>Riesgo de cumplimiento</b>	Desafíos en la implementación de cambios normativos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>La Compañía cuenta con un equipo legal y estructuras para asegurar el cumplimiento de procedimientos.</li> </ul>
<b>Riesgos tributarios, gobernanza y control</b>	Incumplimiento de las normativas fiscales, derivadas de cambios legislativos o interpretaciones erróneas.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gestión descentralizada del cumplimiento tributario y procedimientos internos para garantizar el cumplimiento fiscal.</li> </ul>
<b>Riesgos ambientales</b>	Emisión de gases de efecto invernadero y otras externalidades.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementación de tecnologías menos contaminantes y optimización del uso de los recursos.</li> </ul>
<b>Gestión de crisis y riesgos reputacionales</b>	Contingencias e incidentes que pueden afectar la operación del negocio.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Unidades de apoyo legal y relaciones laborales preparadas para responder eficientemente.</li> </ul>

 En la nota 3 de los Estados Financieros a diciembre de 2024 se listan y detallan los riesgos con foco en su potencial impacto financiero.



## Riesgos y oportunidades relacionados con el cambio climático

### Gobernanza

La Política Integrada de Gestión Ambiental y Eficiencia Energética de Cenco Malls, publicada en 2024, se centra en mejorar la calidad de vida de sus grupos de interés mediante una experiencia sostenible y de alta calidad en sus centros comerciales. La política establece un marco para revisar, medir y gestionar los aspectos ambientales y energéticos, y prevenir la contaminación. Las principales líneas de trabajo incluyen:

- Cumplir con los requisitos legales y ambientales.
- Definir objetivos y metas energéticas y ambientales.
- Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero en las operaciones, al identificar, evaluar y gestionar los impactos ambientales. Esto, con el objetivo de proteger la biodiversidad y los ecosistemas, mitigando el potencial cambio climático.
- Promover la eficiencia energética y el uso de fuentes renovables.
- Adoptar una gestión sostenible de residuos y recursos hídricos.
- Fomentar la comunicación sobre sostenibilidad.
- Promover atributos sostenibles en la cadena de valor.
- Educar a los colaboradores en gestión ambiental y eficiencia energética.

La ejecución de esta política sigue los procedimientos de gobernanza de los riesgos de la Compañía descritos previamente.

### Estrategia

Cenco Malls aborda los riesgos y oportunidades del cambio climático a través de las acciones organizadas en el pilar Planeta de su Estrategia de Sostenibilidad. Este plan tiene como objetivos:

- Desarrollar y operar proyectos con altos estándares en gestión ambiental.
- Actuar con agilidad e innovación para preservar el equilibrio de nuestro planeta.
- Inspirar y generar conciencia sobre el cuidado del medio ambiente en todos sus *stakeholders*.

Las acciones desarrolladas en este marco se relacionan con:

- Gestión de la huella de carbono.
- Gestión de residuos.
- Gestión hídrica.
- Gestión energética.

La estrategia de Cenco Malls está alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. En esta materia, específicamente con el ODS 13 Acción por el clima.

### Gestión de riesgos

Los riesgos ambientales son considerados estratégicos en Cenco Malls. En 2024 se realizó la evaluación de riesgos residuales más reciente en este ámbito.

En este proceso participan el Directorio, el Gerente General y los gerentes de primera línea.

### Métricas y objetivos

Cenco Malls mide y gestiona su Huella de Carbono desde 2016. En 2024, la Compañía fortaleció este proceso mediante una asesoría especializada con Carboneutral, ajustando su metodología conforme al Greenhouse Gas Protocol (GHG). Por primera vez, la medición incluyó los alcances 1, 2 y 3 de Chile, Perú y Colombia, reflejando una visión más completa a nivel regional.

#### Huella de carbono

- Se logró una reducción del 28% de la Huella de Carbono regional (*market-based*, 2024 vs. 2023).

#### Eficiencia energética y energías renovables

- 100% del consumo energético en los principales activos de Chile y Perú provino de fuentes renovables.



# Ética

En septiembre de 2024, el Directorio de Cenco Malls aprobó la actualización del Código de Ética Regional de la compañía. Este documento describe los principios y valores que orientan el compromiso ético de la Compañía con sus distintos grupos de interés y está alineado con el código de ética de Cencosud. Es aplicable a los directores, gerentes, subgerentes, jefes, operarios, auxiliares y demás colaboradores de las empresas y divisiones en donde la Compañía posee control y participación mayoritaria.

Al momento de la firma del contrato de trabajo, cada colaborador recibe una Carta de Código de Ética y el material impreso con los principios que deben guiar su conducta. El Código está disponible en formato físico y digital. Su lectura y aceptación se confirma mediante la firma de la Carta de Compromiso o la aprobación del curso *e-learning*, además de mantener actualizada la declaración de posibles conflictos de interés. La Compañía ofrece capacitaciones preventivas en formato *e-learning* y pone a disposición referentes internos y una línea de denuncias anónima, gestionada por un tercero, para resolver dudas o reportar situaciones.

## Materias incluidas en el Código de Ética Regional

- Procedimientos y mecanismos vinculados a denuncias de irregularidades y al canal de denuncias
- Procedimientos anticorrupción y soborno
- No discriminación
- Privacidad de datos de clientes
- Conflictos de interés
- Prácticas antimonopolio/anticompetitivas
- Blanqueo de capitales y/o uso indebido de información privilegiada
- Medio ambiente, salud y seguridad
- Derechos humanos
- Sostenibilidad
- Diversidad, equidad e inclusión

## Mecanismos de implementación

Mesas de ayuda dedicadas  
puntos focales  
ombudsman y líneas directas.

**Acciones disciplinarias** en casos de incumplimiento (advertencias, despidos)

## Comité de Ética

Durante 2024 el Comité de Ética sesionó en tres oportunidades.

### Funciones

- Conocer, decidir y ordenar el cumplimiento de las decisiones respecto a incumplimientos graves al Código de Ética y normas legales.
- Aprobar las modificaciones al Código de Ética.
- Resolver las declaraciones de conflictos de interés del segmento de ejecutivos.
- Entregar lineamientos y criterios frente a nuevas situaciones que pudiesen poner en riesgo nuestra conducta ética.

### Integrantes

#### 2024

Julio Moura  
 Presidente del Directorio de Cencosud  
 Mónica Jiménez  
 Directora de Cencosud  
 Rodrigo Larraín  
 Gerente General de Cencosud  
 Luis Bernardo Silva  
 Gerente corporativo de Recursos Humanos de Cencosud  
 Sebastián Rivera  
 Gerente de Asuntos Legales de Cencosud

#### 2025

Manfred Paulmann  
 Presidente de Cenco Malls  
 Sebastián Bellocchio  
 Gerente General de Cenco Malls  
 Claudio Rojas  
 Gerente de Auditoría Interna de Cenco Malls  
 María Inés Buzada  
 Gerente de Asuntos Legales de Cenco Malls

2024

Colaboradores capacitados en el nuevo Código de Ética

572

98% de la dotación



# Cumplimiento

## Libre competencia

Cenco Malls cuenta con un Programa de Cumplimiento de Libre Competencia orientado a prevenir, detectar y mitigar los riesgos asociados a la materia, asegurando que sus operaciones se realicen de manera ética y competitiva. Este programa establece lineamientos generales que permiten a los colaboradores identificar situaciones de riesgo y actuar conforme a la normativa.

Entre las principales medidas contempladas en el Programa se encuentran:

- Política de Cumplimiento de Libre Competencia: documento que define principios y directrices para promover un actuar ético y prevenir conductas contrarias a la libre competencia.
- Capacitación: capacitaciones periódicas dirigidas a directores, gerentes, ejecutivos y colaboradores, orientadas a facilitar la comprensión de la normativa y detectar riesgos potenciales.
- Canales de Consultas y Denuncias: herramientas habilitadas para que los colaboradores puedan realizar consultas, reportar dudas o denunciar posibles conductas contrarias a la libre competencia de manera confidencial.
- Monitoreo continuo: revisiones internas destinadas a identificar, prevenir y gestionar riesgos anticompetitivos, asegurando el cumplimiento de las directrices establecidas.

## Laboral

Cenco Malls dispone de un procedimiento para canalizar denuncias que pueden ser realizadas por colaboradores, proveedores y terceros. Estas denuncias pueden estar relacionadas con situaciones que constituyan o aparenten irregularidades, prácticas cuestionables, incumplimientos o violaciones al Código de Ética, reglamentos internos, políticas, procedimientos y otras normativas internas de Cenco Malls.

## Prevención de delitos

La Compañía ha implementado un Modelo de Prevención de Delitos (MPD), que organiza, administra y supervisa las acciones necesarias para evitar la comisión de los delitos establecidos en la Ley 20.393. Para alcanzar este objetivo, el MPD incluye diversas acciones preventivas, de detección, monitoreo, supervisión y respuesta. La responsabilidad de supervisar el cumplimiento de estas acciones recae en el Oficial de Cumplimiento Regional.

Entre las principales acciones y herramientas del MPD se encuentran:

- Manual de Prevención de Delitos
- Política Corporativa de Anticorrupción
- Código de Ética
- Reglamentos Internos de Orden, Higiene y Seguridad
- Cláusulas contractuales
- Matrices de Riesgos
- Proceso de validación de proveedores y locatarios (Área de Prevención de Delitos)
- Auditorías de seguimiento de cumplimiento normativo
- Capacitaciones de colaboradores, Curso E-Learning
- Canales de denuncia

El Manual de Prevención de Delitos y la Política Corporativa de Anticorrupción están disponibles en la página corporativa de Cencosud.

## Medioambiental

Cenco Malls adopta varias iniciativas para cumplir con sus responsabilidades ambientales. Entre estas medidas, se incluye un Oficial de Cumplimiento Regional que, en colaboración con la Gerencia de Asuntos Públicos y Sostenibilidad, supervisa la implementación del Programa de Cumplimiento Regional. Este equipo se encarga de identificar riesgos y oportunidades para la mejora continua en temas ambientales.

## Indicadores de cumplimiento legal y normativo

Ámbito	Chile		Colombia		Perú		Total	
	Número de sanciones aplicadas	Montos en CLP	Número de sanciones aplicadas	Montos en CLP	Número de sanciones aplicadas	Montos en CLP	Número de sanciones aplicadas	Montos en CLP
Clientes y Derechos del Consumidor	14	90.524.689	0	0	0	0	14	90.524.689
Trabajadores de la Compañía	3	23.377.074	0	0	0	0	3	23.377.074
Acciones de tutela laboral	0	0	0	0	0	0	0	0
Medioambiental	0	0	0	0	0	0	0	0
Programas de cumplimiento ambiental	0	0	0	0	0	0	0	0
Libre competencia	0	0	0	0	0	0	0	0
Responsabilidad Penal de personas jurídicas	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>17</b>	<b>113.901.763</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>17</b>	<b>113.901.763</b>

## Cientes

Durante el año 2024 se trabajó en una política de cumplimiento en materia de protección de los derechos del consumidor. El objetivo es brindar a los colaboradores de Cenco Malls y de sus filiales, los lineamientos necesarios para cumplir con la Ley N.º 19.496 sobre los derechos de los consumidores y las obligaciones de los proveedores de bienes y servicios en Chile.



# 05.

# Desempeño

- Indicadores de desempeño financiero
- Indicadores por activo
- Posición financiera
- Desempeño por país





# Indicadores de desempeño financiero

Datos a nivel consolidado, a diciembre de cada año

## Margen EBITDA Ajustado

### 90,8%



El margen EBITDA ajustado se calcula restando al resultado operativo la revalorización de activos y las amortizaciones (intangibles).

## Tasa de ocupación

### 98,3%



La tasa de ocupación en los centros comerciales se refiere al porcentaje del espacio disponible que está actualmente rentado y ocupado por tiendas y negocios. Este indicador es crucial para evaluar la salud económica del centro comercial, ya que una alta tasa de ocupación generalmente indica una mayor demanda y rentabilidad.

## Costo de ocupación

### 8,7%



Se calcula como la división entre el total de los cobros a locatarios (arriendo, gastos comunes y otros) y la venta de los locatarios.

Para el cálculo a nivel consolidado se ponderó por la venta de locatarios en cada país.

## Margen bruto

### 96,6%



El margen bruto se calcula restando al total de ingresos los costos directos de venta.

## FFO/DFN

### 40,4%



El FFO (Funds From Operations) es una métrica financiera utilizada para medir el flujo de efectivo generado por las operaciones de la empresa. Aquí se lo relaciona con la deuda financiera neta.

## Utilidad neta / patrimonio

### 9,4%



El indicador utilidad neta / patrimonio, también conocido como rentabilidad sobre el patrimonio o ROE (Return on Equity), mide la capacidad de una empresa para generar beneficios a partir del capital aportado por sus accionistas.



# Indicadores por activo

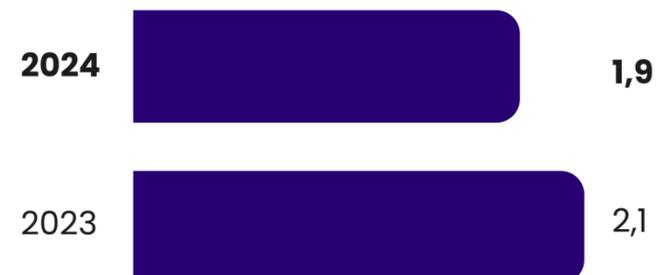
Activos	Ingresos (CLP millones)		NOI (%)		Tasa de ocupación		Ventas de locatarios (CLP millones)		GLA Total	
	2024	Variación 2024 vs. 2023	2024	Variación 2024 vs. 2023 (pb)	2024	Variación 2024 vs. 2023 (pb)	2024	Variación 2024 vs. 2023	2024	Variación 2024 vs. 2023
Cenco Costanera	85.486	17,4%	88,6%	102	98,5%	-8	771.889	18,5%	154.849	11,8%
Torres de Oficinas	12.324	13,3%	67,3%	-475	88,9%	1.475	N.A.	N.A.	65.000	0,0%
Cenco Alto Las Condes	57.391	6,3%	94,2%	26	99,6%	25	541.124	7,8%	122.813	0,8%
Cenco Florida	29.802	15,2%	91,3%	295	98,0%	-10	296.059	8,5%	113.703	0,5%
Cenco La Dehesa	17.716	6,7%	86,2%	-221	98,5%	-20	232.852	4,3%	69.163	5,6%
Cenco La Reina	8.430	9,1%	96,2%	26	97,8%	-148	183.740	7,5%	38.550	0,5%
Cenco Rancagua	11.038	6,2%	97,7%	200	98,8%	-68	199.334	6,1%	43.322	-1,6%
Cenco Temuco	16.331	10,8%	96,3%	100	99,8%	6	249.117	15,2%	62.445	0,9%
Cenco Ñuñoa	7.117	13,6%	94,4%	-340	97,5%	14	132.227	11,5%	32.957	0,3%
Cenco Belloto	7.689	6,8%	95,8%	-143	98,4%	-82	130.106	11,2%	42.850	0,5%
Cenco Osorno	8.741	30,6%	93,1%	470	98,5%	341	114.179	26,1%	28.844	1,0%
Cenco El Llano	8.388	11,1%	93,6%	135	99,6%	-41	137.949	6,3%	23.668	0,1%
Power Centers	69.726	8,2%	95,6%	336	99,6%	21	1.529.753	2,0%	460.415	0,1%
<b>Chile</b>	<b>340.179</b>	<b>11,5%</b>	<b>91,7%</b>	<b>102</b>	<b>99,0%</b>	<b>5</b>	<b>4.518.328</b>	<b>8,1%</b>	<b>1.258.580</b>	<b>1,8%</b>
<b>Perú</b>	<b>7.790</b>	<b>41,3%</b>	<b>82,1%</b>	<b>-155</b>	<b>89,8%</b>	<b>-430</b>	<b>109.701</b>	<b>22,9%</b>	<b>60.534</b>	<b>-0,8%</b>
<b>Colombia</b>	<b>5.214</b>	<b>27,5%</b>	<b>44,2%</b>	<b>-286</b>	<b>92,6%</b>	<b>67</b>	<b>78.031</b>	<b>9,5%</b>	<b>63.257</b>	<b>-2,5%</b>
<b>Total consolidado</b>	<b>353.184</b>	<b>12,2%</b>	<b>90,8%</b>	<b>80</b>	<b>98,3%</b>	<b>-12</b>	<b>4.706.060</b>	<b>8,4%</b>	<b>1.382.370</b>	<b>1,5%</b>



# Posición financiera

## Leverage neto

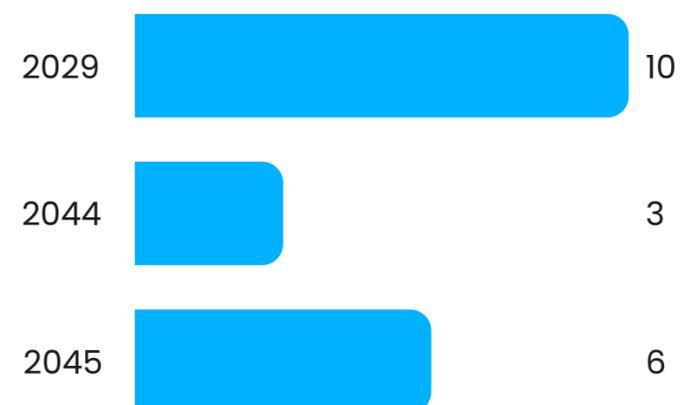
(veces)



La Compañía mantiene uno de los niveles de endeudamiento más saludables de la industria, reflejando una sólida posición financiera.

## Perfil de amortizaciones

(UF millones)



Primera amortización calza con el termino del plan de inversión.

Durante el año 2024, la posición financiera de Cenco Malls mostró una evolución favorable, reflejada en una reducción del nivel de apalancamiento neto, alcanzando un múltiplo de 1,9 veces, comparado con el 2,1x del 2023. Esta variación fue impulsada por una mejora operativa reflejada en el EBITDA Ajustado, pese al incremento de la deuda bruta.

Respecto a la estructura de deuda de la Compañía, mantiene una duración promedio larga, que cerró el 2024 en 10,1 años y con un costo financiero promedio de 1,54%.

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



# Chile

## Hechos destacados de 2024

- En las torres Costanera y Vitacura, se generaron espacios semi habilitados que permiten a los arrendatarios de oficinas personalizar sus espacios, distribuyendo el costo de habilitación a lo largo de la duración del contrato.
- Se completó la implementación de espacios de reciclaje en el 100% de los centros comerciales en el país.
- Por medio de una alianza público-privada fueron instaladas cámaras capaces de detectar incendios forestales en Sky Costanera.
- En alianza con la Municipalidad de Providencia, se inauguró un punto de taxis eléctricos en Costanera Center para potenciar las experiencias sostenibles. Esta iniciativa cuenta con 24 espacios habilitados con este objetivo.



Crecimiento de las ventas de locatarios

(2024 vs. 2023)

**8,1%**

Contribución a los ingresos consolidados

**96,3%**

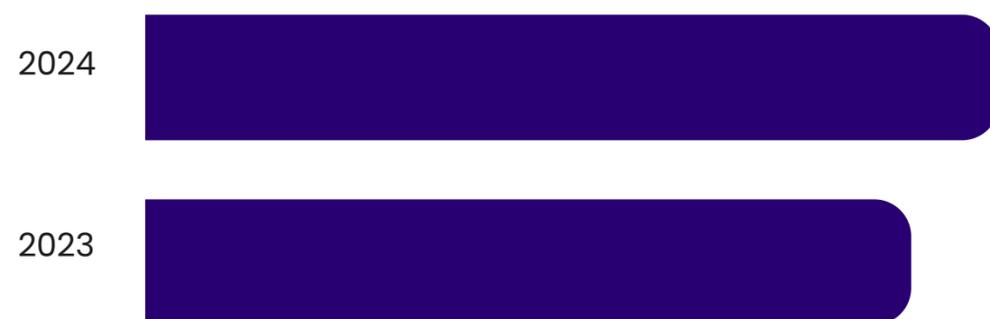


## Resultados

### Ingresos

**CLP 340.179 millones**

11,5 % vs. 2023



### EBITDA Ajustado

**CLP 311.978 millones**

12,7% vs. 2023



Los ingresos aumentaron un 11,5% respecto a 2023, impulsados por la incorporación de más de 22.000 m<sup>2</sup> de nuevo GLA y el incremento del arriendo variable debido a la recuperación del consumo en Chile y un mayor flujo de turistas. La tasa de ocupación se mantuvo en un 99,0%, las visitas aumentaron un 7,7% y las ventas de locatarios crecieron un 8,1%. El EBITDA Ajustado creció un 12,7% interanual, con un margen EBITDA de un 91,7%, gracias a la expansión del margen bruto y algunos ingresos extraordinarios.

### Distribución de ingresos

El 33,0% de los ingresos de los centros comerciales en Chile provino de arriendos a empresas del grupo Cencosud y el 67,0% restante, de terceros no relacionados. En 2023 las participaciones fueron de un 34,8% y un 65,2%, respectivamente.

### GLA por rubro

El 51,8% de la superficie bruta arrendable de los centros comerciales en Chile está destinado a servicios esenciales (supermercados, centros médicos, farmacias, bancos y mejoramiento del hogar). Al *retail* (tiendas por departamentos y otras tiendas) se dedica el 32,3% y a entretenimientos (restaurantes, patios de comidas, gimnasios y juegos), el 7,7%. Un 7,2% lo ocupan otros servicios, oficinas y un hotel. Un 1,0% está vacante al cierre de 2024.



# Perú

## Hechos destacados de 2024

- Cenco La Molina, inaugurado en diciembre de 2023, inició su ampliación en enero de 2024. Una vez culminada esta segunda etapa, ofrecerá al público 140 locales comerciales, distribuidos en 5 niveles.
- Al cierre de 2024, la segunda etapa de Cenco La Molina registró un avance del 48%.



Crecimiento de las  
ventas de locatarios

(2024 vs. 2023)

**22,9%**

Contribución a los  
ingresos consolidados

**2,2%**

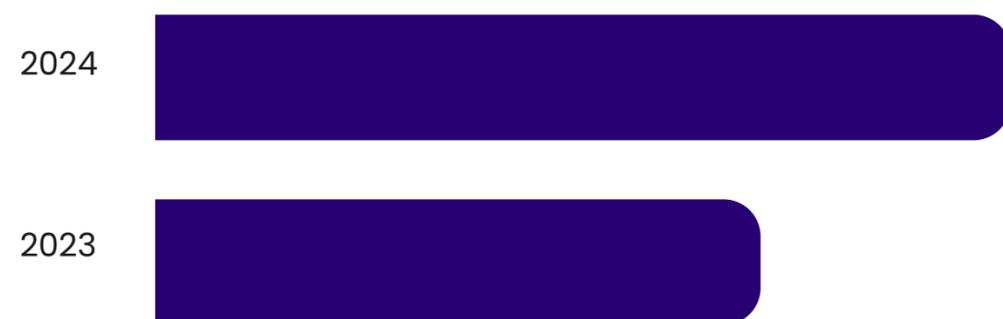


## Resultados

### Ingresos

**CLP 7.790 millones**

41,3% vs. 2023



### EBITDA Ajustado

**CLP 6.392 millones**

38,7% vs. 2023



Los ingresos aumentaron un 26,1% en PEN y un 41,3% en CLP interanual, destacando la apertura de Cenco La Molina en diciembre de 2023. La tasa de ocupación disminuyó a un 89,8% debido a la incorporación de nuevos metros cuadrados, pero las visitas crecieron un 74,4% y las ventas de locatarios aumentaron un 9,7% en moneda local. El EBITDA Ajustado creció un 23,8% en moneda local y un 38,7% en pesos chilenos, reflejando el incremento en ingresos, aunque parcialmente compensado por un aumento en los gastos.

### Participación en ingresos

El 34,0% de los ingresos de los centros comerciales en Perú provino de arrendos a empresas del grupo Cencosud y el 66,0% restante, a terceros no relacionados. En 2023 las participaciones fueron de un 41,0% y un 59,0%, respectivamente.

### GLA por rubro

El 45,0% de la superficie bruta arrendable de los centros comerciales en Perú está destinado a servicios esenciales (supermercados, centros médicos, farmacias, bancos y mejoramiento del hogar). Al *retail* (tiendas por departamentos y otras tiendas) se dedica el 29,9% y a entretenimientos (restaurantes, patios de comidas, gimnasios y juegos), el 14,4%. Un 0,4% lo ocupan otros servicios y oficinas. Un 10,2% está vacante al cierre de 2024.



# Colombia

## Hechos destacados de 2024

- En Cenco Altos del Prado se habilitó espacio para un centro médico.
- La remodelación de Cenco Limonar alcanzó un 53% de avance al cierre de 2024.
- Se inició la medición de CSAT en octubre de 2024 en Cenco Malls Colombia, obteniendo un 78% de satisfacción de clientes en tres meses.
- Instalación de 1.226 paneles solares en Cenco Altos del Prado, Barranquilla, para cubrir el 100% de la energía de las zonas comunes, reduciendo 553 toneladas de CO2 al año.



## Crecimiento de las ventas de locatarios

(2024 vs. 2023)

# 9,5%

## Contribución a los ingresos consolidados

# 1,5%

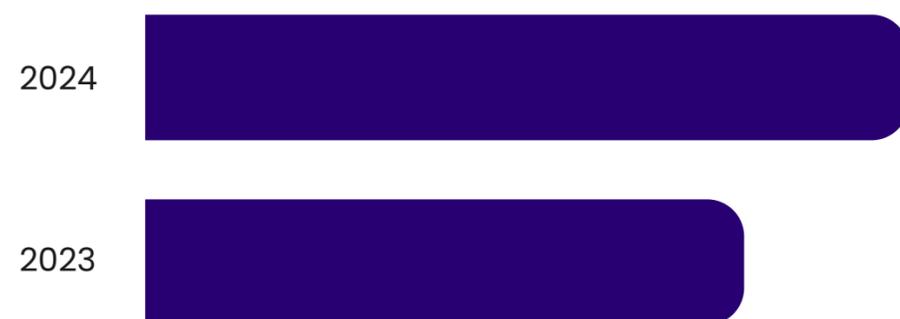


## Resultados

### Ingresos

**CLP5.214 millones**

27,5% vs. 2023



### EBITDA Ajustado

**CLP 2.306 millones**

19,8% vs. 2023



Los ingresos aumentaron un 7,5% en COP y un 27,5% en CLP respecto a 2023, impulsados en parte por la actualización de tarifas en la renovación de contratos. La tasa de ocupación subió a un 92,6%, mientras que las visitas crecieron un 10,0% interanual. El EBITDA Ajustado creció un 0,9% en moneda local y un 19,8% en pesos chilenos, reflejando mayores ingresos, aunque compensados por un aumento en los gastos debido al reforzamiento de equipos y sistemas internos.

### Distribución de los ingresos

El 72,0% de los ingresos de los centros comerciales en Colombia provino de arriendos a empresas del grupo Cencosud y el 28,0% restante a tercero no relacionados. En 2023 las participaciones fueron de un 73,3% y un 26,7%, respectivamente.

### GLA por rubro

El 82,2% de la superficie bruta arrendable de los centros comerciales en Colombia está destinado a servicios esenciales (supermercados, centros médicos, farmacias, bancos mejoramiento del hogar). Al *retail* (tiendas por departamentos y otras tiendas) se dedica el 2,3% y a entretenimientos (restaurantes, patios de comidas, gimnasios y juegos), el 6,8%. Un 1,3% lo ocupan otros servicios y oficinas, y un 7,4% está vacante al cierre de 2024.



# 06.

## Anexos

---

- Información societaria
- Informe del Comité de Directores
- Información sobre colaboradores
- Propiedades e instalaciones
- Subsidiarias y asociadas
- Información sobre proveedores
- Indicadores de cumplimiento
- Indicadores de sostenibilidad SASB
- Carta de los verificadores externos
- Índice de contenidos NCG 461
- Declaración de responsabilidad





# Información societaria

## Situación de control

Al 31 de diciembre de 2024, el capital social de Cenco Malls asciende a CLP 701.171 millones, dividido en 1.705.831.078 acciones nominativas, de una sola serie y sin valor nominal, distribuidas entre 142 accionistas.

El grupo controlador tiene una participación del 72,33% en la sociedad y no existe un acuerdo de actuación conjunta o pacto de accionistas.

### Miembros del grupo controlador

- Cencosud S. A. posee una participación del 71,64% en Cencosud Shopping S. A. y es, a su vez, controlada por miembros de la familia Paulmann, fundadora de la Compañía, con el 56,16%.
- Cencosud Retail S. A. es controlada por Cencosud con el 99,63% del capital social.
- Inversiones Quinchamalí Ltda., pertenece en un 100% a Horst Paulmann Kemna, Manfred Paulmann Koepfer, Peter Paulmann Koepfer y Heike Paulmann Koepfer.

Las sociedades controladoras son propiedad, directa o indirectamente de Horst Paulmann Kemna (RUT 3.294.888-K), Manfred Paulmann Koepfer (RUT 7.012.865-9), Peter Paulmann Koepfer (RUT 8.953.509-3) y Heike Paulmann Koepfer (RUT 8.953.510-7).

En forma directa, tienen participación en Cencosud S. A. Horst Paulmann Kemna (2,51%), Manfred Paulmann Koepfer (0,44%), Peter Paulmann Koepfer (0,54%) y Heike Paulmann Koepfer (0,54%). De manera indirecta, los miembros de la familia Paulmann controlan el 52,15% de Cencosud S. A., a través de la sociedad PK ONE Limited.

No se registran accionistas del gobierno o entidades estatales que mantengan acciones de la sociedad que superen el 5% de su propiedad.

Los estatutos de Cencosud Shopping S. A. establecen que las acciones serán nominativas, ordinarias y de una misma serie, todas con idénticos derechos para sus titulares. Una acción corresponde a un voto.

La Compañía no establece requisitos de propiedad para el Gerente General ni para los ejecutivos principales.

En 2024 no se produjeron cambios importantes en la propiedad.

### Composición del grupo controlador

RUT	Nombre sociedad o persona natural	Nº de acciones	% de propiedad directa
93.834.000-5	Cencosud S. A.	1.222.123.217	71,64%
81.201.000-K	Cencosud Retail S. A.	11.707.465	0,69%
86.193.900-6	Inversiones Quinchamalí Ltda.	396	0,00%
<b>Total grupo controlador</b>		<b>1.233.831.078</b>	<b>72,33%</b>



## Accionistas mayoritarios

### Identificación de los 12 Accionistas Mayoritarios

Nombre de los accionistas	RUT	N.º de acciones	% de propiedad directa
CENCOSUD S. A.	93.834.000-5	1.222.123.217	71,64%
FONDO DE PENSIONES HABITAT A	33.500.028-5	33.325.254	1,95%
FONDO DE PENSIONES CUPRUM A	33.500.040-4	32.625.067	1,91%
FONDO DE PENSIONES CAPITAL A	33.500.025-0	24.089.708	1,41%
FONDO DE PENSIONES CUPRUM B	33.500.041-2	23.726.792	1,39%
FONDO DE PENSIONES HABITAT B	33.500.029-3	23.576.049	1,38%
FONDO DE PENSIONES PROVIDA B	33.500.102-8	20.800.503	1,22%
FONDO DE PENSIONES CAPITAL B	33.500.026-9	20.215.435	1,19%
FONDO DE PENSIONES PROVIDA A	33.500.101-K	18.815.206	1,10%
FONDO DE PENSIONES MODELO B	33.500.052-8	17.768.095	1,04%
FONDO DE PENSIONES CUPRUM C	33.500.011-0	17.274.416	1,01%
BANCO SANTANDER - JP MORGAN	33.338.330-6	17.060.147	1,00%



## Política de dividendos

En los Estatutos Sociales de Cenco Malls se establece que las utilidades líquidas que arroje el balance de un ejercicio se destinarán primeramente a absorber pérdidas acumuladas de ejercicios anteriores, si las hubiere, y el remanente y/o las retenidas se distribuirán como determine la Junta de Accionistas. La Sociedad deberá distribuir anualmente como dividendo en dinero a sus accionistas, a lo menos, el 30% de la utilidad líquida distributable de cada ejercicio, salvo acuerdo diferente adoptado en la Junta de Accionistas respectiva, por la unanimidad de las acciones emitidas.

## Dividendos pagados

Categoría	Fecha límite	Fecha pago	CLP por acción	Utilidades ejercicio
Definitivo	30/04/2024	07/05/2024	34	2024
Provisional	14/11/2024	20/11/2024	85	2024
Provisional	10/01/2023	16/01/2023	70	2023
Definitivo	03/05/2023	09/05/2023	25	2023
Provisional	02/01/2022	08/01/2022	60	2022
Definitivo	27/04/2022	03/05/2022	30	2022
Eventual	15/10/2021	21/10/2021	30	2021
Provisional	15/10/2021	21/10/2021	30	2021
Adicional	28/04/2021	05/05/2021	0.15771	2021
Definitivo	28/04/2021	05/05/2021	12.14229	2021
Adicional	05/05/2020	11/05/2020	34.44782	2020
Definitivo	05/05/2020	11/05/2020	20.55218	2019

## Transacciones en bolsa

Año	Periodo	N.º Acciones Transadas	Monto Total Transado	Precio promedio (CLP)
2024	1Q24	32.239.792	48.456.345.864	1.513,29
	2Q24	39.642.580	58.349.357.437	1.478,78
	3Q24	25.008.576	37.939.535.327	1.488,17
	4Q24	24.933.817	38.812.462.269	1.538,04
2023	1Q23	46.042.822	57.087.027.236	1.241,21
	2Q23	73.016.233	94.920.487.175	1.296,47
	3Q23	44.824.410	65.563.061.626	1.448,36
	4Q23	30.781.841	42.731.187.858	1.401,34
2022	1Q22	99.132.648	90.315.224.319	903,46
	2Q22	51.839.051	45.506.458.382	878,98
	3Q22	41.667.117	45.044.136.355	1.089,17
	4Q22	56.566.762	63.717.972.055	1.097,42
2021	1Q21	74.933.746	97.112.884.996	1.273,10
	2Q21	62.862.016	83.209.605.366	1.329,35
	3Q21	65.279.746	70.681.595.844	1.108,77
	4Q21	185.035.700	160.227.289.672	855,88
2020	1Q20	74.916.323	107.810.474.401	1.496,13
	2Q20	198.327.379	285.152.077.697	1.470,08
	3Q20	70.696.656	96.124.379.375	1.316,37
	4Q20	51.111.335	60.215.644.232	1.181,78

**Nota:** la presencia bursátil es calculada de acuerdo con la Norma de Carácter General N.º 327 del 17/01/2012, de la Comisión para el Mercado Financiero. Considera las transacciones efectuadas en la Bolsa de Comercio de Santiago hasta el día anterior a las fechas indicadas en la tabla.

Fecha	Presencia bursátil (%)
28/03/2024	100
28/06/2024	100
30/09/2024	100
30/12/2024	100



## Otros valores: bonos

Bono	BCSSA-A	BCSSA-B	BCSSA-C	BCSSA-E
<b>Emisor</b>	Cencosud Shopping S. A.			
<b>Línea</b>	940	941	940	941
<b>Nombre emisión</b>	BCSSA-A	BCSSA-B	BCSSA-C	BCSSA-E
<b>Fecha emisión</b>	25-04-2019	30-04-2019	01-09-2019	01-09-2019
<b>Fecha vencimiento</b>	25-04-2029	30-04-2044	01-03-2029	01-03-2045
<b>Monto emisión</b>	7.000.000	3.000.000	3.000.000	6.000.000
<b>Moneda</b>	UF	UF	UF	UF
<b>Tasa</b>	1,90%	2,20%	0,65%	1,25%

## Restricciones

Covenants	Restricción	31-12-2024
Pasivo Exigible / Patrimonio	< 1,50 veces	0,51
Activos totales libres de toda prenda, hipoteca u otro gravamen / Pasivo Exigible	>= 1,20 veces	2,95

Información contable	31-12-2024
Pasivo exigible	1.456.656.422
Patrimonio	2.834.499.257
Activos totales libres de toda prenda, hipoteca u otro gravamen	4.291.155.679



# Informe del Comité de Directores

## Miembros del Comité de Directores

En conformidad con la ley chilena de Sociedades Anónimas, Cenco Malls ha establecido un Comité de Directores, el cual estuvo compuesto hasta el 25 de abril de 2024 por los directores, Sra. Victoria Vásquez García, quien lo presidió, Sr. Rafael Fernández Morandé, ambos directores independientes, y por el Sr. Stefan Krause Niclas. Producto de la renovación del Directorio ocurrida en la Junta Ordinaria de Accionistas celerada con fecha 25 de abril de 2024, el Comité quedó conformado a partir de esa fecha, por los directores Sra. Susana Carey Claro, quien lo preside, el Sr. Eduardo Novoa Castellón, ambos directores independientes, y por el Sr. Jaime Soler Bottinelli.

## Honorarios Comité de Directores

La remuneración de los miembros del Comité de Directores para el periodo 2024 fue fijada en la Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el 25 de abril de 2024 de acuerdo a lo estipulado en el artículo N.º 50 de la Ley N.º 18.046 de Sociedades Anónimas, en la Junta se propuso, para el ejercicio 2024, una remuneración que ascienda a la cantidad de 40 UF mensuales por cada director. De la misma forma, se propuso que el presupuesto de gastos de funcionamiento del Comité y sus eventuales asesores ascienda, para el ejercicio 2024, a la suma de 2.500 UF anuales, la que podrá ser modificada según las necesidades del mismo.

## Gastos del Comité de Directores

Respecto de los gastos incurridos por el Comité de Directores durante el ejercicio 2024, se informó que este no contrató asesorías externas para el desarrollo de sus funciones, por lo cual los gastos incurridos por el Comité de Directores durante el ejercicio 2024 correspondieron a las remuneraciones pagadas a los miembros del mismo hasta el 31 de diciembre de 2024.

## Operaciones entre Partes Relacionadas

Todas las transacciones habituales con partes relacionadas son monitoreadas y revisadas periódicamente por el Comité de Directores de Cenco Malls. Respecto a transacciones no habituales entre partes relacionadas, durante el ejercicio 2024, el Comité revisó y aprobó 4 Operaciones entre Relacionadas, las cuales se ajustaron a los establecido en el Artículo 147, Título XVI de la Ley de Sociedades Anónimas.

## Informe de gestión del Comité de Directores de Cencosud Shopping S.A.

Durante el ejercicio 2024 el Comité de Directores sesionó 18 veces y llevó a cabo las actividades que se detallan a continuación.

### N.º 57, 10 de enero

- El Comité revisó la propuesta de nuevos poderes de la Compañía.
- El Comité revisó la propuesta de la empresa de auditoría externa para el año 2024.

### N.º 58, 24 de enero

- El Comité conoció las conclusiones del Informe de Valorización de Propiedades de Inversión solicitado a Deloitte.
- El Comité examinó y aprobó el Manual de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo y la Política de Debida Diligencia en el Conocimiento del Cliente.
- El Comité conoció y aprobó el Plan de Auditoría Interna de la Compañía para el año 2024.
- El Comité revisó las transacciones con partes relacionadas a diciembre 2023, concluyendo que se encuentran dentro de los términos de habitualidad establecidos por dicha política.
- El Comité examinó las cifras preliminares de los Estados Financieros al 31 de diciembre de 2023 y los resultados consolidados acumulados a dicha fecha.
- El Comité conoció el listado de contratos *intercompany* firmados durante el 2023.
- El Comité revisó y aprobó el Plan de Trabajo del Comité para el año 2024.



# Informe del Comité de Directores

## N.º 59, 26 de febrero

- a. El Comité conoció las conclusiones del Informe del Mercado Hotelero solicitado a JLL.
- b. El Comité revisó detalladamente y aprobó el borrador de los Estados Financieros al 31 de diciembre de 2023.
- c. El Comité fue informado de una modificación transitoria realizada al contrato de subarrendamiento con Hotel Costanera S. A.
- d. El Comité revisa propuesta de nuevos poderes de la Compañía.

## N.º 60, 28 de febrero

- a. El Comité revisó las transacciones con partes relacionadas a enero 2024, concluyendo que se encuentran dentro de los términos de habitualidad establecidos por dicha Política.
- b. El Comité es informado sobre la Matriz de Desempeño, Evaluaciones y el Plan de Compensación de los Ejecutivos de la Compañía.
- c. El Comité revisó la propuesta de la empresa de auditoría externa para el año 2024.
- d. El Comité revisó y aprobó el Informe de Gestión del Comité del año 2023.

## N.º 61, 4 de marzo

- a. El Comité conoció las conclusiones de PwC sobre la revisión limitada de los Estados Financieros al 31 de diciembre de 2023.
- b. El Comité revisó detalladamente y aprobó el borrador de los Estados Financieros al 31 de diciembre de 2023.

## N.º 62, 27 de marzo

- a. El Comité revisó las transacciones con partes relacionadas a febrero 2024, concluyendo que se encuentran dentro de los términos de habitualidad establecidos por dicha política.
- b. El Comité revisa detalladamente y aprueba 2 Operaciones entre Partes Relacionadas, teniendo en cuenta que se resguardará el interés social y que ambas operaciones se ajustan en precio, términos y condiciones a las que prevalecen en el mercado.

i) La celebración de contratos de servicios intercompany de administración y comercialización de locales "Trascaja" con filiales de Cencosud S. A. en Chile, Perú y Colombia; y la firma de un Management Agreement con una filial argentina de Cencosud S. A. para el traspaso del *Know How* que tiene la Compañía en la gestión y comercialización de centros comerciales.

- ii) Una modificación al contrato de subarrendamiento con Hotel Costanera S. A.
- c. El Comité revisó y acordó poner a disposición del Directorio de la Sociedad la propuesta de la empresa de auditoría externa, las Clasificadoras de Riesgo y el presupuesto de funcionamiento del Comité para el ejercicio 2024.
- d. El Comité es informado sobre la propuesta de dividendos que se realizará en la próxima Junta de Accionistas de la Compañía.

## N.º 63, 24 de abril

- a. El Comité revisó las transacciones con partes relacionadas a marzo 2024, concluyendo que se encuentran dentro de los términos de habitualidad establecidos por dicha Política.
- b. El Comité revisa detalladamente y aprueba una Operación entre Partes Relacionadas, consistente en la celebración de contratos de servicios de *backoffice* que Cencosud S. A. y algunas filiales proveerán a la Compañía, teniendo en cuenta que se resguardará el interés social y se ajusta en precio, términos y condiciones a las que prevalecen en el mercado.
- c. El Comité toma conocimiento de los avances del Plan de Auditoría Interna de la Compañía.

## N.º 64, 29 de abril

- a. Elección del Presidente del Comité.
- b. El Comité revisó detalladamente y aprobó el borrador de los Estados Financieros al 31 de marzo de 2024.



# Informe del Comité de Directores

## N.º 65, 27 de mayo

- a. El Comité revisó las transacciones con partes relacionadas a abril 2024, concluyendo que se encuentran dentro de los términos de habitualidad establecidos por dicha política.
- b. Se realiza una capacitación al Comité sobre la Ley de Delitos Económicos.

## N.º 66, 24 de junio

- a. El Comité revisó las transacciones con partes relacionadas a mayo 2024, concluyendo que se encuentran dentro de los términos de habitualidad establecidos por dicha política.
- b. El Comité conoce la estructura de la Subgerencia de Riesgo y Control Interno y del Mapa de Priorización de Riesgo de la Compañía.
- c. El Comité toma conocimiento de los avances del Plan de Auditoría Interna de la Compañía.

## N.º 67, 26 de julio

- a. El Comité revisó las transacciones con partes relacionadas a junio 2024, concluyendo que se encuentran dentro de los términos de habitualidad establecidos por dicha política.
- b. El Comité conoció las conclusiones de EY sobre la revisión limitada de los Estados Financieros al 30 de junio de 2024.
- c. El Comité examinó las cifras preliminares de los Estados Financieros al 30 de junio de 2024 y los resultados consolidados acumulados a dicha fecha.

## N.º 68, 30 de julio

- a. El Comité revisó detalladamente y aprobó el borrador de los Estados Financieros al 30 de junio de 2024.

## N.º 69, 26 de agosto

- a. El Comité revisó las transacciones con partes relacionadas a julio 2024, concluyendo que se encuentran dentro de los términos de habitualidad establecidos por dicha política.
- c. El Comité examina y propondrá su aprobación al Directorio de la nueva Política de Operaciones Habituales de la Compañía.
- d. El Comité toma conocimiento de los Modelos de Compensación de la Compañía.
- e. El Comité es informado sobre los Protocolos de Seguridad de los centros comerciales de la Compañía.

## N.º 70, 30 de septiembre

- a. El Comité revisa detalladamente y aprueba una Operación entre Partes Relacionadas, consistente en la modificación de las condiciones de uno de los contratos de *backoffice* celebrado con una filial de Cencosud S. A., teniendo en cuenta que se resguardará el interés social y se ajusta en precio, términos y condiciones a las que prevalecen en el mercado
- b. El Comité es informado por las Clasificadoras de Riesgo Feller Rate y Humphreys sobre el trabajo que han realizado y las perspectivas a futuro para la Compañía.

## N.º 71, 28 de octubre

- a. El Comité revisó las transacciones con partes relacionadas a septiembre 2024, concluyendo que se encuentran dentro de los términos de habitualidad establecidos por dicha política.
- b. El Comité toma conocimiento de los controles aplicados a las matrices de riesgo de la Compañía.
- c. El Comité toma conocimiento de los avances del Plan de Gestión de Riesgos de la Compañía y la nueva Política de Funciones Sensibles, la cual es aprobada.

## N.º 72, 4 de noviembre

- a. El Comité conoció las conclusiones de EY sobre la revisión limitada de los Estados Financieros al 30 de septiembre de 2024.
- b. El Comité revisó detalladamente y aprobó el borrador de los Estados Financieros al 30 de septiembre de 2024.

## N.º 73, 25 de noviembre.

- a. El Comité toma conocimiento de los avances del Plan de Auditoría Interna de la Compañía.
- b. El Comité toma conocimiento del Plan de Manejo de Incidentes de la Compañía.

## N.º 74, 16 de diciembre.

- b. Se realiza una capacitación al Comité sobre la Ley de Protección de Datos Personales.



# Estadísticas sobre colaboradores

## Dotación - Número de personas por sexo

Número de personas por sexo	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>CHILE</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>273</b>	<b>0</b>	<b>173</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>59</b>	<b>0</b>	<b>517</b>
Mujeres	0	1	69	0	37	3	0	34	0	144
Hombres	1	6	204	0	136	1	0	25	0	373
<b>COLOMBIA</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>24</b>
Mujeres	0	1	5	0	0	2	0	5	0	13
Hombres	0	0	4	0	4	0	0	3	0	11
<b>PERÚ</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>45</b>
Mujeres	0	0	7	0	1	1	0	2	1	12
Hombres	0	1	11	0	19	0	0	2	0	33
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>300</b>	<b>0</b>	<b>197</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>71</b>	<b>1</b>	<b>586</b>
Mujeres	0	2	81	0	38	6	0	41	1	169
Hombres	1	7	219	0	159	1	0	30	0	417



## Dotación – Número de personas por nacionalidad

Número de personas por nacionalidad y sexo	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>CHILENOS</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>260</b>	<b>0</b>	<b>153</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>0</b>	<b>476</b>
Mujeres	0	1	67	0	32	3	0	29	0	132
Hombres	1	5	193	0	121	1	0	23	0	344
<b>PERUANOS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>21</b>	<b>0</b>	<b>24</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>51</b>
Mujeres	0	0	8	0	2	1	0	2	1	14
Hombres	0	0	13	0	22	0	0	2	0	37
<b>COLOMBIANOS</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>31</b>
Mujeres	0	1	5	0	3	2	0	6	0	17
Hombres	0	0	5	0	6	0	0	3	0	14
<b>VENEZOLANOS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>22</b>
Mujeres	0	0	1	0	1	0	0	3	0	5
Hombres	0	0	7	0	9	0	0	1	0	17
<b>ARGENTINOS</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Hombres	0	2	0	0	0	0	0	1	0	3
<b>ECUATORIANOS</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>300</b>	<b>0</b>	<b>197</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>71</b>	<b>1</b>	<b>586</b>
Mujeres	0	2	81	0	38	6	0	41	1	169
Hombres	1	7	219	0	159	1	0	30	0	417



## Dotación – Número de personas por rango de edad

CENCOSUD SHOPPING S. A. INDIVIDUAL	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>Menos de 30 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>53</b>
Mujeres	0	0	1	0	16	0	0	8	0	25
Hombres	0	0	4	0	14	0	0	10	0	28
<b>Entre 30 y 40</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>38</b>
Mujeres	0	0	7	0	5	0	0	4	0	16
Hombres	0	1	10	0	8	1	0	2	0	22
<b>Entre 41 y 50</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>14</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>50</b>
Mujeres	0	1	15	0	9	0	0	1	0	26
Hombres	1	3	15	0	5	0	0	0	0	24
<b>Entre 51 y 60</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>11</b>
Mujeres	0	0	1	0	1	0	0	2	0	4
Hombres	0	0	2	0	4	0	0	1	0	7
<b>Entre 61 y 70</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
<b>Más de 70 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>55</b>	<b>0</b>	<b>63</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>153</b>
Mujeres	0	1	24	0	31	0	0	15	0	71
Hombres	1	4	31	0	32	1	0	13	0	82

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



## Dotación – Número de personas por rango de edad

CHILE	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>Menos de 30 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>41</b>	<b>0</b>	<b>70</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>139</b>
Mujeres	0	0	8	0	19	0	0	14	0	41
Hombres	0	0	33	0	51	0	0	14	0	98
<b>Entre 30 y 40</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>114</b>	<b>0</b>	<b>47</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>0</b>	<b>184</b>
Mujeres	0	0	29	0	7	1	0	12	0	49
Hombres	0	1	85	0	40	1	0	8	0	135
<b>Entre 41 y 50</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>80</b>	<b>0</b>	<b>32</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>124</b>
Mujeres	0	1	25	0	10	2	0	2	0	40
Hombres	1	4	55	0	22	0	0	2	0	84
<b>Entre 51 y 60</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>31</b>	<b>0</b>	<b>17</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>56</b>
Mujeres	0	0	7	0	1	0	0	6	0	14
Hombres	0	1	24	0	16	0	0	1	0	42
<b>Entre 61 y 70</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>14</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	7	0	7	0	0	0	0	14
<b>Más de 70 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>273</b>	<b>0</b>	<b>173</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>59</b>	<b>0</b>	<b>517</b>
Mujeres	0	1	69	0	37	3	0	34	0	144
Hombres	1	6	204	0	136	1	0	25	0	373



## Dotación – Número de personas por rango de edad

COLOMBIA	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>Menos de 30 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>5</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	2	0	2	0	4
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
<b>Entre 30 y 40</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>13</b>
Mujeres	0	0	4	0	0	0	0	2	0	6
Hombres	0	0	2	0	4	0	0	1	0	7
<b>Entre 41 y 50</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
Mujeres	0	1	0	0	0	0	0	1	0	2
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
<b>Entre 51 y 60</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
Mujeres	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Hombres	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
<b>Entre 61 y 70</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Más de 70 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>24</b>
Mujeres	0	1	5	0	0	2	0	5	0	13
Hombres	0	0	4	0	4	0	0	3	0	11



## Dotación – Número de personas por rango de edad

PERÚ	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>Menos de 30 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>7</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	1	0	4	0	0	2	0	7
<b>Entre 30 y 40</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>18</b>
Mujeres	0	0	4	0	0	0	0	2	1	7
Hombres	0	0	2	0	9	0	0	0	0	11
<b>Entre 41 y 50</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>14</b>
Mujeres	0	0	3	0	1	1	0	0	0	5
Hombres	0	0	5	0	4	0	0	0	0	9
<b>Entre 51 y 60</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	1	3	0	2	0	0	0	0	6
<b>Entre 61 y 70</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Más de 70 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>45</b>
Mujeres	0	0	7	0	1	1	0	2	1	12
Hombres	0	1	11	0	19	0	0	2	0	33



## Dotación – Número de personas por rango de edad

CONSOLIDADO	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>Menos de 30 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>42</b>	<b>0</b>	<b>74</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>33</b>	<b>0</b>	<b>151</b>
Mujeres	0	0	8	0	19	2	0	16	0	45
Hombres	0	0	34	0	55	0	0	17	0	106
<b>Entre 30 y 40</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>126</b>	<b>0</b>	<b>60</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>25</b>	<b>1</b>	<b>215</b>
Mujeres	0	0	37	0	7	1	0	16	1	62
Hombres	0	1	89	0	53	1	0	9	0	153
<b>Entre 41 y 50</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>88</b>	<b>0</b>	<b>37</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>141</b>
Mujeres	0	2	28	0	11	3	0	3	0	47
Hombres	1	4	60	0	26	0	0	3	0	94
<b>Entre 51 y 60</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>37</b>	<b>0</b>	<b>19</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>65</b>
Mujeres	0	0	8	0	1	0	0	6	0	15
Hombres	0	2	29	0	18	0	0	1	0	50
<b>Entre 61 y 70</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>14</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	7	0	7	0	0	0	0	14
<b>Más de 70 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>300</b>	<b>0</b>	<b>197</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>71</b>	<b>1</b>	<b>586</b>
Mujeres	0	2	81	0	38	6	0	41	1	169
Hombres	1	7	219	0	159	1	0	30	0	417



## Dotación – Número de personas por antigüedad laboral

Cencosud Shopping S. A. Individual	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>Menos de 3 años</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>32</b>	<b>0</b>	<b>49</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>22</b>	<b>0</b>	<b>106</b>
Mujeres	0	0	14	0	22	0	0	11	0	47
Hombres	0	2	18	0	27	1	0	11	0	59
<b>Entre de 3 y 6 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>17</b>
Mujeres	0	0	3	0	3	0	0	1	0	7
Hombres	0	0	6	0	3	0	0	1	0	10
<b>Más de 6 y menos de 9 años</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>11</b>
Mujeres	0	1	1	0	3	0	0	0	0	5
Hombres	0	0	3	0	2	0	0	1	0	6
<b>Entre 9 y 12 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>6</b>
Mujeres	0	0	1	0	0	0	0	1	0	4
Hombres	0	0	2	0	0	0	0	0	0	2
<b>Más de 12 años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>13</b>
Mujeres	0	0	5	0	1	0	0	2	0	8
Hombres	1	2	2	0	0	0	0	0	0	5
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>5</b>	<b>55</b>	<b>0</b>	<b>63</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>153</b>
Mujeres	0	1	24	0	31	0	0	15	0	71
Hombres	1	4	31	0	32	1	0	13	0	82

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



## Dotación – Número de personas por antigüedad laboral

CHILE	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>Menos de 3 años</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>99</b>	<b>0</b>	<b>117</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>266</b>
Mujeres	0		32	0	26	0	0	25	0	83
Hombres	0	4	67	0	91	1	0	20	0	183
<b>Entre de 3 y 6 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>44</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>70</b>
Mujeres	0	0	7	0	4	1	0	2	0	14
Hombres	0	0	37	0	16	0	0	3	0	56
<b>Más de 6 y menos de 9 años</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>28</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>44</b>
Mujeres	0	1	5	0	3	0	0	1	0	10
Hombres	0	0	23	0	10	0	0	1	0	34
<b>Entre 9 y 12 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>30</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>44</b>
Mujeres	0	0	4	0	3	0	0	1	0	8
Hombres	0	0	26	0	10	0	0	0	0	36
<b>Más de 12 años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>72</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>0</b>	<b>93</b>
Mujeres	0	0	21	0	1	2	0	5	0	29
Hombres	1	2	51	0	9	0	0	1	0	64
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>273</b>	<b>0</b>	<b>173</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>59</b>	<b>0</b>	<b>517</b>
Mujeres	0	1	69	0	37	3	0	34	0	144
Hombres	1	6	204	0	136	1	0	25	0	373



## Dotación – Número de personas por antigüedad laboral

COLOMBIA	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>Menos de 3 años</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>18</b>
Mujeres	0	1	5	0	0	1	0	2	0	9
Hombres	0	0	2	0	4	0	0	3	0	9
<b>Entre de 3 y 6 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	1	0	1	0	2
Hombres	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
<b>Más de 6 y menos de 9 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Entre 9 y 12 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>Más de 12 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>8</b>	<b>0</b>	<b>24</b>
Mujeres	0	1	5	0	0	2	0	5	0	13
Hombres	0	0	4	0	4	0	0	3	0	11



## Dotación – Número de personas por antigüedad laboral

PERÚ	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>Menos de 3 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>12</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>21</b>
Mujeres	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Hombres	0	0	6	0	12	0	0	2	0	20
<b>Entre de 3 y 6 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Hombres	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1
<b>Más de 6 y menos de 9 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1
Hombres	0	0	1	0	2	0	0	0	0	3
<b>Entre 9 y 12 años</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
Mujeres	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Hombres	0	1	0	0	2	0	0	0	0	3
<b>Más de 12 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>9</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>14</b>
Mujeres	0	0	5	0	1	1	0	0	0	8
Hombres	0	0	4	0	2	0	0	0	0	6
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>18</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>45</b>
Mujeres	0	0	7	0	1	1	0	2	0	12
Hombres	0	1	11	0	19	0	0	2	0	33



## Dotación – Número de personas por antigüedad laboral

CONSOLIDADO	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>Menos de 3 años</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>113</b>	<b>0</b>	<b>133</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>52</b>	<b>0</b>	<b>305</b>
Mujeres	0	1	38	0	26	1	0	27	0	93
Hombres	0	4	75	0	107	1	0	25	0	212
<b>Entre de 3 y 6 años</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>45</b>	<b>0</b>	<b>21</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>75</b>
Mujeres	0	0	7	0	4	2	0	4	0	17
Hombres	0	0	38	0	17	0	0	3	0	58
<b>Más de 6 y menos de 9 años</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>29</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>49</b>
Mujeres	0	1	5	0	3	0	0	3	0	12
Hombres	0	0	24	0	12	0	0	1	0	37
<b>Entre 9 y 12 años</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>31</b>	<b>0</b>	<b>15</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>49</b>
Mujeres	0	0	5	0	3	0	0	2	0	10
Hombres	0	1	26	0	12	0	0	0	0	39
<b>Más de 12 años</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>82</b>	<b>0</b>	<b>13</b>	<b>3</b>	<b>0</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>108</b>
Mujeres	0	0	26	0	2	3	0	5	1	37
Hombres	1	2	56	0	11	0	0	1	0	71
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>	<b>9</b>	<b>300</b>	<b>0</b>	<b>197</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>71</b>	<b>1</b>	<b>586</b>
Mujeres	0	2	81	0	38	6	0	41	1	169
Hombres	1	7	219	0	159	1	0	30	0	417



## Dotación – Número de personas con discapacidad

Número de personas con discapacidad	Alta gerencia	Gerencia	Jefatura	Operario	Fuerza de venta	Administrativo	Auxiliar	Otros profesionales	Otros técnicos	Total
<b>Cencosud Shopping S. A. (Individual)</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>CHILE</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2
<b>COLOMBIA</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>PERÚ</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>
Mujeres	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Hombres	0	0	1	0	1	0	0	0	0	2

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



## Formalidad laboral

Número de personas con contrato indefinido	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Mujeres con contrato indefinido	n.º	64	135	13	12	160
Hombres con contrato indefinido	n.º	76	358	11	33	402
Total de colaboradores con contrato indefinido	n.º	140	493	24	45	562
Porcentaje respecto del total de colaboradores	%	91,50%	95,36%	100%	100%	95,90%
Número de personas con contrato a plazo fijo	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Mujeres con contrato a plazo fijo	n.º	7	9	0	0	9
Hombres con contrato a plazo fijo	n.º	6	15	0	0	15
Total de colaboradores con contrato a plazo fijo	n.º	13	24	0	0	24
Porcentaje respecto del total de colaboradores	%	8,50%	4,60%	0,00%	0,00%	4,10%
Número de personas con contrato por obra o faena	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Mujeres con contrato por obra o faena	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Hombres con contrato por obra o faena	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Total de colaboradores con contrato por obra o faena	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Porcentaje respecto del total de colaboradores	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



# Formalidad laboral

Número de personas que prestan servicios a honorarios	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Mujeres que prestan servicios a honorarios	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Hombres que prestan servicios a honorarios	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Total de colaboradores que prestan servicios a honorarios	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Porcentaje respecto del total de colaboradores	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Indicadores de formalidad laboral	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Porcentaje de mujeres con contrato a plazo indefinido respecto del total de trabajadores	%	42%	26%	54%	27%	27%
Porcentaje de hombres con contrato a plazo indefinido respecto del total de trabajadores	%	50%	69%	46%	73%	69%
Porcentaje de mujeres con contrato a plazo fijo respecto del total de trabajadores	%	5%	2%	0%	0%	2%
Porcentaje de hombres con contrato a plazo fijo respecto del total de trabajadores	%	4%	3%	0%	0%	3%
Porcentaje de mujeres con contrato por obra o faena indefinido respecto del total de trabajadores	%	0%	0%	0%	0%	0%
Porcentaje de hombres con contrato por obra o faena respecto del total de trabajadores	%	0%	0%	0%	0%	0%
Porcentaje de mujeres que prestan servicios a honorarios respecto del total de trabajadores	%	0%	0%	0%	0%	0%
Porcentaje de hombres que prestan servicios a honorarios respecto del total de trabajadores	%	0%	0%	0%	0%	0%

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



# Adaptabilidad laboral

Jornada ordinaria de trabajo	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Mujeres con contrato por jornada ordinaria	n.º	65	138	13	12	163
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan las mujeres con contrato por jornada ordinaria	%	42%	27%	54%	27%	28%
Hombres con contrato por jornada ordinaria	n.º	77	368	11	33	412
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los hombres con contrato por jornada ordinaria	%	50%	71%	46%	73%	70%
Total empleados con contrato por jornada ordinaria	n.º	142	506	24	45	575
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los empleados con contrato por jornada ordinaria	%	93%	98%	100%	100%	98%
Jornada parcial de trabajo	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Mujeres con contrato por jornada parcial	n.º	6	6	0	0	6
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan las mujeres con contrato por jornada parcial	%	4%	1%	0%	0%	1%
Hombres con contrato por jornada parcial	n.º	5	5	0	0	5
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los hombres con contrato por jornada parcial	%	3%	1%	0%	0%	1%
Total empleados con contrato por jornada parcial	n.º	11	11	0	0	11
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los empleados con contrato por jornada parcial	%	7%	2%	0%	0%	2%

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



# Adaptabilidad laboral

Teletrabajo parcial	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Mujeres con contrato por teletrabajo parcial	n.º	30	67	13	7	87
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan las mujeres con contrato por teletrabajo parcial	%	20%	13%	54%	16%	15%
Hombres con contrato por teletrabajo parcial	n.º	35	63	11	3	77
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los hombres con contrato por teletrabajo parcial	%	23%	12%	46%	7%	13%
Total empleados con contrato por teletrabajo parcial	n.º	65	130	24	10	164
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los empleados con contrato por teletrabajo parcial	%	42%	25%	100%	22%	28%
Teletrabajo completo	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Mujeres con contrato por teletrabajo completo	n.º	0	0	0	0	0
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan las mujeres con contrato por teletrabajo completo	%	0%	0%	0%	0%	0%
Hombres con contrato por teletrabajo completo	n.º	0	0	0	0	0
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los hombres con contrato por teletrabajo completo	%	0%	0%	0%	0%	0%
Total empleados con contrato por teletrabajo completo	n.º	0	0	0	0	0
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los empleados con contrato por teletrabajo completo	%	0%	0%	0%	0%	0%
Pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Mujeres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan las mujeres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Hombres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los hombres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Total empleados con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los empleados con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Pactos de adaptabilidad para trabajadores con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Mujeres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan las mujeres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Hombres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los hombres con pactos de adaptabilidad para trabajadores con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Total empleados con pactos de adaptabilidad para trabajadores con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	n.º	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Porcentaje del total de trabajadores de la entidad que representan los empleados con pactos de adaptabilidad para trabajadores con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



## Brecha salarial

Brecha salarial	Unidad	Cencosud Shopping S. A (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
<b>Mediana</b>						
Alta Gerencia	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Gerencia	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Jefatura	%	100,65	103,04	86,79	80,16	101,75
Fuerza de venta	%	97,77	96,25	N/A	N/A	96,25
Operario	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Administrativo*	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Auxiliar	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Otros profesionales	%	97,73	95,8	124,65	101,16	98,5
Otros técnicos	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Total	%	98,9	99,56	105,72	95,16	99,77
<b>Media</b>						
Alta Gerencia	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Gerencia	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Jefatura	%	95,81	99,2	86,79	84,79	98,29
Operario	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Fuerza de venta	%	98,51	94,17	N/A	N/A	94,17
Administrativo*	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Auxiliar	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Otros profesionales	%	97,75	93,58	120,97	98,31	96,1
Otros técnicos	%	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Total	%	97,27	96,55	103,88	94,45	96,98

La media y mediana salarial de la categoría administrativo no se informa debido a que al existir solo 1 hombre en esta categoría, el análisis de estos indicadores puede generar interpretaciones erradas.

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1

## Política de equidad

En la Política Regional de Diversidad, Equidad e Inclusión de Cenco Malls se declaran seis principios fundamentales, entre los cuales se incluye el de "Actuar con Equidad". Este principio establece que todas las decisiones relacionadas con la gestión de personas en la compañía se realizan considerando las competencias, capacidades y habilidades individuales, sin que estas decisiones se vean influenciadas por factores como género, edad, condición económica y social, religión, nacionalidad, orientación sexual, raza, estado civil, opinión política, discapacidad, grupo étnico u otras características que puedan reflejar algún sesgo de discriminación o afectar los derechos fundamentales de las personas.

Además, todas las empresas del grupo Cencosud se rigen por una política regional de compensaciones que define los elementos de un modelo de compensación corporativa. Este modelo proporciona una metodología y lineamientos claros e imparciales para una correcta administración y toma de decisiones. El modelo de compensación vigente en Cencosud considera requisitos técnicos, experiencia y competencias asociadas a cada cargo, tales como experiencia en la posición y negocio, liderazgo, habilidades comunicacionales, nivel de contribución y responsabilidades, entre otros. Esto permite definir y gestionar el posicionamiento y comparación respecto a los mercados referentes, promoviendo una adecuada equidad interna y competitividad externa, además de disponer de un esquema claro de administración y toma de decisiones que no genera distinción por género.



# Acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo

Acoso laboral y sexual	Unidad	Chile	Colombia	Perú
Porcentaje del total de personal que fue capacitado sobre esas materias durante el año	%	90%	No existe el indicador	33%

Denuncias presentadas ante la empresa	Unidad	Chile	Colombia	Perú	Total
Número de denuncias de acoso sexual presentadas por hombres durante el año de conformidad con la Ley N.º 20.005 o con la legislación equivalente aplicable en aquellas jurisdicciones extranjeras donde opere la entidad	n.º	0	0	0	0
Número de denuncias de acoso sexual presentadas por mujeres durante el año de conformidad con la Ley N.º 20.005 o con la legislación equivalente aplicable en aquellas jurisdicciones extranjeras donde opere la entidad	n.º	1	0	0	1
Número de denuncias de acoso sexual presentadas de forma anónima durante el año de conformidad con la Ley N.º 20.005 o con la legislación equivalente aplicable en aquellas jurisdicciones extranjeras donde opere la entidad	n.º	1	0	2	3
Número de denuncias de acoso laboral presentadas por hombres durante el año de conformidad con la Ley N.º 20.607 o con la legislación equivalente aplicable en aquellas jurisdicciones extranjeras donde opere la entidad	n.º	1	0	0	1
Número de denuncias de acoso laboral presentadas por mujeres durante el año de conformidad con la Ley N.º 20.607 o con la legislación equivalente aplicable en aquellas jurisdicciones extranjeras donde opere la entidad	n.º	2	0	0	2
Número de denuncias de acoso laboral presentadas de forma anónima durante el año de conformidad con la Ley N.º 20.607 o con la legislación equivalente aplicable en aquellas jurisdicciones extranjeras donde opere la entidad	n.º	1	0	0	1
Denuncias presentadas ante la Dirección del Trabajo u organismo equivalente	Unidad	Chile	Colombia	Perú	Total
Número de denuncias de acoso sexual presentadas por hombres durante el año de conformidad con la Ley N.º 20.005 o con la legislación equivalente aplicable en aquellas jurisdicciones extranjeras donde opere la entidad	n.º	0	0	0	0
Número de denuncias de acoso sexual presentadas por mujeres durante el año de conformidad con la Ley N.º 20.005 o con la legislación equivalente aplicable en aquellas jurisdicciones extranjeras donde opere la entidad	n.º	0	0	2	2
Número de denuncias de acoso laboral presentadas por hombres durante el año de conformidad con la Ley N.º 20.607 o con la legislación equivalente aplicable en aquellas jurisdicciones extranjeras donde opere la entidad	n.º	0	0	0	0
Número de denuncias de acoso laboral presentadas por mujeres durante el año de conformidad con la Ley N.º 20.607 o con la legislación equivalente aplicable en aquellas jurisdicciones extranjeras donde opere la entidad	n.º	0	0	0	0

Denuncias de violencia laboral (sólo Chile)	Unidad	Total
Número de denuncias de violencia laboral presentadas ante la empresa por hombres durante el año	n.º	1
Número de denuncias de violencia laboral presentadas ante la empresa por mujeres durante el año	n.º	3
Número de denuncias de violencia laboral presentadas ante organismos externos por hombres durante el año	n.º	0
Número de denuncias de violencia laboral presentadas ante organismos externos por mujeres durante el año	n.º	0

## Política sobre acoso sexual

El Código de Ética Regional de Cenco Malls, actualizado en 2024, declara que en la compañía se fomentan un ambiente laboral de respeto y libre de discriminación para todos sus colaboradores, con un trato amable, digno y justo.

Expresamente, se declara que no se tolera el acoso, las amenazas, las represalias o la violencia y que cualquier conducta inapropiada de índole sexual será considerada acoso sexual. Los colaboradores en esta situación deben comunicarse con el gerente de su área, su referente de Personas o la Línea Ética Cenco Malls

Desde 2011, la compañía cuenta con un procedimiento para investigar denuncias de acoso sexual y laboral. En preparación para la implementación de la Ley 21.643 sobre acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo, que entró en vigencia en agosto de 2024, la compañía realizó diversas actividades durante 2023. Estas incluyeron la elaboración de un protocolo de prevención, una matriz de riesgos psicosociales, cursos de formación y la creación de canales de denuncia internos y externos.



# Seguridad laboral

Seguridad laboral	Unidad	2022	2023	2024	Meta 2024
Tasa de accidentabilidad por cada 100 trabajadores	Número	4,64	1,96	4,24	Sin información
Número de accidentes registrados	Número	42	9	39	N/A
Tasa de fatalidad por cada 100.000 trabajadores	Número	0	0	0%	Sin información
Tasa de enfermedades profesionales por cada 100 trabajadores	Número	0	0	0,11	N/A
Número de enfermedades laborales registradas	Número	0	0	1	Sin información
Tasa de enfermedades laborales por cada 100 trabajadores	Número	0	0	0,11	N/A
Número de días perdidos por accidentes	Número	155	47	881	Sin información
Promedio de días perdidos por accidentes	Número	3,7	5,22	22,59	Sin información

Seguridad laboral por país	Unidad	Chile		Colombia		Perú		Total	
		Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Tasa de accidentabilidad por cada 100 trabajadores	Número	2,81	4,59	0	0	0	0	2,81	4,59
Tasa de accidentabilidad por cada 100.000 trabajadores	Número	2808	4588	0	0	0	0	2808	4588
Número de accidentes registrados	Número	5	34	0	0	0	0	5	34
Tasa de fatalidad por cada 100.000 trabajadores	Número	0	0	0	0	0	0	0	0
Tasa de enfermedades profesionales por cada 100 trabajadores	Número	0	0,13	0	0	0	0	0	0,13
Número de enfermedades laborales registradas	Número	0	1	0	0	0	0	0	1
Tasa de enfermedades laborales por cada 100 trabajadores	Número	0	0,13	0	0	0	0	0	0,13
Número de días perdidos por accidentes	Número	193	688	0	0	0	0	193	688
Promedio de días perdidos por accidentes	Número	38,6	20,24	0	0	0	0	38,6	20,24

## Política de Seguridad y Salud Ocupacional

En este documento Cenco Malls establece el compromiso con la seguridad y salud ocupacional de todas las partes interesadas, incluyendo colaboradores, proveedores, contratistas y clientes. El objetivo principal es agregar valor al negocio asegurando la integridad física y la salud de las personas, así como la protección de las instalaciones y los procesos, con la meta de ser referentes en seguridad y salud ocupacional en centros comerciales.

Para lograr este objetivo, Cenco Malls se compromete a cumplir con las disposiciones legales vigentes y los compromisos adquiridos en materia de seguridad y salud ocupacional, así como con otros reglamentos que la compañía suscriba. Además, se fomenta una cultura preventiva entre los colaboradores mediante el autocuidado y un liderazgo permanente y efectivo. La identificación de peligros, la evaluación y el control continuo de los riesgos son aspectos fundamentales de esta política.

La empresa también promueve el desarrollo de sus colaboradores en temas de seguridad y salud ocupacional a través de entrenamiento y capacitación. Se establece un sistema de gestión documental auditable en estas materias y se busca un mejoramiento continuo mediante un programa de gestión específico. Mantener informados a todos los colaboradores sobre la gestión de seguridad y salud ocupacional es otra prioridad.



# Permiso postnatal

## Política de Armonía Laboral

Esta política, vigente desde 2017, fue actualizada en 2024 para incorporar nuevos beneficios para los colaboradores de Cencosud y Cenco Malls.

Su objetivo es brindar igualdad de oportunidades a todos los miembros de la organización y facilitar el manejo de situaciones especiales que puedan enfrentar.

En relación con el permiso postnatal, la nueva versión de la política incluye los beneficios de regreso paulatino maternal, pago diferencial salarial por sobre el tope legal y días de permiso adicionales.

En relación con otras materias, la política actualizada incorpora los siguientes beneficios:

### Beneficio de flexibilidad laboral

Reducción de jornada para cuidado de dependientes a cargo.

Regreso paulatino por enfermedades graves.  
Proporcionalidad de bono anual para personas en regreso paulatino por enfermedades graves.

### Beneficio por fallecimiento de mascota

Un día de permiso en caso de fallecimiento de perros y gatos, acreditado por el Registro Nacional de Mascota.  
Beneficio de permiso sin goce de sueldo  
Permiso de 2 meses a 1 año, manteniendo la relación laboral suspendida y las mismas condiciones al regreso.

## Beneficios de maternidad y paternidad

### Regreso paulatino maternal

Disfrutar una hora adicional al permiso legal de amamantamiento por un periodo de dos meses después de la licencia post natal parental.

### Pago Diferencial Salarial por sobre tope legal durante la licencia maternal

Pago del diferencial en salario para colaboradoras cuya remuneración bruta mensual esté por sobre el tope legal durante la licencia maternal (pre y post natal legal y parental).

### Pago Diferencial Salarial por sobre tope legal por permiso parental para el padre

Pago del diferencial en salario para colaboradores cuya remuneración bruta mensual esté por sobre el tope legal durante la licencia parental (post natal parental).

### Días de permiso adicionales en caso de fallecimiento del hijo o hija en periodo de gestación

Derecho a siete días que otorga la ley más tres días adicionales en caso de fallecimiento del hijo o hija en periodo de gestación.

### Días de permiso adicionales en caso de nacimiento del hijo o hija del colaborador (padre)

Derecho a cinco días adicionales a los cinco días que otorga la ley en caso de nacimiento del hijo o hija del colaborador.

### Días de permiso adicionales en caso de adopción de hijo o hija

Derecho a cinco días adicionales a los cinco días que otorga la ley en caso de adopción del hijo o hija.  
La colaboradora que adopta tiene los mismos derechos que una madre biológica en términos de post natal y post natal parental.



# Permiso postnatal

N.º de personas elegibles para hacer uso del postnatal por tipo de cargo	Unidad	CENCOSUD Shopping S. A. (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
<b>Alta Gerencia</b>	<b>Número</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Hombres	Número	0	0	0	0	0
Mujeres	Número	0	0	0	0	0
<b>Gerencia</b>	<b>Número</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Hombres	Número	0	0	0	0	0
Mujeres	Número	0	0	0	0	0
<b>Jefatura</b>	<b>Número</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>4</b>
Hombres	Número	0	0	0	0	0
Mujeres	Número	1	4	0	0	4
<b>Operario</b>	<b>Número</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Hombres	Número	0	0	0	0	0
Mujeres	Número	0	0	0	0	0
<b>Fuerza de venta</b>	<b>Número</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>3</b>
Hombres	Número	0	0	0	1	1
Mujeres	Número	1	2	0	0	2
<b>Administrativo</b>	<b>Número</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Hombres	Número	0	0	0	0	0
Mujeres	Número	0	0	0	0	0
<b>Auxiliar</b>	<b>Número</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Hombres	Número	0	0	0	0	0
Mujeres	Número	0	0	0	0	0
<b>Otros profesionales</b>	<b>Número</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Hombres	Número	0	0	0	0	0
Mujeres	Número	0	0	1	0	1
<b>Otros técnicos</b>	<b>Número</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Hombres	Número	0	0	0	0	0
Mujeres	Número	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>Número</b>	<b>2</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>8</b>
Hombres	Número	0	0	0	1	1
Mujeres	Número	2	6	1	0	7



## Permiso postnatal

N.º de mujeres que hicieron uso del postnatal por tipos de cargo	Unidad	CENCOSUD Shopping S. A. (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Alta Gerencia	Número	0	0	0	0	0
Gerencia	Número	0	0	0	0	0
Jefaturas	Número	1	4	0	0	4
Operarios	Número	0	0	0	0	0
Fuerza de ventas	Número	1	2	0	0	2
Administrativos	Número	0	0	0	0	0
Auxiliares	Número	0	0	0	0	0
Otros profesionales	Número	0	0	1	0	1
Otros técnicos	Número	0	0	0	0	0
Total	Número	2	6	1	0	7

Porcentaje de mujeres que hicieron uso del Postnatal por tipos de cargo	Unidad	CENCOSUD Shopping S. A. (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Alta Gerencia	%	0%	0%	0%	0%	0%
Gerencia	%	0%	0%	0%	0%	0%
Jefaturas	%	100%	100%	0%	0%	0%
Operarios	%	0%	0%	0%	0%	0%
Fuerza de ventas	%	100%	100%	0%	0%	0%
Administrativos	%	0%	0%	0%	0%	0%
Auxiliares	%	0%	0%	0%	0%	0%
Otros profesionales	%	0%	0%	100%	0%	0%
Otros técnicos	%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	%	100%	100%	100%	0%	0%

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



# Permiso postnatal

N.º de hombres que hicieron uso del postnatal paternal de 5 días por tipos de cargo	Unidad	CENCOSUD Shopping S. A. (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Alta Gerencia	Número	0	0	0	0	0
Gerencia	Número	0	0	0	0	0
Jefaturas	Número	0	0	0	0	0
Operarios	Número	0	0	0	0	0
Fuerza de ventas	Número	0	0	0	0	0
Administrativos	Número	0	0	0	0	0
Auxiliares	Número	0	0	0	0	0
Otros profesionales	Número	0	0	0	0	0
Otros técnicos	Número	0	0	0	0	0
Total	Número	0	0	0	0	0

Porcentaje de hombres que hicieron uso del postnatal paternal de 5 días por tipos de cargo	Unidad	CENCOSUD Shopping S. A. (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Alta Gerencia	%	0%	0%	0%	0%	0%
Gerencia	%	0%	0%	0%	0%	0%
Jefaturas	%	0%	0%	0%	0%	0%
Operarios	%	0%	0%	0%	0%	0%
Fuerza de ventas	%	0%	0%	0%	0%	0%
Administrativos	%	0%	0%	0%	0%	0%
Auxiliares	%	0%	0%	0%	0%	0%
Otros profesionales	%	0%	0%	0%	0%	0%
Otros técnicos	%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	%	0%	0%	0%	0%	0%

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



# Permiso postnatal

N° de hombres que hicieron uso del postnatal parental de 6 semanas por tipos de cargo	Unidad	CENCOSUD Shopping S. A. (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Alta Gerencia	Número	0	0	0	0	0
Gerencia	Número	0	0	0	0	0
Jefaturas	Número	0	0	0	0	0
Operarios	Número	0	0	0	0	0
Fuerza de ventas	Número	0	0	0	1	1
Administrativos	Número	0	0	0	0	0
Auxiliares	Número	0	0	0	0	0
Otros profesionales	Número	0	0	0	0	0
Otros técnicos	Número	0	0	0	0	0
Total	Número	0	0	0	1	1

Porcentaje de hombres que hicieron uso del postnatal parental de 6 semanas por tipos de cargo	Unidad	CENCOSUD Shopping S. A. (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
Alta Gerencia	%	0%	0%	0%	0%	0%
Gerencia	%	0%	0%	0%	0%	0%
Jefaturas	%	0%	0%	0%	0%	0%
Operarios	%	0%	0%	0%	0%	0%
Fuerza de ventas	%	0%	0%	0%	100%	100%
Administrativos	%	0%	0%	0%	0%	0%
Auxiliares	%	0%	0%	0%	0%	0%
Otros profesionales	%	0%	0%	0%	0%	0%
Otros técnicos	%	0%	0%	0%	0%	0%
Total	%	0%	0%	0%	100%	100%

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



# Permiso postnatal

Promedio de días utilizados por tipos de cargo	Promedio días postnatal mujeres	Promedio días postnatal 5 días hombres	Promedio días postnatal parental 6 semanas hombres
Alta gerencia	0	0	0
Gerencia	0	0	0
Jefatura	111	0	0
Operario	0	0	0
Fuerza de ventas	70	0	10
Administrativos	0	0	0
Auxiliar	0	0	0
Otros profesionales	88	0	0
Otros técnicos	0	0	0



# Capacitación

Capacitaciones	Unidad	Chile	Colombia	Perú	Total
Monto total invertido en capacitaciones	CLP	217.149.895	83.058	9.212.315	226.445.268
Porcentaje de dicho monto respecto del ingreso total anual	%	0,00%	0,01%	0,17%	0,10%



# Capacitación

Cantidad de personas capacitadas por cargo y sexo	Cencosud Shopping S.A. (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
<b>Alta Gerencia</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>
Hombres	1	1	0	0	1
Mujeres	0	0	0	0	0
<b>Gerencia</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>8</b>
Hombres	4	6	0	0	6
Mujeres	1	1	1	0	2
<b>Jefatura</b>	<b>52</b>	<b>261</b>	<b>6</b>	<b>14</b>	<b>281</b>
Hombres	30	196	3	9	208
Mujeres	22	65	3	5	73
<b>Operario</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Hombres	0	0	0	0	0
Mujeres	0	0	0	0	0
<b>Fuerza de venta</b>	<b>42</b>	<b>143</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>143</b>
Hombres	19	112	0	0	112
Mujeres	23	31	0	0	31
<b>Administrativo</b>	<b>1</b>	<b>4</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>7</b>
Hombres	1	1	0	0	1
Mujeres	0	3	2	1	6
<b>Auxiliar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Hombres	0	0	0	0	0
Mujeres	0	0	0	0	0
<b>Otros profesionales</b>	<b>24</b>	<b>53</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>63</b>
Hombres	12	23	3	1	27
Mujeres	12	30	4	2	36
<b>Otros técnicos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>
Hombres	0	0	0	0	0
Mujeres	0	0	0	0	0
<b>Total</b>	<b>125</b>	<b>469</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>503</b>
Hombres	67	339	6	10	355
Mujeres	58	130	10	8	148

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



# Capacitación

Promedio anual de horas de capacitación	Cencosud Shopping S.A. (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
<b>Alta Gerencia</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>1</b>
Hombres	1	1	0	1	1
Mujeres	0	0	0	0	0
<b>Gerencia</b>	<b>1,8</b>	<b>1,8</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>2,9</b>
Hombres	1,7	1,7	0		1,7
Mujeres	2	2	4	10	5,3
<b>Jefatura</b>	<b>6,1</b>	<b>9,9</b>	<b>6,6</b>	<b>5,6</b>	<b>9,6</b>
Hombres	6,8	11,4	3,6	6	11
Mujeres	5,1	5,5	9,6	5	5,6
<b>Operario</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10,7</b>	<b>10,7</b>
Hombres	0	0	0	11	11
Mujeres	0	0	0	9	9
<b>Fuerza de venta</b>	<b>6,4</b>	<b>10,6</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10,6</b>
Hombres	8	12	0		12
Mujeres	5	5,2	0		5,2
<b>Administrativo</b>	<b>6,4</b>	<b>2</b>	<b>3,8</b>	<b>4</b>	<b>3,6</b>
Hombres	6,4	6,5	0,2	4	3,9
Mujeres	0	0,5	4,9	4	3,4
<b>Auxiliar</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>11,6</b>	<b>0</b>	<b>11,6</b>
Hombres	0	0	13		13
Mujeres	0	0	10,3		10,3
<b>Otros profesionales</b>	<b>5,4</b>	<b>6,3</b>	<b>4,1</b>	<b>37,8</b>	<b>7,9</b>
Hombres	6,1	8,5	4,5	100	11,2
Mujeres	4,7	4,5	3,7	17	5,5
<b>Otros técnicos</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>8,2</b>	<b>0</b>	<b>8,2</b>
Hombres	0	0	0		0
Mujeres	0	0	8,2		8,2
<b>Total</b>	<b>5,8</b>	<b>10</b>	<b>6,9</b>	<b>7,5</b>	<b>9,6</b>
Hombres	6,5	9,7	6,8	9	9,5
Mujeres	4,9	10,7	7	5	9,7

Notas: **Chile:** contiene el promedio de horas de capacitación de todas las sociedades que conforman Cenco Malls (Ex Shopping Centers) Chile. **Cencosud Shopping SA (individual)** contiene el promedio de horas de la sociedad Cencosud Shopping SA para Chile. **Total:** corresponde al promedio de horas de capacitación de todo Cenco Malls en Chile, Colombia y Peru.



# Capacitación

Porcentaje de personas capacitadas sobre el total de la dotación por cargo y sexo	Unidad	CENCOSUD Shopping S. A. (Individual)	Chile	Colombia	Perú	Total
<b>Alta Gerencia</b>	<b>%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>	-	-	<b>100%</b>
Hombres	%	0%	100%	-	-	100%
Mujeres	%	-	-	-	-	-
<b>Gerencia</b>	<b>%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>0%</b>	<b>89%</b>
Hombres	%	0%	100%	-	0%	86%
Mujeres	%	0%	100%	100%	-	100%
<b>Jefatura</b>	<b>%</b>	<b>0%</b>	<b>96%</b>	<b>67%</b>	<b>78%</b>	<b>94%</b>
Hombres	%	0%	96%	75%	82%	95%
Mujeres	%	0%	94%	60%	71%	90%
<b>Operario</b>	<b>%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Hombres	%	-	-	-	-	-
Mujeres	%	-	-	-	-	-
<b>Fuerza de venta</b>	<b>%</b>	<b>0%</b>	<b>83%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>73%</b>
Hombres	%	0%	82%	0%	0%	70%
Mujeres	%	0%	84%	-	0%	82%
<b>Administrativo</b>	<b>%</b>	<b>0%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Hombres	%	0%	100%	-	-	100%
Mujeres	%	-	100%	100%	100%	100%
<b>Auxiliar</b>	<b>%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Hombres	%	-	-	-	-	-
Mujeres	%	-	-	-	-	-
<b>Otros profesionales</b>	<b>%</b>	<b>0%</b>	<b>90%</b>	<b>88%</b>	<b>75%</b>	<b>89%</b>
Hombres	%	0%	92%	100%	50%	90%
Mujeres	%	0%	88%	80%	100%	88%
<b>Otros técnicos</b>	<b>%</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>
Hombres	%	-	-	-	-	-
Mujeres	%	-	-	-	0%	0%
<b>Total</b>	<b>%</b>	<b>0%</b>	<b>91%</b>	<b>67%</b>	<b>40%</b>	<b>86%</b>
Hombres	%	0%	91%	55%	30%	85%
Mujeres	%	0%	90%	77%	67%	88%

**Nota:** En Cencosud Shopping S. A. Individual se reporta a todas las personas contratadas por el RUT 76.433.310-1



# Capacitación

## Materias abordadas en las capacitaciones:

- Academia de Liderazgo: fortalece las competencias de líderes, alineándolas con los pilares estratégicos de la Compañía.
- Academia Digital: amplía el acceso a contenido formativo actualizado y competitivo.
- Plan de Talentos: ofrece becas, diplomados y certificaciones a colaboradores destacados según su desempeño.
- Bienestar de Colaboradores: fomenta hábitos y prácticas que promueven un entorno laboral saludable.
- Cursos Normativos: garantizan el conocimiento y aplicación de regulaciones en cada área de trabajo.
- Onboarding: facilita la integración de nuevos empleados, optimizando su desempeño y sentido de pertenencia.
- Oficios: capacitación en habilidades técnicas y conocimientos prácticos para desempeñar un oficio de manera segura y eficiente, promoviendo calidad, desarrollo profesional y cumplimiento normativo.
- Sistema OFDA/SCI: formación para líderes de operaciones en la gestión de incidentes y respuesta ante emergencias en centros comerciales.
- Afrontamiento en Crisis – Mutual: capacitación en autocuidado, gestión emocional, salud mental y liderazgo en crisis para colaboradores en todo Chile.
- Negociación Estratégica ESE: formación para equipos de administración en estrategias de negociación, preparación y técnicas de persuasión.
- Normativos – Seguridad (Supervisor y CCTV): capacitación continua en seguridad y monitoreo para colaboradores de seguridad y estacionamientos, con certificación OS10.
- Normativos – Ley 19.913: formación en la normativa de la Unidad de Análisis Financiero (UAF) sobre lavado de activos y financiamiento del terrorismo, dirigida a equipos administrativos.

# Beneficios

## Seguros

- **Seguro de Salud:** disponible para todos los colaboradores que deseen contratarlo, con financiamiento compartido entre la empresa y el trabajador. El costo varía según las cargas familiares incorporadas.
- **Seguro de Vida:** otorgado a todos los colaboradores desde su ingreso a la Compañía, con un financiamiento del 50% por parte de la empresa y 50% del trabajador.

*Ninguno de estos beneficios está sujeto al tipo de contrato ni a otras condiciones.*

## Premios y reconocimientos

- **Premio Habitacional:** apoya a los colaboradores en dos categorías: Mi Primera Vivienda y Renovando Mi Hogar, otorgando una *Gift Card* Cencosud.
- **Premio Excelencia Académica:** reconoce el rendimiento académico destacado de los hijos de colaboradores mediante la entrega de un bono y una *Gift Card* Cencosud.

## Descuentos y beneficios especiales

- **Descuentos Cruzados:** exclusivo para colaboradores del Grupo Cencosud con contrato indefinido, otorgando descuentos en distintas marcas:
  - Jumbo: 12%
  - Santa Isabel: 10%
  - Easy: 20%
  - Eurofashion: 20%
  - Paris: 20%
  - Farmacia Jumbo: % variable según el producto.

## Beneficios estacionales

- **Navidad:** entrega de *Gift Card* para colaboradores con hijos entre 0 y 15 años (cumplidos al 1º de diciembre), registrados en el sistema People Soft.
- **Vacaciones de Invierno:** entradas al cine para colaboradores con hijos de entre 3 y 15 años (cumplidos al 31 de julio), registrados en el sistema People Soft.

## Atención social

- Apoyo y orientación en situaciones de problemática social, con seguimiento de casos según sea necesario.

# Subcontratación

Cenco Malls cuenta con normativas internas que complementan y aseguran el cumplimiento de la legislación en materia de subcontratación de personas (la Compañía no tiene una política específica al respecto). La siguiente es una síntesis de las directrices para los principales aspectos.

## Cumplimiento legal

- Las empresas contratistas y subcontratistas deben acreditar el cumplimiento de sus obligaciones laborales y previsionales mediante certificados emitidos por la Inspección del Trabajo o entidades privadas autorizadas.

## Condiciones de trabajo y seguridad laboral

- Cencosud tiene una política integral de seguridad y salud ocupacional que se aplica a todos los colaboradores, incluidos los subcontratados. Esta política se enfoca en proteger la integridad física y la salud de las personas, así como en la protección de las instalaciones y procesos.
- Cencosud fomenta una cultura preventiva mediante campañas de concienciación y programas de capacitación para todos los trabajadores, incluidos los subcontratados. Esto asegura que todos estén informados sobre los riesgos y las medidas de seguridad necesarias.
- La empresa mantiene una estrecha coordinación con los subcontratistas para asegurar que se cumplan las normas de seguridad. Esto incluye la supervisión continua y la auditoría de los procesos de seguridad y salud ocupacional.
- Cencosud asegura que todos los trabajadores, incluidos los subcontratados, tengan acceso a los equipos de protección personal necesarios y que sepan cómo utilizarlos correctamente.



# Propiedades e instalaciones

País	Categoría	Nombre	Dirección	Propio o arrendado
Chile	Centro Comercial	CENCO ALTO LAS CONDES	Avenida Kennedy 9001, Las Condes, Región Metropolitana	Propio
Chile	Centro Comercial	CENCO RANCAGUA	Avenida Presidente Eduardo Frei Montalva 750, Rancagua, Libertador Gral. Bernardo O'Higgins	Propio
Chile	Centro Comercial	CENCO TEMUCO	Avenida Alemania 633, Temuco, Araucanía	Propio
Chile	Centro Comercial	FLORIDA CENTER	Avenida Vicuña Mackenna 6100, La Florida, Región Metropolitana	Propio
Chile	Centro Comercial	COSTANERA CENTER	Avenida Andres Bello 2425, Providencia, Región Metropolitana	Propio
Chile	Centro Comercial	CENCO LA REINA	Avenida Francisco Bilbao 8750, Las Condes, Región Metropolitana	Arrendado
Chile	Centro Comercial	CENCO EL LLANO	Avenida El Llano Subercaseaux 3517, San Miguel, Región Metropolitana	Propio
Chile	Centro Comercial	CENCO PORTAL LA DEHESA	Avenida La Dehesa 1445, Lo Barnechea, Región Metropolitana	Arrendado
Chile	Centro Comercial	CENCO OSORNO	Osorno 609, Osorno, Los Lagos	Propio
Chile	Centro Comercial	CENCO ÑUÑO A	Av. José Pedro Alessandri 1166, Ñuñoa, Región Metropolitana	Arrendado
Chile	Centro Comercial	CENCO BELLOTO	Avenida Baden Powell 150, Quilpué, Valparaíso	Propio
Chile	Power Center	JUMBO MAIPU	Avenida Americo Vespucio 1011, Maipu, Región Metropolitana	Propio
Chile	Power Center	CENCO PUERTO MONTT	Ejercito 470, Puerto Montt, Los Lagos	Propio
Chile	Power Center	CENCO VIÑA DEL MAR	1 Norte 2901, Viña del Mar, Valparaíso	Propio
Chile	Power Center	EASY TEMUCO CAUPOLICAN	Avenida Caupolican 0650, Temuco, Araucanía	Propio
Chile	Power Center	JUMBO PENALOLEN	Avenida Sanchez Fontecilla 12000, Peñalolen, Región Metropolitana	Propio
Chile	Power Center	CENCO VALPARAISO	Avenida Argentina 51, Valparaíso, Valparaíso	Propio
Chile	Power Center	CENCO LA SERENA	Parcela 69 - Ruta 5 Norte, La Serena, Coquimbo	Propio
Chile	Power Center	EASY FISA	Camino Melipilla 10939, Maipu, Región Metropolitana	Propio
Chile	Power Center	SISA LINARES	Januario Espinoza 1183, Linares, Maule	Propio
Chile	Power Center	CENCO ANGAMOS	Avenida Angamos 745, Antofagasta, Antofagasta	Propio
Chile	Power Center	ALMACENES PARIS TEMUCO	Avenida Arturo Prat 444, Temuco, Araucanía	Propio



## Propiedades e instalaciones

País	Categoría	Nombre	Dirección	Propio o arrendado
Chile	Power Center	BARROS ARANA	Castellón 539, Concepción, Biobío	Propio
Chile	Power Center	SISA OSORNO	Cesar Ercilla 1075, Osorno, Los Lagos	Propio
Chile	Power Center	JUMBO TALCA	El Arenal 411, Talca, Maule	Propio
Chile	Power Center	CALAMA	Avenida Chorrillos 1759, Calama, Antofagasta	Propio
Chile	Power Center	JUMBO HUALPEN	Costanera norte 1 9781, Hualpén, Biobío	Propio
Chile	Power Center	SISA PEDRO AGUIRRE CERDA	Avenida José Joaquín Prieto 5531, Pedro Aguirre Cerda, Región Metropolitana	Propio
Chile	Power Center	JUMBO QUILLOTA	Ariztia 530, Quillota, Valparaíso	Propio
Chile	Power Center	PUENTE ALTO	Avenida Concha y Toro 3810, Puente Alto, Región Metropolitana	Propio
Chile	Power Center	CENCO COPIAPO	Copayapu 2406, Copiapó, Atacama	Propio
Chile	Power Center	JUMBO PUNTO DE ENCUENTRO	Pedro Aguirre Cerda 9400, Antofagasta, Antofagasta	Propio
Chile	Power Center	JUMBO SAN BERNARDO	Portales 3698, San Bernardo, Región Metropolitana	Propio
Colombia	Centro Comercial	Cenco Santa Ana	Avenida Carrera 9 #110-50, Bogotá	Copropiedad
Colombia	Centro Comercial	Cenco Limonar	Calle 5, 69-03, Cali	Copropiedad
Colombia	Power center	La 65	Carrera 65, 45-85, Medellín	Propio
Colombia	Power center	Cenco Altos del Prado	Carrera 56, 75-155, Barranquilla	Propio
Perú	Centro Comercial	Cenco Arequipa	Av. Aviación 602 Cerro Colorado, Arequipa	Propio
Perú	Centro Comercial	Cenco La Molina	Raúl Ferrero 1573, La Molina, Lima	Propio
Perú	Power center	San Juan de Lurigancho	Av. Próceres - Independencia 1632, SJL	Propio



## Patentes, licencias, franquicias y royalties

En Cenco Malls contamos con las autorizaciones necesarias para el uso de marcas comerciales esenciales para el desarrollo de nuestra operación.

En 2024, consolidamos las marcas comerciales de nuestros centros comerciales bajo una única identidad regional, denominada "Cenco Malls", fortaleciendo nuestra presencia en el mercado. Como parte de esta estrategia, adoptamos la marca "Cenco" en nuestros centros comerciales, reemplazando sus nombres originales. Por ejemplo, Costanera Center, Alto Las Condes y Florida Center pasaron a llamarse Cenco Costanera, Cenco Alto Las Condes y Cenco Florida, respectivamente. Esta unificación refuerza la identidad de nuestros centros comerciales y potencia la comercialización de espacios a nivel regional.

## Seguros

Como parte de la política corporativa de riesgos, para hacer frente a eventos esporádicos e impredecibles, parciales o catastróficos que puedan afectar a personas o bienes, propios o de terceros; Cencosud S.A. y cada una de sus filiales o relacionadas, constituidas o en proceso, cuentan con un amplio programa regional de pólizas de seguros, con extensas coberturas para sus activos y riesgos operacionales.

Durante el año 2024, se renovaron satisfactoriamente los principales contratos de seguros de vigencia anual y los de mayor plazo, que se resumen en pólizas contra Todo Riesgo Bienes Físicos (Incendio, Sismo y Fenómenos de la Naturaleza), incluyendo Perdida de Beneficios por Interrupción del Negocio (Lucro Cesante, Perjuicio por Paralización), Riesgos Políticos (terrorismo, huelgas, disturbios y conmoción civil, incluyendo perjuicio por paralización), de Responsabilidad Civil General, de Parking, de Productos, Construcción y Montaje entre otras, pérdidas en el Transporte Nacional e Internacional, además de seguros para flotas, incluida responsabilidad civil vehicular y de equipos móviles.



## Subsidiarias y asociadas

Nombre	RUT	Participación	Directorio/ Administración	Capital suscrito y pagado (M\$)	inversión sobre el total de activos de la matriz	Objeto de la sociedad
Sociedad Comercial de Tiendas S. A. Santiago	88.235.500-4	99%		32.952.756	1,20%	El objeto de la sociedad incluye la instalación y explotación de tiendas, la comercialización, importación, exportación e industrialización de bienes, así como la inversión, administración y desarrollo de bienes inmuebles. Además, puede realizar actos relacionados con estas actividades, participar en otras sociedades y celebrar contratos necesarios para cumplir su propósito, siempre en conformidad con la normativa vigente en Chile.
Administradora de Centros Comerciales Cencosud SpA. Santiago	78.408.990-8	100%	La administración y el uso de la Razón social corresponderá a Cencosud Shopping S. A., quién la ejercerá a través de sus apoderados.	8.483	-0,16%	El objeto de la sociedad es la administración de centros comerciales, la prestación y contratación de servicios relacionados, como ingeniería, diseño, arquitectura, asesoría, seguridad, publicidad, contabilidad y otros, además de la celebración de actos y negocios vinculados directa o indirectamente con su propósito.
Comercializadora Costanera Center SpA Santiago	76.203.299-6	100%	La administración de la sociedad y el uso de la razón social, corresponderá al socio Cencosud Shopping S. A., quien la ejercerá directamente o a través de mandatarios designados por escritura pública.	10.000	3,93%	El objeto de la sociedad es realizar inversiones y explotar bienes muebles e inmuebles, tanto en Chile como en el extranjero. También abarca la explotación comercial de juegos y actividades de entretenimiento, la importación y venta de equipos de entretenimiento, y la prestación de servicios de restauración, incluyendo la elaboración y distribución de alimentos y bebidas. Además, puede participar en diversas sociedades, asociaciones y comunidades, administrando y explotando estas inversiones y percibiendo sus beneficios.
Cencosud Shopping Internacional SpA Santiago	76.697.651-4	100%	La administración y el uso de la Razón social corresponderá a Cencosud Shopping S. A. a través de sus apoderados ordinarios.	USD 325.074.992	7,33%	El objeto de la sociedad es realizar inversiones permanentes o de renta en bienes muebles e inmuebles situados en el extranjero, incluyendo su adquisición, administración y enajenación. Además, puede constituir y participar en sociedades extranjeras, celebrar contratos civiles o mercantiles, y efectuar en Chile inversiones en instrumentos financieros de corto plazo. También podrá realizar todos los actos y negocios relacionados directa o indirectamente con su propósito.



## Subsidiarias y asociadas

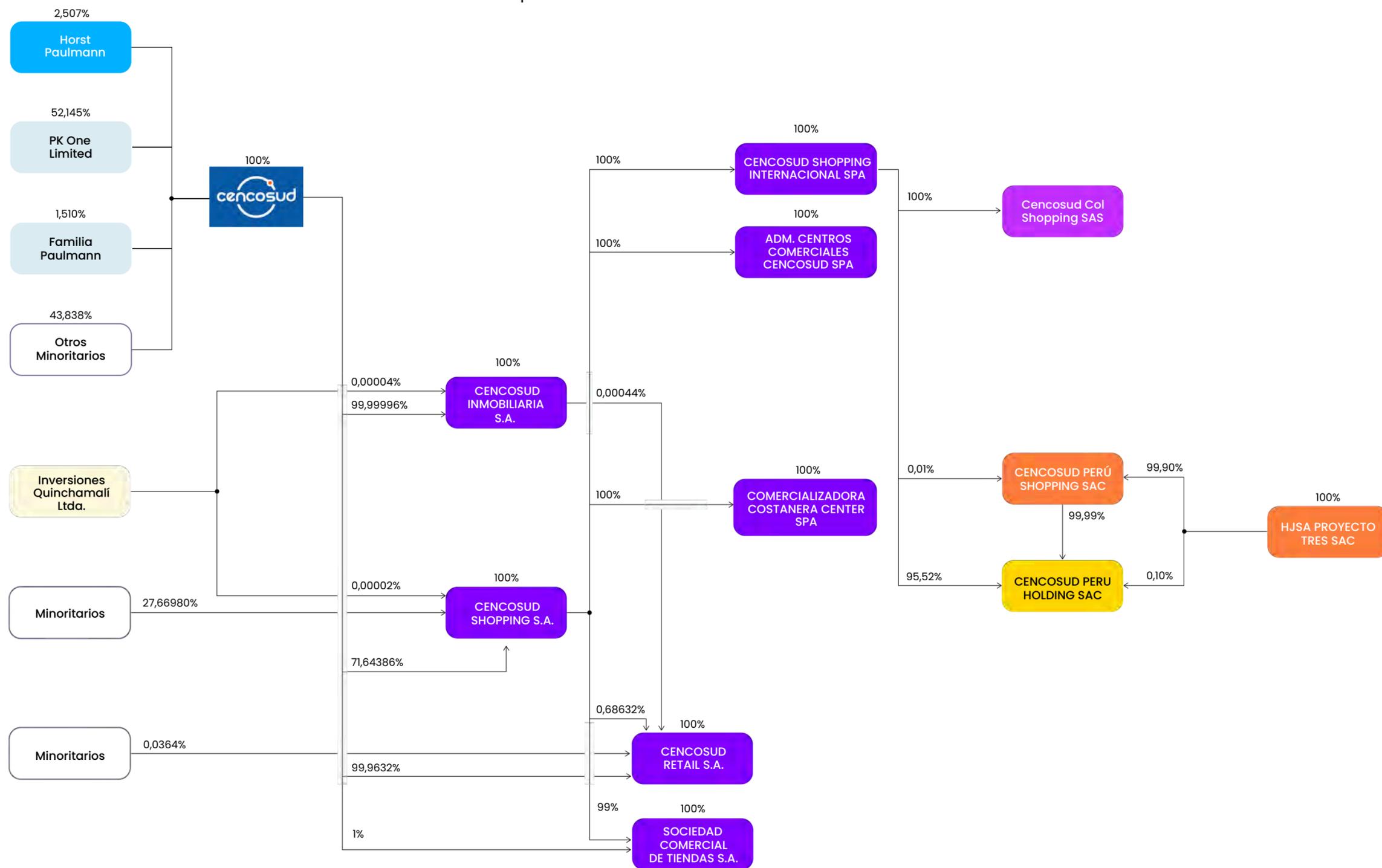
Nombre	RUT	Participación	Directorio/ Administración	Capital suscrito y pagado (M\$)	Inversión sobre el total de activos de la matriz	Objeto de la sociedad
Cencosud Colombia Shopping S. A.S. Bogotá	Extranjera	Participación a través de Cencosud Shopping Internacional SPA: 100%	Directores principales: Sebastián Bellocchio Manfred Paulmann Ana María Mantilla  Suplentes: María Gabriela Pérez Sebastián Núñez Sebastián Rivera  Representante Legal: Principal: Cristian Siegmund Suplente 1: [vacante] Suplente 2: Ana María Mantilla	COP 394.528.123.000	3,31%	El objeto de la sociedad incluye actividades en el sector de la construcción, como diseño, adecuación, demolición, restauración y remodelación de inmuebles. También abarca la construcción y desarrollo de edificaciones, la adquisición, administración y arrendamiento de bienes inmuebles, así como la gestión y operación de centros comerciales. Además, puede realizar actos y contratos complementarios necesarios para el cumplimiento de su propósito, excluyendo la garantía de obligaciones ajenas.
Cencosud Perú Shopping S. A.C. Lima	Extranjera	Participación a través de Cencosud Shopping Internacional SPA: 0,01% Participación a través de Cencosud Perú Holding SAC: 99,99%	Gerente General: Cencosud Perú S. A. representado, a su vez, por su Gerente General, Alfredo Mastrokalos Viñas	S/ 470,847,120	4,02%	El objeto de la sociedad es la compraventa, arrendamiento, loteo, construcción y administración de bienes inmuebles, así como la gestión de inversiones mobiliarias e inmobiliarias. También podrá realizar actos relacionados que contribuyan al cumplimiento de sus fines.
Cencosud Perú Holding S. A.C. Lima	Extranjera	Participación a través de Cencosud Shopping Internacional SPA: 95,52%	Gerente General: Cencosud Perú S. A. representado, a su vez, por su Gerente General, Alfredo Mastrokalos Viñas	S/ 470,848,119	0,00%	El objeto de la sociedad es realizar inversiones de todo tipo en negocios, sociedades o empresas en el Perú y en el extranjero, mediante aportes en efectivo o en especie, adquisición y venta de valores, bonos, acciones y otros activos. También podrá realizar actos relacionados que contribuyan al cumplimiento de sus fines.
HJSA PROYECTO TRES S.A.C. Lima	Extranjera	Participación a través de Cencosud Perú Shopping S.A.C.: 99,90% Participación a través de Cencosud Perú Holding S.A.C.: 0,10%	Gerente General: Jose Luis Orbegoso Moncloa	S/ 180.076,00	(*)	La sociedad tiene por objeto dedicarse a todas las operaciones relacionadas con la explotación del negocio inmobiliario, promoción y desarrollo construcción, corretaje y compraventa de inmuebles en general.

(\*) La información de la inversión sobre el total de activos de la matriz se encuentra incorporada en su matriz Cencosud Perú Shopping S.A.C.



# Malla societaria

Participaciones al 31 de diciembre de 2024





# Pago a proveedores

Nº de Facturas Pagadas	Unidad	2024
Menos de 15 días		
Nacional	Número	1.337
Extranjero	Número	
Total	Número	1.337
Hasta 30 días		
Nacional	Número	10.962
Extranjero	Número	8
Total	Número	10.970
Entre 31 y 60 días		
Nacional	Número	394
Extranjero	Número	
Total	Número	394
Más de 60 días		
Nacional	Número	115
Extranjero	Número	
Total	Número	115

Monto Total en CLP	Unidad	2024
Menos de 15 días		
Nacional	CLP	8.167.246.434
Extranjero	CLP	
Total	CLP	8.167.246.434
Hasta 30 días		
Nacional	CLP	104.992.123.966
Extranjero	CLP	110.870.268
Total	CLP	105.102.994.234
Entre 31 y 60 días		
Nacional	CLP	9.390.107.963
Extranjero	CLP	
Total	CLP	9.390.107.963
Más de 60 días		
Nacional	CLP	255.461.580
Extranjero	CLP	
Total	CLP	255.461.580

Nº de Proveedores	Unidad	2024
Menos de 15 días		
Nacional	Número	178
Extranjero	Número	
Total	Número	178
Hasta 30 días		
Nacional	Número	813
Extranjero	Número	3
Total	Número	816
Entre 31 y 60 días		
Nacional	Número	53
Extranjero	Número	
Total	Número	53
Más de 60 días		
Nacional	Número	30
Extranjero	Número	
Total	Número	30

## Política de pago a proveedores

Los plazos de pago son determinados por el área comercial en la negociación con todos los proveedores de la Compañía e indicados en cada una de las órdenes de compra, cumpliendo con la legislación vigente en cada país.

**Chile:** el plazo legal máximo es 30 días corridos,. Si fuese un plazo mayor se debe contar con un acuerdo con el Proveedor.  
En caso de que sea menor a 30 días se requiere autorización del Gerente de Procurement País / Finanzas.

**Colombia:** se debe cumplir con la Ley de plazos justos, que obliga a pagar a no más de 45 días a las PYMES.

**Perú:** Las condiciones de pago pueden variar de 7 a 60 días y dependerá del tamaño de la empresa, 60 días para grandes empresas y plazos menores para pequeñas empresas.

Durante el 2024 no existieron intereses por mora ni acuerdos inscritos en el registro de acuerdos con plazo excepcional de pago que lleva el Ministerio de Economía.

Un proveedor representó en forma individual, al menos el 10% del total de compras efectuadas y no existieron clientes que concentren en forma individual, a lo menos, un 10% del ingreso.



## Evaluación de proveedores

<b>Evaluación de Proveedores</b>	<b>Unidad</b>	<b>2024</b>
Nº de Proveedores Objeto de Análisis	Número	112
Nacional	Número	110
Extranjero	Número	2
Nº de Proveedores Evaluados	Número	90
Nacional	Número	89
Extranjero	Número	1
% de Proveedores Evaluados	%	80%
Nacional	%	81%
Extranjero	%	50%
Total de Compras de Proveedores	CLP	109.622.611
Nacional	CLP	109.101.100
Extranjero	CLP	521.511
Total de Compras de Proveedores Evaluados	CLP	36.297.467
Nacional	CLP	36.068.236
Extranjero	CLP	229.231
% de Compras de Proveedores Evaluados	%	33%
Nacional	%	33%
Extranjero	%	44%

Durante el 2024 se envió una evaluación en materia de sostenibilidad a un total de 112 proveedores, de los cuales 90 dieron respuestas completas.

Los proveedores evaluados bajo criterios de sostenibilidad corresponden al 33% de las compras totales.

Al cierre de esta memoria, el procedimiento de Gestión de Proveedores se encontraba en proceso de actualización. Durante 2025 se publicará un anexo a este documento que abordará temas de gestión de riesgo de proveedores, incluyendo aspectos financieros, comerciales y operacionales.



## Hechos esenciales

Durante el 2024, Cenco Malls comunicó a la CMF, al mercado financiero y público en general los siguientes hechos en carácter de relevantes o esenciales.

Fecha	Materia	Síntesis
28/10/2024	Reparto de utilidades (pago de dividendos)	Comunica la decisión del Directorio de distribuir un dividendo provisorio de \$85 por acción con cargo a las utilidades de 2024.
28/08/2024	Otros	Informa que el Directorio aprobó una nueva Política de Operaciones Habituales de Cencosud Shopping S. A. para regular las transacciones con partes relacionadas.
25/04/2024	Junta ordinaria de accionistas, citaciones, acuerdos y proposiciones	Comunica los acuerdos de la Junta Ordinaria de Accionistas de Cencosud Shopping S. A. , incluyendo la aprobación de estados financieros, distribución de dividendos, elección del Directorio para el periodo 2024-2027, la remuneración para el año 2024 y la designación de EY como empresa de auditoría externa.
28/03/2024	Junta ordinaria de accionistas, citaciones, acuerdos y proposiciones	Junta ordinaria de accionistas, citaciones, acuerdos y proposiciones.
29/02/2024	Cambios en la administración	Comunica la designación de Sebastián Bellocchio Fioretti como Gerente General de Cenco Malls a contar del 1 de marzo de 2024
26/01/2024	Cambios en la administración	Informa sobre la renuncia de Rodrigo Larraín Kaplan al cargo de Gerente General a contar del 1 de marzo de 2024



## Afiliación a gremios, asociaciones u organizaciones

País	Organización	Descripción
Chile	Cámara Chilena de Centros Comerciales	Red que integra más de 300 centros comerciales en todo Chile, desde Arica hasta Punta Arenas, unidos para impulsar un futuro innovador, sostenible e inclusivo, contribuyendo al desarrollo del país. Cencosud Shopping participa activamente en iniciativas sobre seguridad y medio ambiente promovidas por esta red.
Chile	Acción Empresas	Organización sin fines de lucro con 23 años de trayectoria dedicada a promover la sostenibilidad empresarial en Chile, mejorando la calidad de vida de las personas y el entorno natural. Desde 2006 es miembro del Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible, consolidándose como la mayor organización no gremial del país.
Chile	Federación de Empresas de Turismo de Chile	Asociación gremial creada en 2009 que reúne a destacadas asociaciones y empresas del sector turístico. Su misión es representar al turismo privado y trabajar junto al Estado para diseñar políticas públicas que fortalezcan el potencial turístico nacional.
Chile	Consejo Internacional de Centros Comerciales	Asociación establecida en 1957 que agrupa propietarios, desarrolladores y gerentes de centros comerciales, además de individuos y organizaciones gubernamentales vinculadas al sector. Cuenta con más de 70,000 miembros a nivel global.
Chile	Cámara de Comercio de Santiago	Entidad gremial sin fines de lucro fundada en 1919, que representa a más de 2,400 empresas pertenecientes a diferentes sectores económicos del país.
Chile	Pacto Global	Iniciativa global que busca que las empresas integren en sus estrategias y operaciones los Diez Principios Rectores sobre Derechos Humanos, Relaciones Laborales, Medio Ambiente y Anticorrupción, apoyando así los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Actualmente reúne más de 17,000 empresas y 3,000 firmantes en más de 160 países, siendo la iniciativa de sostenibilidad corporativa más grande a nivel mundial.
Chile	Imagen de Chile	Agencia encargada de promover internacionalmente la imagen de Chile, colaborando estrechamente con entidades públicas y privadas para fortalecer y proyectar los atributos únicos del país. Gestiona una alianza estratégica con Sky Costanera, unidad turística de Cencosud Shopping, potenciando el reconocimiento internacional de Santiago desde las alturas.
Chile	Sernatur	Entidad pública dedicada a promover el desarrollo turístico en Chile mediante la articulación entre actores del sector público y privado, impulsando así el crecimiento sostenido del sector.
Colombia	Asociación de Centros Comerciales de Colombia	Organización gremial fundada en 1992, que promueve el fortalecimiento de la industria chilena de centros comerciales mediante programas, proyectos y alianzas estratégicas orientadas a optimizar la gestión administrativa de sus asociados.
Colombia	Asociación Colombiana de Interpretes y Productores Fonográficos	Sociedad de gestión colectiva avalada por la Dirección Nacional del Derecho de Autor, encargada de representar y gestionar los derechos conexos de artistas, intérpretes, ejecutantes y productores fonográficos en Colombia.
Colombia	Federación Nacional De Comerciantes	Organización colombiana enfocada en impulsar el comercio mediante la modernización empresarial, promoviendo el desarrollo económico y social del país. Además, funciona como plataforma de diálogo sobre los principales desafíos nacionales.
Perú	Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú	Organización orientada a promover el crecimiento industrial mediante la representación y defensa de sus miembros ante entidades públicas y privadas. ACCEP impulsa la inversión nacional y extranjera, así como el desarrollo de marcos regulatorios adecuados. Brinda además servicios de difusión de información especializada, formación profesional, conferencias e investigaciones.



# Indicadores de sostenibilidad SASB

Cencosud Shopping S.A. en base a las características de su negocio principal responde el estándar SASB de la industria de Bienes raíces, en su versión 2018. Esta definición fue validada por el Directorio.

Código y tema material	Descripción	Unidad	Respuesta
IF-RE-130a.1 Gestión de la energía	Cobertura de los datos de consumo de energía como porcentaje de la superficie total, por sector inmobiliario.	Porcentaje (%) por superficie	95%
IF-RE-130a.2 Gestión de la energía	(1) Energía total consumida por área de cartera con cobertura de datos, (2) porcentaje de electricidad de la red y (3) porcentaje de energías renovables, por sector inmobiliario	Gigajulios (GJ), porcentaje (%)	597.327, 1,68%, 98,32%
IF-RE-130a.3 Gestión de la energía	Variación porcentual en términos comparables del consumo de energía para el área de cartera con cobertura de datos, por sector inmobiliario	Porcentaje (%)	+6,48%
IF-RE-130a.4 Gestión de la energía	Porcentaje de cartera elegible que (1) tiene calificación energética y (2) está certificada según ENERGY STAR, por sector inmobiliario	Porcentaje (%) por superficie	11%, 0%
IF-RE-130a.5 Gestión de la energía	Descripción de cómo se integran las consideraciones de gestión energética de los edificios en el análisis de la inversión inmobiliaria y la estrategia operativa	Discusión y análisis	<p>Cenco Malls integra la gestión energética en su análisis de inversiones considerando normativas, contexto energético y su impacto ambiental y financiero. La eficiencia energética no solo optimiza costos, sino que también refuerza la sostenibilidad de sus activos, alineándose con los compromisos ambientales de la Compañía.</p> <p>Avances en Eficiencia Energética (2024)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>Uso de Energía 100% Renovable <ul style="list-style-type: none"> <li>Mantenimiento de contratos de abastecimiento de electricidad limpia en espacios comunes de sus centros comerciales en Chile y Perú.</li> </ul> </li> <li>Proyectos de Energía Solar <ul style="list-style-type: none"> <li>Cenco Altos del Prado: Instalación de 1.226 paneles solares en 3.000 m<sup>2</sup>, reduciendo su uso en más de 100.000 kWh en su primer mes de operación.</li> <li>Optimización de iluminación en estacionamientos (-21% de consumo), sensores de movimiento en oficinas y baños, y automatización de aire acondicionado y luminarias LED.</li> </ul> </li> <li>Implementación de ISO 50001 <ul style="list-style-type: none"> <li>Cenco Alto Las Condes: Reducción del 3% en consumo energético mediante: <ul style="list-style-type: none"> <li>Instalación de equipos Integra para transporte vertical.</li> <li>Automatización del encendido/apagado en estacionamientos.</li> </ul> </li> <li>Cenco Costanera: Instalación de 700 luminarias LED en estacionamientos, logrando una reducción del 1% en el consumo de espacios comunes.</li> </ul> </li> <li>Monitoreo y Optimización del Consumo <ul style="list-style-type: none"> <li>Implementación de un sistema de remarcadores para mejorar la medición de energía y agua en todos los centros comerciales.</li> <li>Desarrollo de un catálogo de iluminación con luminarias certificadas en eficiencia energética para garantizar mayor sostenibilidad.</li> </ul> </li> </ol>



Código y tema material	Descripción	Unidad	Respuesta
IF-RE-140a.1 Gestión del agua	Cobertura de datos de extracción de agua como porcentaje de (1) superficie total y (2) superficie en regiones con estrés hídrico basal alto o extremadamente alto, por sector inmobiliario	Porcentaje (%) por superficie	(1) 100%, (2) 48%
IF-RE-140a.2 Gestión del agua	(1) Agua total extraída por área de cartera con cobertura de datos y (2) porcentaje en regiones con estrés hídrico basal alto o extremadamente alto, por sector inmobiliario	Miles de metros cúbicos (m3), porcentaje (%)	(1) 2.963.170 m3, (2) 82,38%
IF-RE-140a.3 Gestión del agua	Variación porcentual en términos comparables del agua extraída por área de cartera con cobertura de datos, por sector inmobiliario	Porcentaje (%)	95,46% (El aumento del consumo registrado se debe a la mejora de la calidad de los datos en la toma de lectura en cada shopping y a la incorporación del consumo de las instalaciones de Altos del Prado. Colombia, que no fue incluida en 2023).
IF-RE-140a.4 Gestión del agua	Descripción de los riesgos de la gestión del agua y discusión de las estrategias y las prácticas para mitigarlos	Discusión y análisis	<p>La gestión eficiente del agua es una prioridad estratégica para Cenco Malls, considerando que gran parte de sus centros comerciales se ubican en zonas de estrés hídrico. Frente a este escenario, la Compañía ha desarrollado una estrategia integral que combina eficiencia, reutilización y monitoreo constante del recurso hídrico, asegurando una operación sostenible, resiliente y adaptada al cambio climático.</p> <p>Entre los principales riesgos identificados se encuentran la escasez del recurso, aumento de sus costos, cambios regulatorios y riesgos reputacionales. Para enfrentar estos desafíos, Cenco Malls ha implementado acciones concretas que incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Monitoreo y medición del consumo hídrico en todas sus operaciones mediante sistemas actualizados y remarcadores de mayor precisión.</li> <li>• Levantamiento anual de zonas de estrés hídrico mediante la herramienta Aqueduct Country Rankings, que permite adaptar estrategias según la realidad local.</li> <li>• Reservas de agua potable en instalaciones críticas para mitigar riesgos operativos ante interrupciones del suministro.</li> <li>• Revisión y reparación de filtraciones, junto con la optimización de riegos a través de horarios eficientes y tecnologías sustentables.</li> <li>• Instalación de dispositivos de eficiencia hídrica en baños y coordinación eficiente del vaciado de red de incendio para obras en locales comerciales.</li> <li>• Capacitaciones internas y promoción de buenas prácticas, fortaleciendo una cultura organizacional orientada al cuidado del agua.</li> </ul> <p>Entre los proyectos destacados de gestión del recurso en 2024 se destacan:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cenco Florida: Reemplazo de jardines con especies de bajo requerimiento hídrico y tecnología de hidrogel, logrando una reducción del 70% en el consumo de agua potable en 30.000 m<sup>2</sup>. En 2024, se implementó la primera fase (3.500-4.000 m<sup>2</sup>), reduciendo en promedio un 54% del consumo diario de agua.</li> <li>• Cenco Costanera: Implementación de 600 m<sup>2</sup> de jardines en colaboración con la Municipalidad de Providencia, mejorando la seguridad del entorno y optimizando el uso de agua.</li> <li>• Cenco Altos del Prado (Colombia): Incorporación de sistemas de riego eficiente y vegetación de bajo consumo hídrico, logrando una reducción del 30% en el uso de agua destinada a riego.</li> <li>• Cenco Portal La Dehesa: operación de la planta de reutilización de aguas grises en alianza con Yaku, permitiendo recuperar más de 300.000 litros mensuales para riego, con un acumulado de más de 5.000.000 de litros reutilizados desde el inicio del proyecto. Creación de más de 4.000 m<sup>2</sup> de áreas verdes con diseño sustentable para minimizar el consumo hídrico.</li> </ul>



Código y tema material	Descripción	Unidad	Respuesta
IF-RE-410a.1 Gestión de los efectos de los arrendatarios sobre la sostenibilidad	(1) Porcentaje de nuevos arrendamientos que contienen una cláusula de recuperación de costos para mejoras de capital relacionadas con la eficiencia de los recursos y (2) superficie arrendada asociada, por sector inmobiliario	Porcentaje (%) por superficie, Metros cuadrados (m2)	A la fecha no se registran contratos de arrendamiento que contengan este tipo de cláusulas.
IF-RE-410a.2 Gestión de los efectos de los arrendatarios sobre la sostenibilidad	Porcentaje de inquilinos que cuentan con medición o submedición por separado para (1) el consumo de electricidad de la red y (2) las extracciones de agua, por sector inmobiliario	Porcentaje (%) por superficie	El 100% de los arrendatarios cuenta con mediciones propias de consumos de electricidad y agua.
IF-RE-410a.3 Gestión de los efectos de los arrendatarios sobre la sostenibilidad	Discusión sobre el enfoque para medir, incentivar y mejorar los impactos de sostenibilidad de los inquilinos	Discusión y análisis	<p>Cenco Malls prioriza la medición independiente del consumo de energía y agua por parte de los locatarios, lo que permite obtener una visión detallada de los consumos en cada área de los centros comerciales y facilita la adopción de prácticas eficientes en el uso de recursos. Este enfoque refuerza el compromiso de la Compañía con la sostenibilidad y la optimización operativa.</p> <p>En la Gran Torre Costanera, que cuenta con la Certificación LEED GOLD, se implementan estrategias y mejores prácticas de diseño sostenible que abarcan eficiencia en el uso del agua y la energía, empleo de materiales sostenibles y mejora de la calidad ambiental interior. Para garantizar el cumplimiento de estos estándares, a los inquilinos de Office HUB Costanera se les proporciona un manual como anexo que orienta la habilitación y operación de las oficinas hacia prácticas sostenibles alineadas con los requisitos de la certificación. Este esfuerzo asegura que los espacios operen bajo los más altos estándares de sostenibilidad.</p> <p>En línea con su enfoque sustentable, la gestión de residuos se realiza conforme a los requerimientos de la certificación LEED GOLD. Además, Cenco Malls colabora con los usuarios de Office HUB Costanera en programas de reciclaje, minimizando el impacto ambiental. Cada arrendatario recibe un set de bolsas de reciclaje codificado, con colores que corresponden a diferentes tipos de residuos. Mensualmente, se entrega un informe detallado del registro de generación de residuos por oficina. Para mejorar la experiencia en sus instalaciones, la Gran Torre Costanera también cuenta con modernos ascensores de doble cabina, que optimizan el tiempo de traslado entre los pisos, combinando eficiencia y comodidad.</p>



Código y tema material	Descripción	Unidad	Respuesta																																						
IF-RE-450a.1 Adaptación al cambio climático	Superficie de inmuebles situados en zonas inundadas cuantitativas de 100 años, por sector inmobiliario (m2)	Metros cuadrados (m2)	Cenco Costanera GLA 154.849 Torres de Oficina Costanera GLA 65.000 Cenco La Reina GLA 38.550 Cenco Arequipa GLA 29.498 San Juan de Lurigancho GLA 16.634																																						
IF-RE-450a.2 Adaptación al cambio climático	Descripción del análisis de la exposición al riesgo del cambio climático, el grado de exposición sistemática de la cartera y las estrategias para mitigar los riesgos	Discusión y análisis	<p>La Compañía ha evaluado su exposición al riesgo de cambio climático dentro de su marco de Gestión de Riesgos, aprobado por el directorio. La última evaluación residual realizada en 2024 determinó un nivel de riesgo "moderado", considerando que la empresa gestiona activamente estos factores mediante la evaluación temprana de proyectos, la intervención proactiva con comunidades y la adopción de tecnologías y prácticas sostenibles.</p> <p>En cuanto a la exposición sistemática de la cartera, el riesgo ambiental presenta una probabilidad moderada de ocurrencia (3 en una escala de 1 a 5), mientras que el riesgo de relación con la sociedad tiene una probabilidad baja (2 en la misma escala). A pesar de que ambos podrían generar impactos severos (4 en una escala de 1 a 5), los controles y estructuras vigentes reducen significativamente la posibilidad de materialización, manteniendo estos riesgos dentro de un nivel tolerable.</p> <p>Las estrategias de mitigación incluyen el monitoreo continuo de riesgos, la implementación de mejores prácticas ambientales y sociales, y el fortalecimiento de controles internos para minimizar impactos. Estos esfuerzos garantizan que la Compañía mantenga su exposición al riesgo climático dentro de los límites aceptables y refuerce su resiliencia ante cambios en el entorno. No se realizó una evaluación específica para el subsector inmobiliario.</p>																																						
			<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>Centros comerciales</th> <th>Power centers</th> <th>Complejos de oficinas</th> <th>Propiedades especializadas</th> <th>Total 2024</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>IF-RE-000.A Parámetro de actividad</td> <td>Número de activos, por sector inmobiliario</td> <td>Número</td> <td>15</td> <td>25</td> <td>2</td> <td>0</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>IF-RE-000.B Parámetro de actividad</td> <td>Superficie alquilable, por sector inmobiliario</td> <td>Pies cuadrados</td> <td>804.234</td> <td>513.137</td> <td>65.000</td> <td>0</td> <td>1.382.370,00</td> </tr> <tr> <td>IF-RE-000.C Parámetro de actividad</td> <td>Porcentaje de activos gestionados indirectamente, por sector inmobiliario</td> <td>Porcentaje (%) por área de suelo</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0%</td> <td>0</td> <td>0%</td> </tr> <tr> <td>IF-RE-000.D Parámetro de actividad</td> <td>Tasa de ocupación media, por sector inmobiliario</td> <td>%</td> <td>97,80%</td> <td>99,00%</td> <td>88,90%</td> <td>0</td> <td>98,30%</td> </tr> </tbody> </table>		Centros comerciales	Power centers	Complejos de oficinas	Propiedades especializadas	Total 2024	IF-RE-000.A Parámetro de actividad	Número de activos, por sector inmobiliario	Número	15	25	2	0	40	IF-RE-000.B Parámetro de actividad	Superficie alquilable, por sector inmobiliario	Pies cuadrados	804.234	513.137	65.000	0	1.382.370,00	IF-RE-000.C Parámetro de actividad	Porcentaje de activos gestionados indirectamente, por sector inmobiliario	Porcentaje (%) por área de suelo	0%	0%	0%	0	0%	IF-RE-000.D Parámetro de actividad	Tasa de ocupación media, por sector inmobiliario	%	97,80%	99,00%	88,90%	0	98,30%
	Centros comerciales	Power centers	Complejos de oficinas	Propiedades especializadas	Total 2024																																				
IF-RE-000.A Parámetro de actividad	Número de activos, por sector inmobiliario	Número	15	25	2	0	40																																		
IF-RE-000.B Parámetro de actividad	Superficie alquilable, por sector inmobiliario	Pies cuadrados	804.234	513.137	65.000	0	1.382.370,00																																		
IF-RE-000.C Parámetro de actividad	Porcentaje de activos gestionados indirectamente, por sector inmobiliario	Porcentaje (%) por área de suelo	0%	0%	0%	0	0%																																		
IF-RE-000.D Parámetro de actividad	Tasa de ocupación media, por sector inmobiliario	%	97,80%	99,00%	88,90%	0	98,30%																																		



# Carta de verificación externa



Deloitte  
Audidores y Consultores Limitada  
Rosario Norte 407  
Rut: 80.276.200-3  
Las Condes, Santiago  
Chile  
Fono: (56) 227 297 000  
Fax: (56) 223 749 177  
deloittechile@deloitte.com  
www.deloitte.cl

Abril 9, 2025

Señores  
Cencosud Shopping S.A.  
Presente

Hemos realizado una revisión de seguridad limitada de los contenidos e indicadores de la Memoria Integrada 2024 de Cencosud Shopping S.A. (en adelante "la Sociedad"), de acuerdo con lo establecido en la Norma de Carácter General N° 461 y su modificación la a Norma de Carácter General N°519 (en adelante "NCG") y Sustainability Accounting Standards Board (en adelante "SASB") por el periodo comprendido entre el 01 de enero y el 31 de diciembre de 2024.

### Nuestra responsabilidad

Nuestra responsabilidad es expresar una conclusión de seguridad limitada de los contenidos e indicadores incluidos en la Memoria Integrada para el periodo comprendido entre el 01 de enero y el 31 de diciembre de 2024, que han sido presentados de acuerdo con el Estándar NCG y SASB, en base a los procedimientos que hemos realizado y la evidencia obtenida. Hemos realizado nuestra revisión de seguridad limitada de acuerdo con la Norma Internacional sobre International Standard on Assurance Engagements Other than Audits or Reviews of Historical Financial Information (ISAE 3000), emitida por el International Auditing and Assurance Standard Board (IAASB). Esta norma requiere que planifiquemos y realicemos este trabajo para obtener una seguridad limitada respecto de que los indicadores incluidos en la Memoria Integrada estén exentos de errores materiales.

Una revisión de seguridad limitada implica la realización de procedimientos (que consisten principalmente en realizar consultas a la gerencia y a otros dentro de la entidad y aplicar procedimientos analíticos y de otro tipo, según corresponda) y evaluar la evidencia obtenida. Los procedimientos también incluyen la evaluación de la consistencia de los indicadores incluidos en la Memoria Integrada para el periodo finalizado en diciembre de 2024 de acuerdo con el Estándar NCG y SASB.

### Nuestra revisión incluyó los siguientes procedimientos:

- Reunión con el equipo que lideró el proceso de elaboración de la Memoria Integrada 2024.
- Revisión de evidencias para los indicadores detallados en esta carta, así como el resultado del proceso de materialidad, con las áreas participantes de la elaboración de la Memoria Integrada 2024.

Deloitte® se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited una compañía privada limitada por garantía, de Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente. Por favor, vea en [www.deloitte.com](http://www.deloitte.com) la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited es una compañía privada limitada por garantía constituida en Inglaterra & Gales bajo el número 02271800, y su domicilio registrado: 11th Floor, 1 Little New Street, London, EC4A 3TR, Reino Unido.

Abril 9, 2025

Sres. Cencosud Shopping S.A.

Página 2

- Análisis de la trazabilidad de los contenidos de la Memoria Integrada 2024, comprobación de los indicadores detallados en esta carta, de acuerdo con los requerimientos establecidos en el Estándar NCG y SASB.
- Revisión de la información incluida en la Memoria Integrada 2024 a partir de la documentación de respaldo proporcionada por la Administración, sin embargo, nuestros procedimientos no incluyeron el testeo de los datos en los que se basan las estimaciones o en desarrollar por separado nuestras propias estimaciones con las cuales evaluar las de la Sociedad.

Los procedimientos realizados en un encargo de seguridad limitada varían en naturaleza y oportunidad y son menos extensos que para un encargo de seguridad razonable. En consecuencia, el nivel de seguridad obtenido en un encargo de seguridad limitada es sustancialmente menor que la seguridad que se habría obtenido si hubiéramos realizado un encargo de aseguramiento razonable.

### Nuestra Independencia y controles de calidad

Hemos cumplido con las normas pertinentes de conducta profesional y el código de ética aplicables a la práctica contable y aquellas relacionadas con las revisiones de seguridad limitada, emitidos por diversos organismos profesionales de contabilidad, que se basan en los principios fundamentales de integridad, objetividad, competencia profesional y debido cuidado, confidencialidad y comportamiento profesional.

La firma aplica la Norma Internacional de Control de Calidad 1, Control de Calidad para Firmas que Realizan Auditorías y Revisiones de Estados Financieros, y Otras Revisiones de Seguridad y Servicios Relacionados, y en consecuencia mantiene un sistema integral de control de calidad que incluye políticas y procedimientos documentados con respecto al cumplimiento de los requisitos éticos, las normas profesionales, los requisitos legales y reglamentarios aplicables.

### Conclusiones

El proceso de verificación se realizó en base a los indicadores incluidos en la Memoria Integrada 2024, una vez definidos por la Administración en su proceso de materialidad, el detalle de los indicadores verificados se señalan a continuación:

### Indicadores CMF NCG N°461:

1	2.1	2.2	2.3	3.1	3.2	3.3	3.4	3.5	3.6	3.7
4.1	4.2	4.3	5.1	5.2	5.3	5.4	5.5	5.6	5.7	5.8
5.9	6.1	6.2	6.3	6.4	6.5	7.1	7.2	8.1	8.2	8.3
8.4	8.5	9.1	9.2	10	11	12				

Abril 9, 2025

Sres. Cencosud Shopping S.A.

Página 3

### Indicadores Sustainability Accounting Standards Board SASB:

IF-RE130a.1	IF-RE130a.2	IF-RE130a.3	IF-RE130a.4	IF-RE130a.5
IF-RE140a.1	IF-RE140a.2	IF-RE140a.3	IF-RE140a.4	IF-RE140a.5
IF-RE410a.2	IF-IR410a.3	IF-RE450a.1	IF-RE450a.2	IF-RE000.A
IF-RE000.B	IF-RE000.C	IF-RE000.D		

Respecto de los indicadores antes señalados, podemos afirmar que no se ha puesto de manifiesto ningún aspecto que nos haga creer que los indicadores incluidos en la Memoria Integrada para el periodo finalizado en diciembre 2024 de Cencosud Shopping S.A., no han sido elaborados, en todos los aspectos materiales, de acuerdo con el estándar NCG y SASB.

### Otras responsabilidades

- La preparación de la Memoria Integrada 2024, así como el contenido de esta, es responsabilidad de la Sociedad, que además es responsable de definir, adaptar y mantener los sistemas de gestión y control interno de los que se obtiene la información.
- Nuestra responsabilidad es emitir una carta de verificación independiente, basada en los procedimientos aplicados en nuestra revisión.
- Este informe ha sido preparado exclusivamente en interés de la Sociedad, de acuerdo con los términos establecidos en las condiciones comerciales de la propuesta de servicios.
- Hemos realizado nuestro trabajo de acuerdo con las normas de independencia requeridas por el Código de Ética de la IFAC.
- Las conclusiones de la revisión son válidas para la última versión de la Memoria Integrada 2024, recibido el 9 de abril de 2025.

Saluda atentamente a Ustedes,

Daniel Solórzano C.  
Socio



## Informes financieros

Los estados financieros de Cenco Malls se pueden consultar en los sitios web de la Comisión para el Mercado Financiero ([ver](#)) y de la empresa ([ver](#)).



# Índice NCG 461

Contenido	Respuesta/Página
1. Índice de contenidos	117
2. Perfil de la entidad	11
2.1 Misión, visión, propósito y valores	26
2.2 Información histórica	15
2.3.1 Situación de control	62
2.3.2 Cambios importantes en la propiedad o control	62
2.3.3 Identificación de socios o accionistas mayoritarios	62
2.3.4 Acciones, sus características y derechos	63
2.3.5 Otros Valores	66



# Índice NCG 461

Contenido	Respuesta
3. Gobierno corporativo	38
3.1 Marco de gobernanza	39
3.2 Directorio	42
3.3 Comités del Directorio	42, 67
3.4 Ejecutivos principales	45
3.5 Adherencia a códigos nacionales o internacionales	39
3.6 Gestión de riesgos	46
3.7 Relación con los grupos de interés y el público en general	20
4. Estrategia	18
4.1 Horizontes de tiempo	26
4.2 Objetivos estratégicos	26



# Índice NCG 461

Contenido	Respuesta
4.3 Planes de inversión	27
5. Personas	70
5.1 Dotación de personal	70
5.1.2 Número de personas por nacionalidad	71
5.1.3 Número de personas por rango de edad	72
5.1.4 Antigüedad laboral	77
5.1.5 Número de personas con discapacidad	82
5.2 Formalidad laboral	83
5.3 Adaptabilidad laboral	85
5.4 Equidad salarial por sexo	39, 87
5.4.1 Política de equidad	39



# Índice NCG 461

Contenido	Respuesta
5.4.2 Brecha salarial	87
5.5 Acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo	88
5.6 Seguridad laboral	89
5.7 Permiso postnatal	90
5.8 Capacitación y beneficios	95
5.9 Política de subcontratación	
6. Modelo de negocios	19
6.1 Sector industrial	11, 20, 109
6.2 Negocios	11, 102, 106
6.3 Grupos de interés	20
6.4 Propiedades e instalaciones	100



# Índice NCG 461

Contenido	Respuesta
6.5 Subsidiarias, asociadas e inversiones en otras sociedades	103
6.5.1 Subsidiarias y asociadas	103
6.5.2 Inversión en otras sociedades	No existen inversiones en otras sociedades
7. Gestión de proveedores	106
7.1 Pago a proveedores	106
7.2 Evaluación de proveedores	107
8. Cumplimiento legal y normativo	50
9. Sostenibilidad	110
10. Hechos relevantes o esenciales	108
11. Comentarios de accionistas y del comité de directores	No existen comentarios
12. Informes financieros	116



## Declaración de responsabilidad

Los abajo firmantes se declaran responsables respecto de la veracidad de la información incorporada en la presente Memoria Anual 2024, en cumplimiento de la Norma de Carácter General N°30 y N°461, ambas emitidas por la Comisión para el Mercado Financiero.

Directorio de la compañía	Cargo	Rut	Firma
Manfred Paulmann Koepfer	Presidente	7.012.865-9	
Peter Paulmann Koepfer	Director	8.953.509-3	
Stefan Krause Niclas	Director	6.951.576-2	Stefan Krause
José Raúl Fernandez	Director	DNI Argentina: 14463460	
Jaime Soler Bottinelli	Director	7.107.025-5	
Susana Carey Claro	Director	6.283.707-1	
Eduardo Novoa Castellón	Director	7.836.212-K	
Sebastián Bellocchio Fioretti	Gerente General	13.273.024-5	

Santiago, 7 de abril de 2025.



# Contacto

## Relación con inversionistas

### **María Soledad Fernández**

Gerente de Asuntos Corporativos y Sostenibilidad  
IR@cencosud.cl

### **Andrés Guarda**

Subgerente de Relación con Inversionistas  
IR@cencosud.cl

## Sostenibilidad

### **Macarena Bassaletti**

Gerente Regional de Marketing, Experiencia y Sostenibilidad  
macarena.bassaletti@cencosud.cl

## Comunicaciones externas

### **Beatriz Monreal**

Gerente de Comunicaciones Externas  
beatriz.monreal@cencosud.cl