



cenco·malls



Presentación de resultados
Segundo trimestre 2025

01

**Eventos
relevantes
2T25**



1.1 Eventos relevantes 2T25

Lanzamiento del *High Rise* en Office HUB Costanera

- Se inició la comercialización de oficinas clase A en los pisos 45 al 60 de la Gran Torre Costanera con un evento que incluyó una exposición de Pablo Allard ⁽¹⁾. Este lanzamiento continúa posicionando a Costanera como eje de negocios en la Región Metropolitana de Chile.

Primera edición de Coffee Party en Sky Costanera

- Sky Costanera realizó su primer Coffee Party a 300 metros de altura, reuniendo a más de 300 asistentes en una experiencia de café, *mocktails* y música en vivo, posicionando la campaña entre las tres más destacadas del año en Earned Media.

Reconocimiento en *ranking* de marcas ciudadanas de Cadem

- Cenco Malls fue reconocida en el estudio Cadem 2025, destacándose dentro del grupo superior (top 35) en las categorías “Mejor experiencia” y “Apoya las artes, la cultura, la música y el deporte”. Este reconocimiento resalta la rápida consolidación de la marca a menos de dos años de su lanzamiento.



(1) Reconocido arquitecto, urbanista y académico chileno.

1.2 Eventos relevantes 2T25

Campaña del Día de la Madre en 12 centros comerciales

- La iniciativa convocó a más de 36.000 personas, con un aumento de 38% en participación respecto a la última edición. Por primera vez incluyó a Cenco Angamos en Chile y sumó alianzas con bancos, potenciando la experiencia gastronómica.

Vacaciones Non Stop en todos los centros comerciales

- Durante el receso invernal se realizaron actividades culturales y recreativas para toda la familia, como la activación con los Guardianes Capibara y música en vivo. La campaña promovió el encuentro y el entretenimiento en espacios seguros y acogedores.



1.3 Avances plan de inversión

Cenco Temuco

Inicio de obras de expansión

- En junio comenzaron las obras del proyecto de ampliación, que adicionará 16.700 m² de GLA, marcando una nueva etapa en el desarrollo del centro comercial.

Cenco Costanera

Nueva galería comercial y mejoras en conectividad

- Se entregó la nueva galería comercial en el primer piso, con 20 locales (13 ya abiertos). Este proyecto incluyó el nuevo acceso desde Avenida Vitacura, el cual ha mejorado la conectividad y flujo del centro.
- Se habilitó un nuevo ascensor junto a la Gran Torre, conectando directamente el primer nivel con el quinto piso.

Inicio de obras Auto City

- En mayo iniciaron las obras del proyecto Auto City en el nivel -1, que contempla 4.600 m² de nuevo GLA para operadores automotrices.

Avances en gastronomía 5^{to} piso

- Finalizó el proyecto gastronómico en el 5^{to} piso del centro comercial con la apertura de 3 nuevos locales. Este proyecto considera un total de 8 locales y un GLA adicional de ~2.700 m².
- Comenzó la habilitación del nuevo Rincón Jumbo el cual se integrará a la oferta gastronómica del centro.



1.4 Avances plan de inversión

Cenco Alto Las Condes

Avances en zonas gastronómicas

- Finalizó la obra gruesa del nuevo patio de comidas y comenzó la habilitación de los locatarios
- Se iniciaron las obras del nuevo Rincón Jumbo en el sector Mirador del Alto, que complementará la oferta gastronómica.

Cenco Florida

Ampliación de oferta de servicios

- El nuevo centro médico Meds, iniciado en marzo, alcanza un 70% de avance. El proyecto considera 3.000 m² de GLA y aportará una oferta de salud especializada.
- Se completó la ejecución del proyecto Auto City, que suma 6.200 m² de GLA para operadores automotrices. Actualmente el proyecto se encuentra en etapa de comercialización.

Cenco Portal La Dehesa

Nuevas aperturas y activaciones

- Se inauguró la nueva zona gastronómica de Cenco Portal La Dehesa, que contempla un GLA total de más de 1.900 m². Este espacio incorpora diversas marcas destacadas, ampliando la propuesta culinaria del centro.
- En junio abrió la tienda ancla Decathlon con 1.900 m² de GLA, ampliando la propuesta deportiva del centro comercial.



1.5 Avances plan de inversión

Cenco Rancagua

Avances en permisos y proceso de licitación

- Durante el trimestre se obtuvo la Resolución de Calificación Ambiental para el proyecto de ampliación.
- Actualmente se encuentra en proceso de revisión de ofertas para licitación.
- La expansión considera 34.000 m² de GLA distribuidos en tres niveles.

Cenco Limonar (Cali, Colombia)

Habilitación de primeros locatarios

- Durante el trimestre comenzaron a habilitarse los primeros 10 locales del proyecto.

Cenco La Molina (Lima, Perú)

Llegada de tienda ancla y habilitación de locatarios

- Se están habilitando los primeros locales, entre los que destaca H&M.



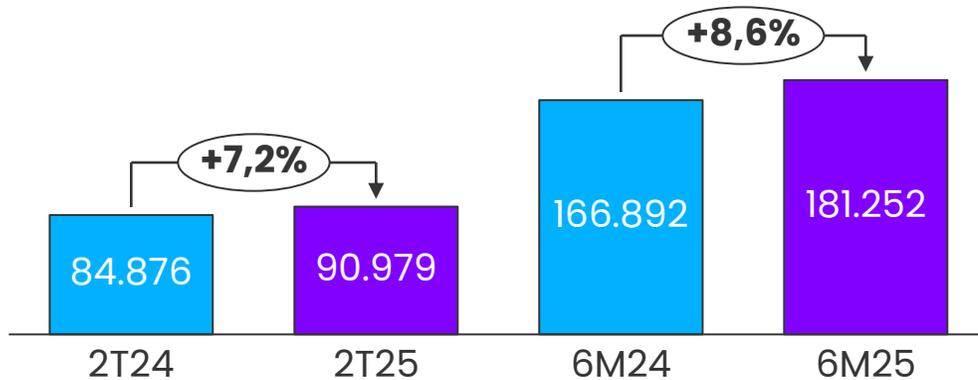
02

Resultados 2T25

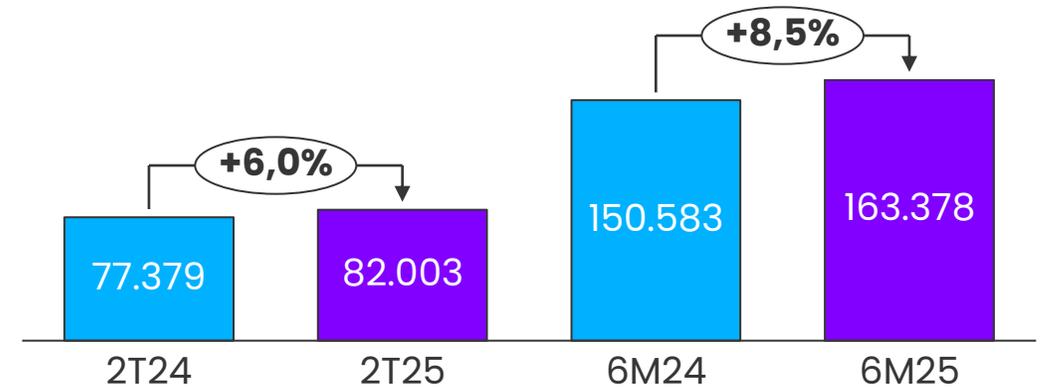


2.1 Resumen ejecutivo 2T25

Ingresos consolidados (millones de CLP)



EBITDA Ajustado consolidado (millones de CLP)



Los ingresos crecen 7,2%, explicado por:

- ▲ Incremento de GLA junto con una mejora en la tasa de ocupación.
- ▲ Alza del **ingreso variable** por mayores ventas de locatarios, especialmente en centros con mayor afluencia de turistas en Chile.
- ▲ Mejor desempeño del negocio de **parking** comparado con el 2T24.

El EBITDA Ajustado crece 6,0%, explicado por:

- ▲ Expansión de la **ganancia bruta** en 7,5% a/a.
- ▼ Compensado parcialmente por **mayores gastos**, principalmente por fortalecimiento de equipos para abarcar los nuevos proyectos asociados a la expansión de la Compañía.

2.2 Resumen ejecutivo 2T25

CLP millones	2T25	2T24	Var. (%)	6M25	6M24	Var. (%)
Ingresos	90.979	84.876	7,2%	181.252	166.892	8,6%
EBITDA Ajustado (NOI)	82.003	77.379	6,0%	163.378	150.583	8,5%
% EBITDA Ajustado (% NOI)	90,1%	91,2%	-103 bps	90,1%	90,2%	-9 bps
FFO	64.063	65.255	-1,8%	126.664	123.902	2,2%
Utilidad neta	63.447	67.744	-6,3%	123.892	128.596	-3,7%
Utilidad Líquida Distribuible ⁽¹⁾	43.679	51.100	-14,5%	96.202	105.639	-8,9%

FFO (Funds from operations): Durante el segundo trimestre de 2025, el FFO cerró en CLP 64.063 millones, cayendo un 1,8% a/a. Esto se explica principalmente por un mayor gasto por impuesto corriente.

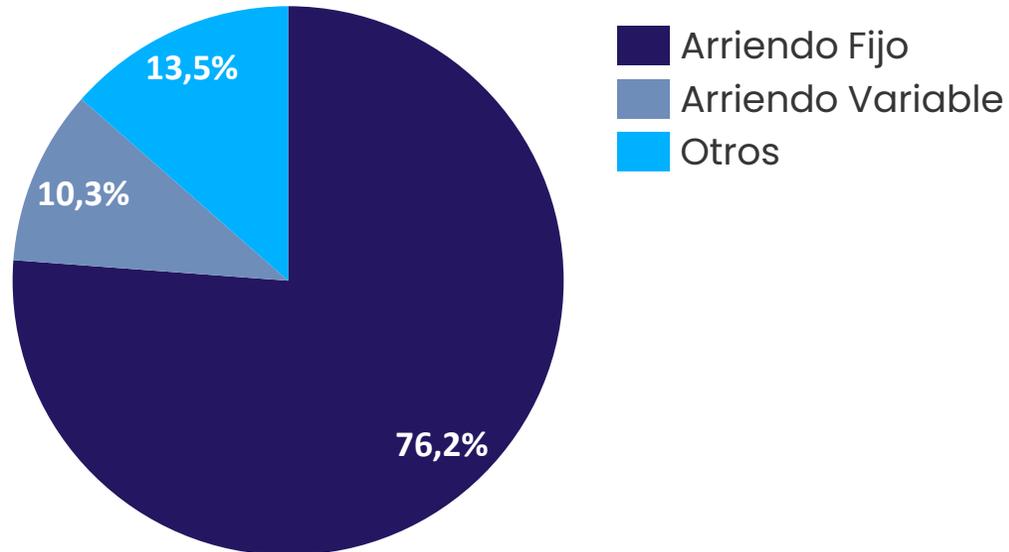
Utilidad líquida distribuible: Cerró el trimestre en CLP 43.679 millones, registrando una caída de 14,5% frente al 2T24. La caída se debió a un mayor impuesto a la renta (excluyendo el asociado a revaluación de activos), los cuales contrarrestaron el mejor desempeño tanto operacional como no operacional.



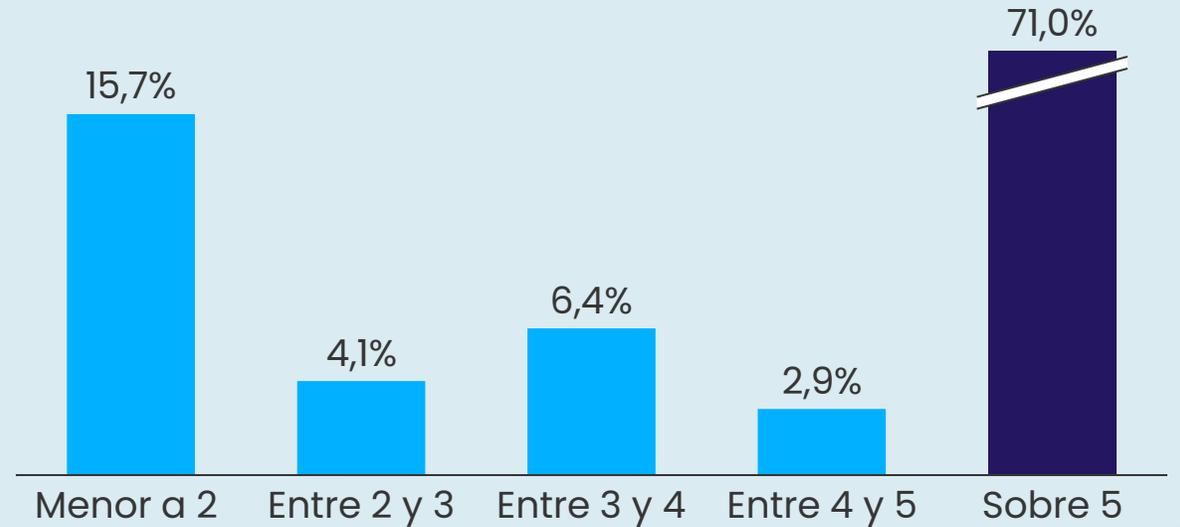
(1) Utilidad Neta de la controladora, excluyendo el efecto neto por revaluación de activos.

2.3 Estructura de ingresos

Composición de ingresos (1)



Duración de los contratos (en años)



71,0%
Vence a más de
5 años

10,0 años (2)
Promedio de
duración

(1) Categoría Otros incluye Sky Costanera, estacionamientos y otros ingresos varios.
(2) Promedio ponderado de los contratos vigentes en base a su GLA.

2.4 Chile – ~26.000 m² arrendados adicionales impulsan ingresos



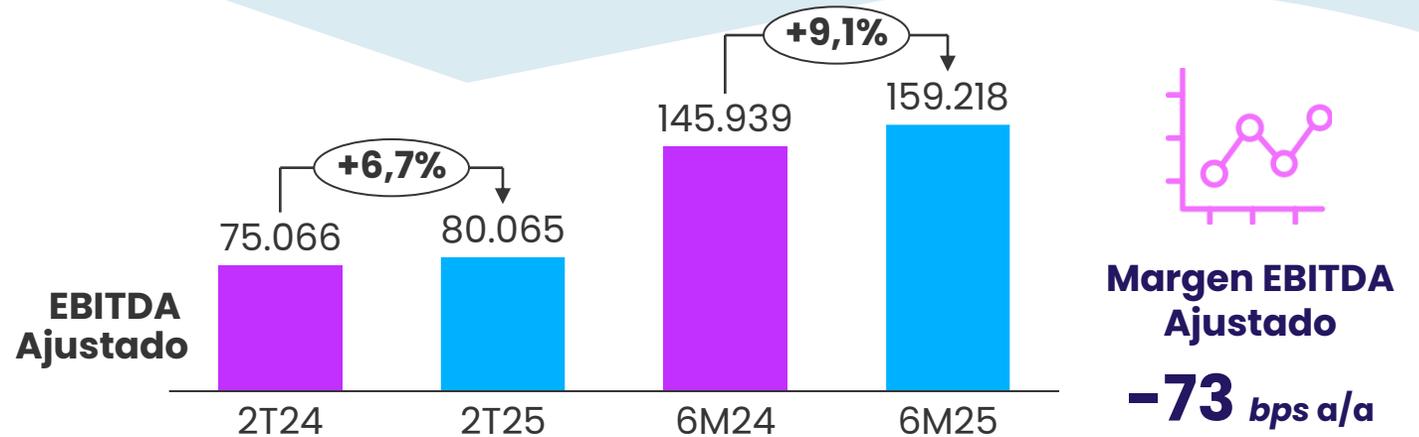
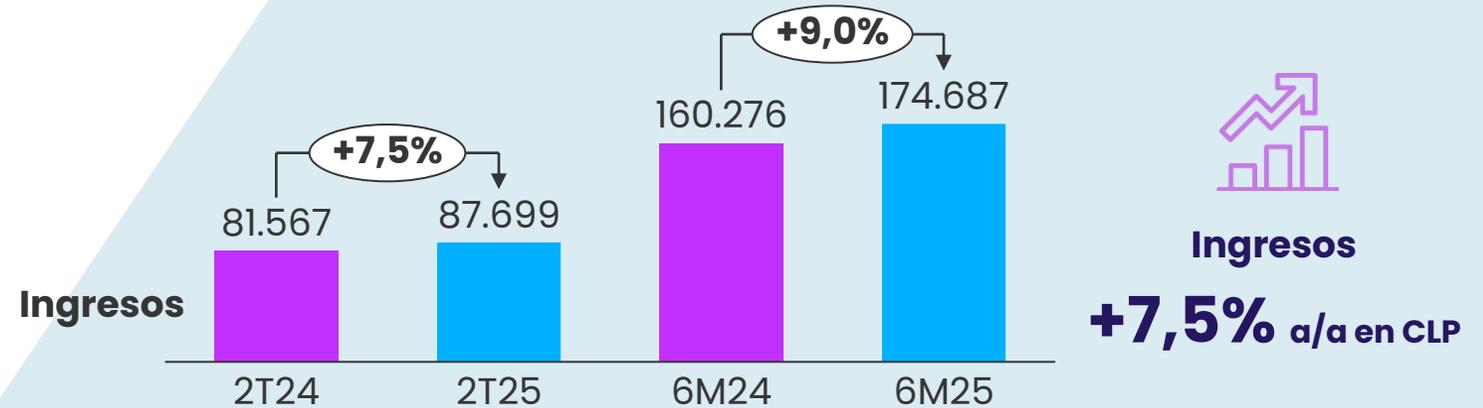
Chile

Ingresos

- > Mayor ingreso fijo por nuevos locatarios, con un aumento del GLA ocupado de +26.000 m² a/a (~11.000 en malls y ~15.000 en oficinas).
- > Aumento del ingreso variable impulsado por mayor venta de locatarios.
- > Mejora del ingreso por *parking* a/a.

EBITDA Ajustado

- > Expansión de resultado bruto de 8,0%.
- > Compensado por mayores gastos relacionados al fortalecimiento de equipos y crecimiento del negocio.



2.5 Perú – Same Store Sales crece por sobre inflación



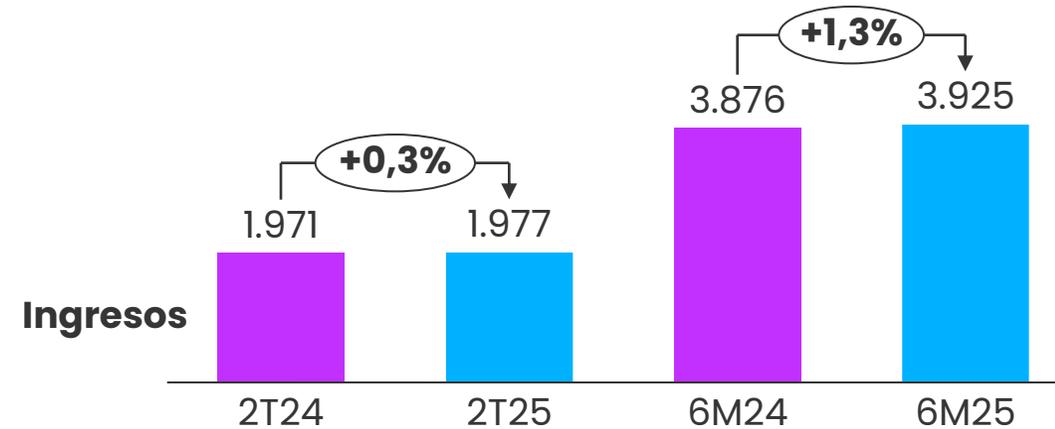
Perú

Ingresos

- > Disminución de la ocupación (-63 bps) y descuentos a locatarios.
- > Visitas crecen 8,9% a/a.
- > Same Store Sales de 2,6%, por sobre inflación interanual (1,7%) a junio.

EBITDA ajustado

- > Menor ganancia bruta (-3,0% a/a) impulsada por un mayor costo este periodo.
- > Aumento en gastos operacionales comparado con el 2T24.



Ingresos

+0,3% a/a en CLP

-3,5% a/a en PEN



Margen EBITDA ajustado

-772 bps a/a

2.6 Colombia – ocupación, visitas y ventas registran mejoras a/a

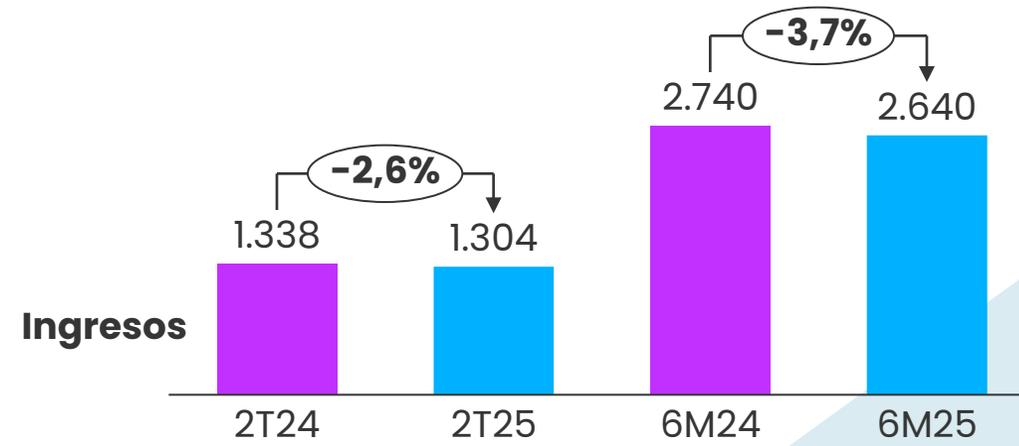
Colombia

Ingresos

- > Mejor ingreso fijo por actualizaciones contractuales en todas las ubicaciones.
- > Mejora del ingreso variable, impulsado por un incremento en la venta de locatarios en Cenco Altos del Prado y Cenco Santa Ana.

EBITDA Ajustado

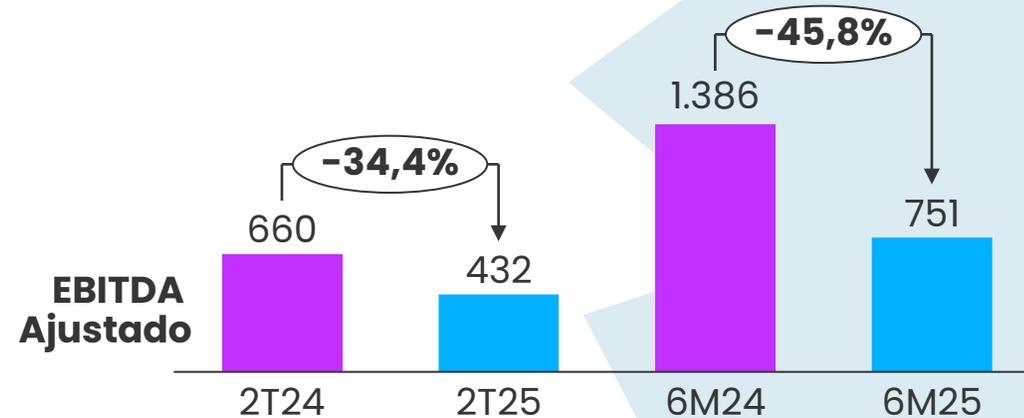
- > Menor ganancia bruta por alza en los costos operacionales.
- > Mayores gastos por refuerzo de los equipos y un incremento en impuestos prediales y tasas.



Ingresos

-2,6% a/a en CLP

+3,2% a/a en COP

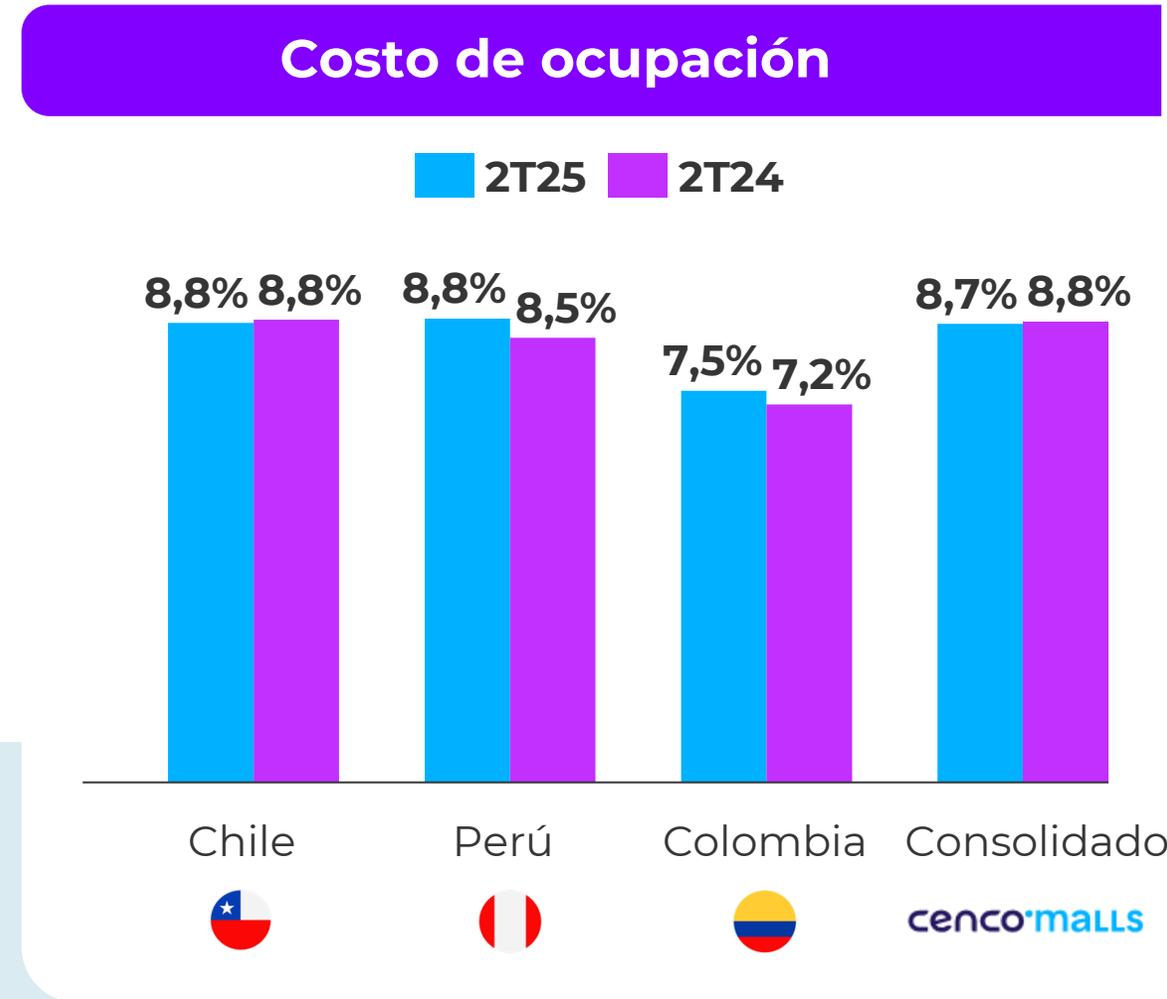


Margen EBITDA ajustado

-1.611 bps a/a

2.7 Same Store Sales positivo en los tres países

			
SSS	+3,0% ⁽¹⁾	+2,6%	+10,0%
SSR	+5,8% ⁽¹⁾	-3,3%	+4,7%



(1) Cifras en moneda local (CLP, PEN y COP, respectivamente). En UF, el SSS de Chile sería -1,7%, mientras que el SSR sería de 1,0%.

2.8 Principales cifras operacionales



98,5%

Tasa de Ocupación
+46 bps vs 2T24



+1,1% a/a

Visitas
~32,3 millones en 2T25



+5,6%

Venta de Locatarios (CLP)
vs 2T24

SSR (1)



5,8% Chile (2)

-3,3% Perú

4,7% Colombia

Tasa de ocupación

Alcanzó un 98,5%, expandiéndose 46 bps respecto al 2T24, destacando la mejora en ocupación de los centros comerciales en Chile (+51 bps).

Visitas

Aumentaron 1,1% frente al 2T24 pese a las diversas intervenciones de varios centros comerciales. Destaca Cenco Portal La Dehesa con su nueva propuesta gastronómica y la maduración de Cenco La Molina en Perú.

Ventas de locatarios

Registró un aumento de 5,6% a/a, viendo mejoras en toda la región. Cabe destacar que en 2T24 ya se percibía un mayor efecto del consumo asociado a turistas en Chile.

SSR

En Chile se expandió 5,8%, explicado por una mayor contribución de ingreso variable. El SSR de Perú registró una caída de 3,3% por los descuentos en Cenco La Molina. En Colombia, el SSR creció 4,7% a/a, explicado en gran medida por la actualización de contratos.

(1) Cifras en moneda local (CLP, PEN y COP, respectivamente) (2) En UF el SSR de Chile sería de 1,0%.

2.9 Impuesto y resultado no operacional

El **Resultado no operacional** cerro el trimestre en -9.969 millones de pesos, mejorando un 19,6% frente 2T24, con un menor castigo por diferencias cambiarias y ajustes inflacionarios que compensaron el incremento en el costo financiero neto.

El **Impuesto a la Renta**, por su parte, aumentó un 77,1% a/a, explicado tanto por un aumento en el impuesto corriente del 43,5%, como del impuesto diferido, reflejando un aumento en el impuesto a la renta total durante el periodo.



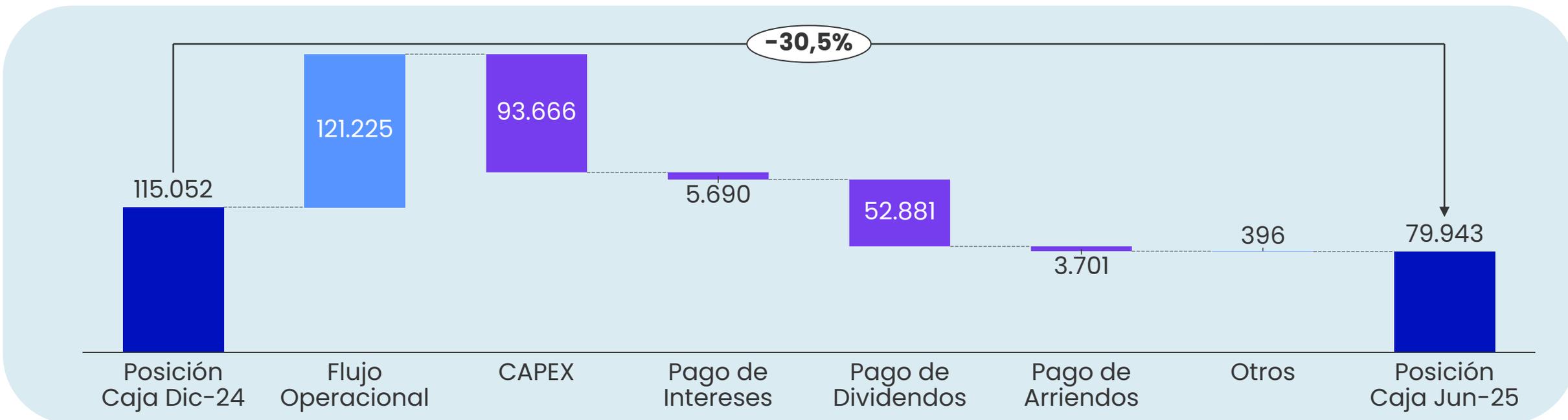
	2T25	2T24	Var. (%)	6M25	6M24	Var. (%)
Costo Financiero Neto	-1.964	-996	97,3%	-3.652	-1.727	111,5%
Diferencias de tipo de cambio	-457	-2.154	-78,8%	-2.428	3.521	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	-7.548	-9.244	-18,3%	-16.887	-15.046	12,2%
Resultado No Operacional	-9.969	-12.393	-19,6%	-22.967	-13.252	73,3%

	2T25	2T24	Var. (%)	6M25	6M24	Var. (%)
Impuesto diferido total	-19.411	-8.856	119,2%	-20.843	-15.083	38,2%
<i>Impuesto diferido revaluación de activos</i>	-7.252	-6.193	17,1%	-10.072	-8.498	18,5%
<i>Impuesto diferido otros conceptos</i>	-12.159	-2.663	356,5%	-10.771	-6.585	63,6%
Impuesto corriente	-15.976	-11.129	43,5%	-33.063	-24.955	32,5%
Impuesto a la Renta	-35.387	-19.986	77,1%	-53.906	-40.038	34,6%

2.10 Posición de caja (1) (2)

Al cierre de junio de 2025, la posición de caja cerró en CLP 79.943 millones, disminuyendo 30,5% respecto a diciembre debido principalmente al **pago de dividendos por CLP 52.881 millones y un Capex de CLP 93.666 millones** asociado a proyectos de expansión, ambos financiados mayoritariamente con los CLP 121.225 millones generados por las operaciones del semestre.

Esta evolución refleja la **capacidad para sostener un alto nivel de generación de efectivo**. Esta fortaleza no solo permite cumplir con obligaciones recurrentes y mantener una política de dividendos robusta, sino también financiar el plan de crecimiento.



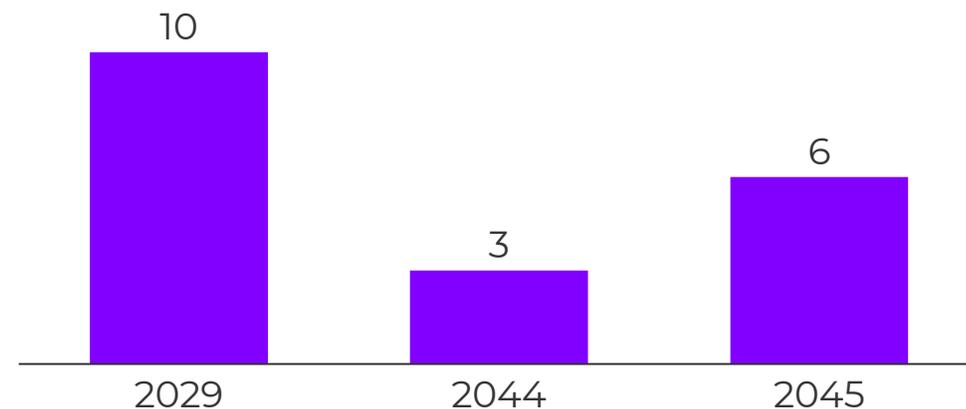
2.11 Estructura de capital

Indicadores financieros	Unidad	JUN 25	DIC 24	JUN 24
Deuda financiera bruta	CLP MM	753.496	737.357	721.310
Duración	años	9,6	10,1	10,4
Posición de caja	CLP MM	79.943	115.052	146.546
Deuda financiera neta	CLP MM	673.553	622.305	574.764
DFN ⁽³⁾ / EBITDA ajustado LTM	veces	2,0	1,9	1,9

Ratios financieros	Unidad	JUN 25	DIC 24	JUN 24
Total pasivos / patrimonio	veces	0,5	0,5	0,5
Razón de liquidez ⁽⁴⁾	veces	1,1	1,8	2,0
Razón de endeudamiento ⁽⁵⁾	veces	0,3	0,3	0,3
EBITDA / gastos financieros	veces	25,0	24,5	23,2
FFO LTM / DFN	%	37,8%	40,5%	41,6%
Utilidad Neta <i>LTM</i> / total activo	%	6,0%	6,2%	5,4%
Utilidad Neta <i>LTM</i> / total patrimonio	%	9,1%	9,4%	8,1%

- Al 30 de junio de 2025, **el 100% de la deuda** de la Compañía expuesta a tasa de interés estaba pactada a tasa fija. Esta deuda corresponde a obligaciones con el público en UF.
- La duración promedio de la deuda es de **9,6 años**.
- El costo promedio de la deuda es **1,54% ⁽¹⁾**.

Deuda a largo plazo ⁽²⁾



(1) Costo anual de la deuda estimado como el promedio ponderado de la tasa cupón de cada una de las emisiones con los respectivos montos emitidos. (2) Considera amortizaciones de capital. Valores en millones de UF. (3) Deuda Financiera Neta. (4) Activos Corrientes / Pasivos Corrientes. (5) Total Pasivos / Total Activos.

03

Avances en sostenibilidad



3.1 Avances en sostenibilidad



Cenco Malls es reconocido en el Sustainability Yearbook 2025

Cenco Malls fue reconocido como miembro del Sustainability Yearbook 2025 de S&P Global, tras destacarse en el Corporate Sustainability Assessment (CSA). De un total de 7.690 empresas evaluadas en 62 industrias, solo 780 fueron seleccionadas a nivel global. Esta distinción refuerza el compromiso de la Compañía con una operación responsable y la generación de valor sostenible.



Relanzamiento del proyecto Compost 2.0 en Cenco Alto Las Condes

Durante el trimestre, se reactivó la iniciativa de compostaje en Cenco Alto Las Condes. El proyecto ha logrado recuperar 34,6 toneladas de residuos orgánicos, generar un ahorro de 9.674 kWh de energía y evitar la emisión de 1.734 kg de CO₂, avanzando en una gestión ambiental más eficiente y consciente.



3.2 Avances en sostenibilidad



Sky Costanera renueva patrocinio a "Aula a cielo abierto"

Sky Costanera renovó su apoyo al programa "Aula a Cielo Abierto", en alianza con el Ministerio de Educación y SERNATUR. Esta iniciativa permitió visitas gratuitas para estudiantes de todo Chile, y formalizó a los guías turísticos del mirador mediante credenciales oficiales.



Operativos de salud: vacunatorios en centros comerciales

Se implementaron vacunatorios fijos y rotatorios en siete centros comerciales de la compañía: Florida, Ñuñoa, El Llano, Belloto, Rancagua, Temuco y Angamos. A la fecha, más de 9.000 personas han sido vacunadas como parte de esta iniciativa de salud preventiva.



Información importante

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

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

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

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

The logo for Cencosud, featuring a stylized mountain range silhouette in the background. The mountain peaks are in shades of purple and blue. The text 'cenco·malls' is centered in a white, lowercase, sans-serif font. The word 'cenco' is white, and 'malls' is blue. A small blue dot is positioned between the 'o' and 'm'.

cenco·malls