



cenco'malls



Presentación de resultados

Tercer Trimestre 2025

01

Eventos Relevantes 3T25



1.1 Avances plan de inversión

Cenco Temuco

Avance en obras de expansión

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

Cenco Costanera

Aperturas progresivas en galería Vitacura

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

Avance en espacio gastronómico

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

Auto City

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



1.2 Avances plan de inversión

Proyecto Multifamily Florida

Inicio proceso regulatorio

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

Cenco Florida

Apertura nuevo centro de salud

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

Auto City

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

Polo gastronómico

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

Parque al aire libre

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



1.3 Avances plan de inversión

Cenco Alto Las Condes

Nuevo patio de comidas – Etapa de habilitación

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

Rincón Jumbo y acceso a Mirador

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

Nueva galería (ex patio de comidas)

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

Avance Reconfiguración de espacios

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

1.4 Avances plan de inversión

Cenco La Molina (Lima, Perú)

Cierre de obra – Segunda etapa

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

Cenco Limonar (Cali, Colombia)

Apertura de la remodelación y expansión del Centro Comercial

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

Villarrica Stand-Alone

Apertura nuevo stand-alone

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



1.5 Eventos relevantes 3T25

Top 1 en Best Branding Awards Chile 2025

El caso “Ahora somos parte de algo más grande: Cenco Malls” obtuvo el primer lugar en Best Rebrand / Brand Positioning, respaldando la estrategia de posicionamiento y la conexión con el público.

Premio Estudio Total Brands 2025

Primer lugar en la categoría Centros Comerciales dentro de Total Brands 2025, entre más de 150 marcas y 30 categorías; resultado asociado a propuesta de valor, experiencia, identidad y propósito.

Demo Day Start-Up Chile

Participación como partner institucional en el Demo Day realizado en Sky Costanera; De los 3.000 proyectos, se seleccionaron 15 startups de 5 países que presentaron soluciones con potencial de impacto en ciudades y comunidades.

Décima edición de Mercado Emprende

La campaña “Mercado Emprende; Sabores & Tradiciones” consolidó 10 años de impacto, acumulando apoyo a +7.850 emprendedores con presencia regional en Perú y Colombia mediante alianzas público-privadas.



1.6 Eventos relevantes 3T25

Lanzamiento EtM Day 2025

Evento de lanzamiento en Sky Costanera con +250 líderes y aliados del ecosistema. EtM Day se realizará del 20 al 22 de noviembre de 2025, convocando a emprendedores y organizaciones para compartir oportunidades.

Nuevas funciones App Cenco Malls

Se habilitó el escaneo de boletas en la app, acompañado de activaciones presenciales. La funcionalidad permite participar por premios y descuentos, mejorando experiencia y fidelización.

Continuidad Campaña Vacaciones de Invierno

Programación diurna "Guardianes Capibara" en 11 centros y alianza gastronómica nocturna con Cencosud Scotiabank. La activación registró +78.000 participantes y la campaña sumó +33.000 clientes a la base de datos.



Hitos posteriores al cierre de trimestre

Aprobación de dividendos con cargo a Utilidades 2025

El 27 de octubre de 2025, por acuerdo del Directorio se aprobó la distribución de un dividendo provisorio con cargo a la Utilidad Líquida Distribuible del ejercicio 2025 por un total de CLP 102.350 millones, equivalente a CLP 60 por acción. Con esto, la Compañía alcanzó los CLP 91 por acción en lo que va del año, representando un *dividend yield* de 4,1% al día del anuncio. Se pagará el día 27 de noviembre de 2025.

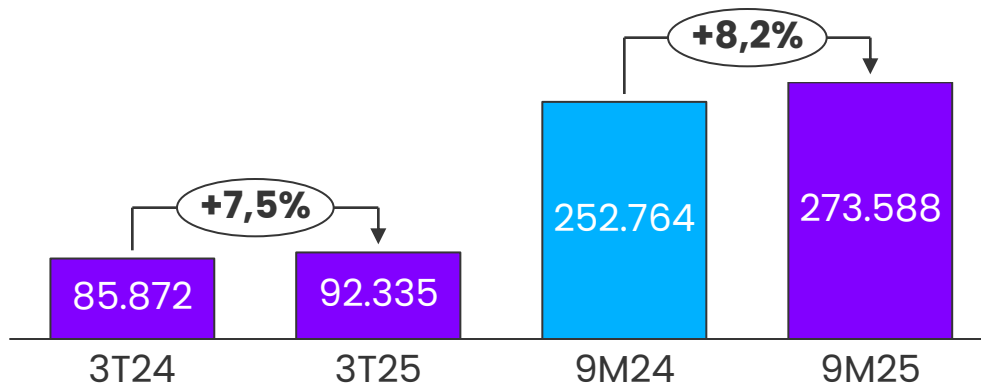
02

Resultados 3T25

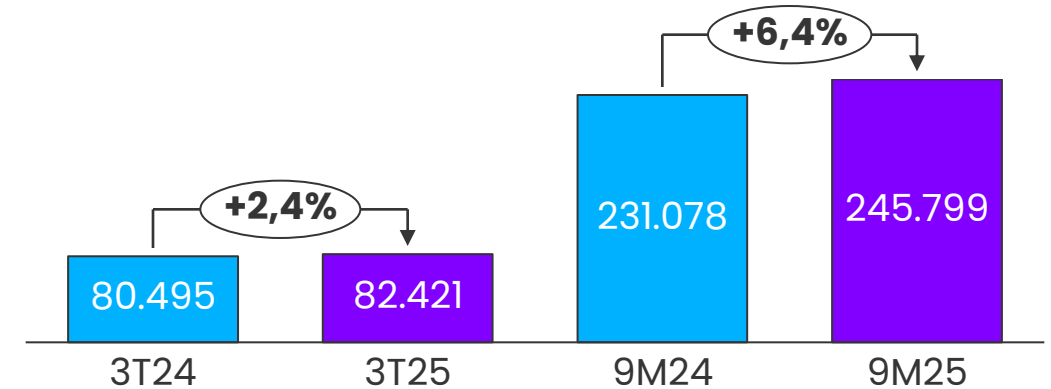


2.1 Resumen ejecutivo 3T25

Ingresos consolidados (millones de CLP)



EBITDA Ajustado consolidado (millones de CLP)



Los ingresos crecen 7,5%, explicado por:

- ▲ Incremento del ingreso fijo por colocación de m² en centros comerciales (+14.000 m²) y oficinas (+20.000 m²).
- ▲ Mejor desempeño del negocio de *parking*.
- ▼ Compensado por una moderación del ingreso variable, reflejo de las intervenciones de los centros comerciales y moderación del consumo en Chile.

El EBITDA Ajustado crece 2,4%, explicado por:

- ▲ Expansión de la **ganancia bruta** en 7,0% a/a.
- *One-off* en el 3T24 afecta la base comparable → EBITDA Ajustado sin *one-off* crece ~7,4% a/a.
- ▼ Mayores gastos en equipos y operación de nuevos *parking*.

2.2 Resumen ejecutivo 3T25

CLP millones	3T25	3T24	Var. (%)	9M25	9M24	Var. (%)
Ingresos	92.335	85.872	7,5%	273.588	252.764	8,2%
EBITDA Ajustado	82.421	80.495	2,4%	245.799	231.078	6,4%
<i>Margen EBITDA Ajustado</i>	89,3%	93,7%	-448 bps	89,8%	91,4%	-158 bps
FFO	63.182	64.792	-2,5%	189.846	188.693	0,6%
Utilidad neta	100.284	64.329	55,9%	224.176	192.925	16,2%
Utilidad Líquida Distribuible ⁽¹⁾	74.661	53.686	39,1%	170.864	159.325	7,2%

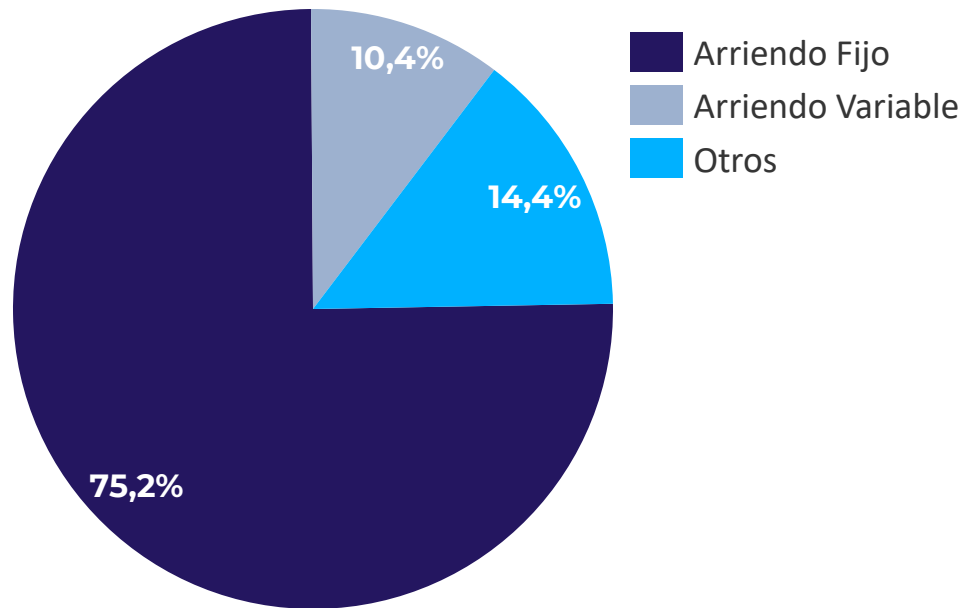
FFO (Funds from operations): Durante el tercer trimestre de 2025, el FFO cerró en CLP 63.182 millones, cayendo un 2,5% a/a, principalmente explicado por un *one-off* en el 3T24. Eliminando el efecto *one-off*, el FFO habría crecido ~3,5% a/a, pese a un mayor impuesto corriente y costo financiero neto.

Utilidad líquida distribuible: Cerró el trimestre en CLP 74.661 millones, registrando un alza de 39,1% frente al 3T24. Este aumento se debió a una mayor ganancia bruta (+7,0%), sumado a un menor pago de impuesto en el periodo (excluyendo el impuesto diferido por revalorización de activos).

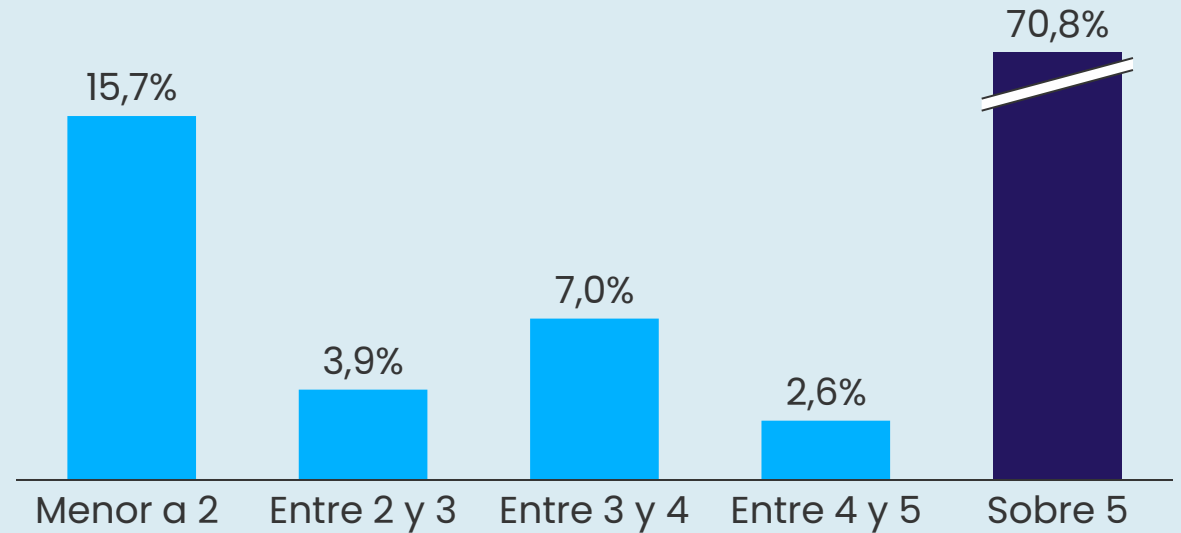
(1) Utilidad Neta de la controladora, excluyendo el efecto neto por revaluación de activos.

2.3 Estructura de ingresos 3T25

Composición de ingresos (1)



Duración de los contratos (en años)



+70%

Vence a más de
5 años

9,6 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 – Nuevos m² colocados y desempeño de *parking* impulsan crecimiento de ingresos

cenco**ma**LLS



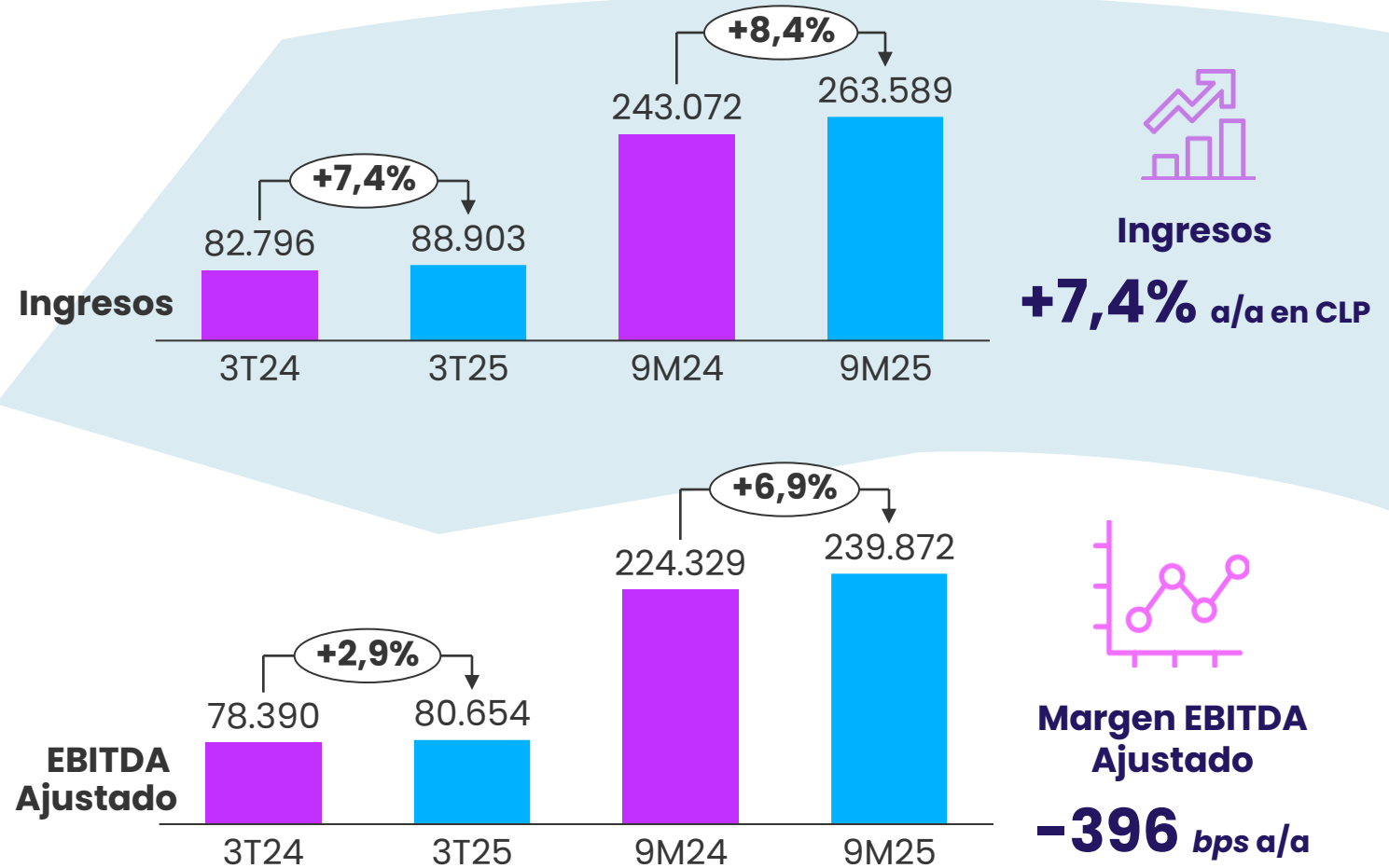
Chile

Ingresos

- > Mayor ingreso fijo por nuevos locatarios, con un aumento del GLA ocupado de ~29.000 m² a/a (~9.000 en *malls* y ~20.000 en oficinas).
- > Mejora del ingreso por *parking* a/a.
- > Menor ingreso variable por intervenciones y menor consumo en Chile.

EBITDA Ajustado

- > Expansión de resultado bruto de 7,3%.
- > *One-off* afecto la base comparable del 3T24. Sin *one-off* el EBITDA Ajustado habría crecido ~ 8,0%.



2.5 Perú – Crecimiento en ingresos con presión temporal en costos

cenco**malls**



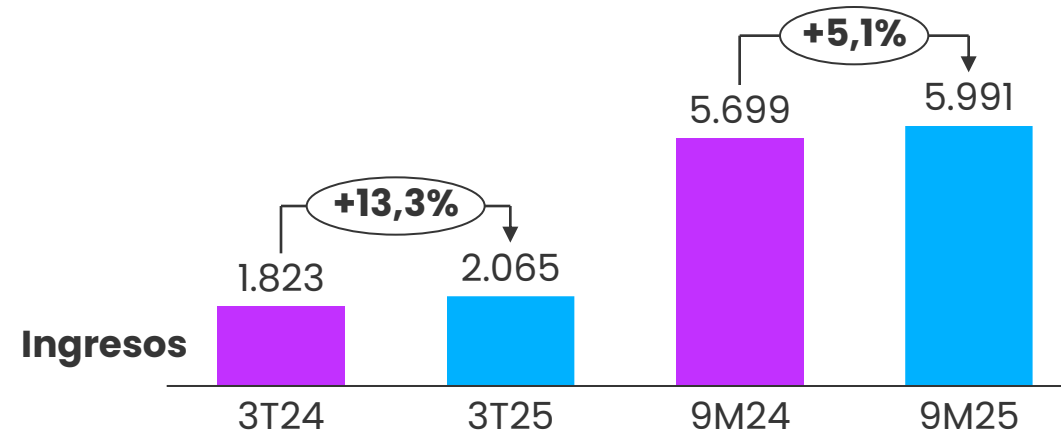
Perú

Ingresos

- > Aumenta el ingreso fijo por nuevos locatarios.
- > *Parking* creciendo por eficiencias operativas.
- > Crecimiento del ingreso variable, impulsado por ventas en Cenco Arequipa.

EBITDA Ajustado

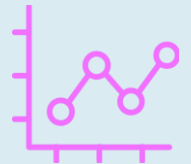
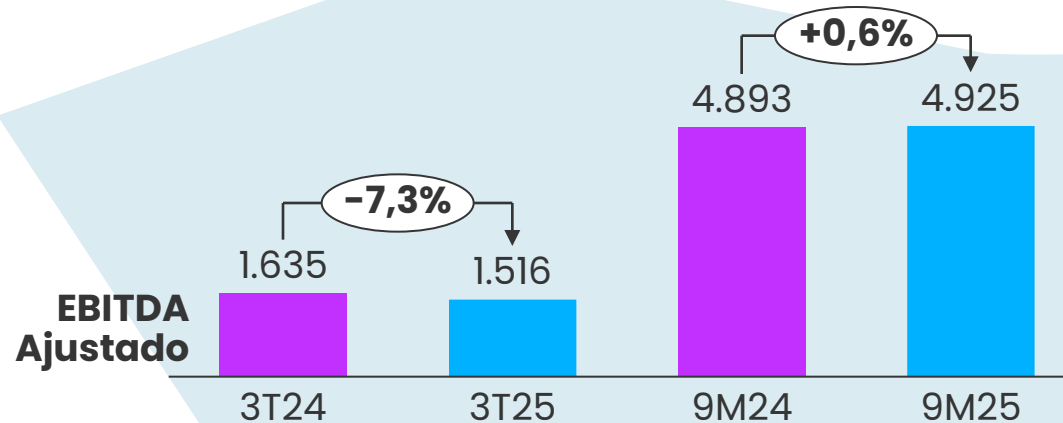
- > Mayores costos, especialmente por energía en Cenco La Molina.
- > En gasto hubo presiones principalmente en servicios de administración y publicidad de Cenco La Molina previo a la apertura de la fase dos.



Ingresos

+13,3% a/a en CLP

+3,4% a/a en PEN



Margen EBITDA Ajustado

-1.632 bps a/a

2.6 Colombia – Visitas y ventas creciendo doble dígito a/a cenco**malls**



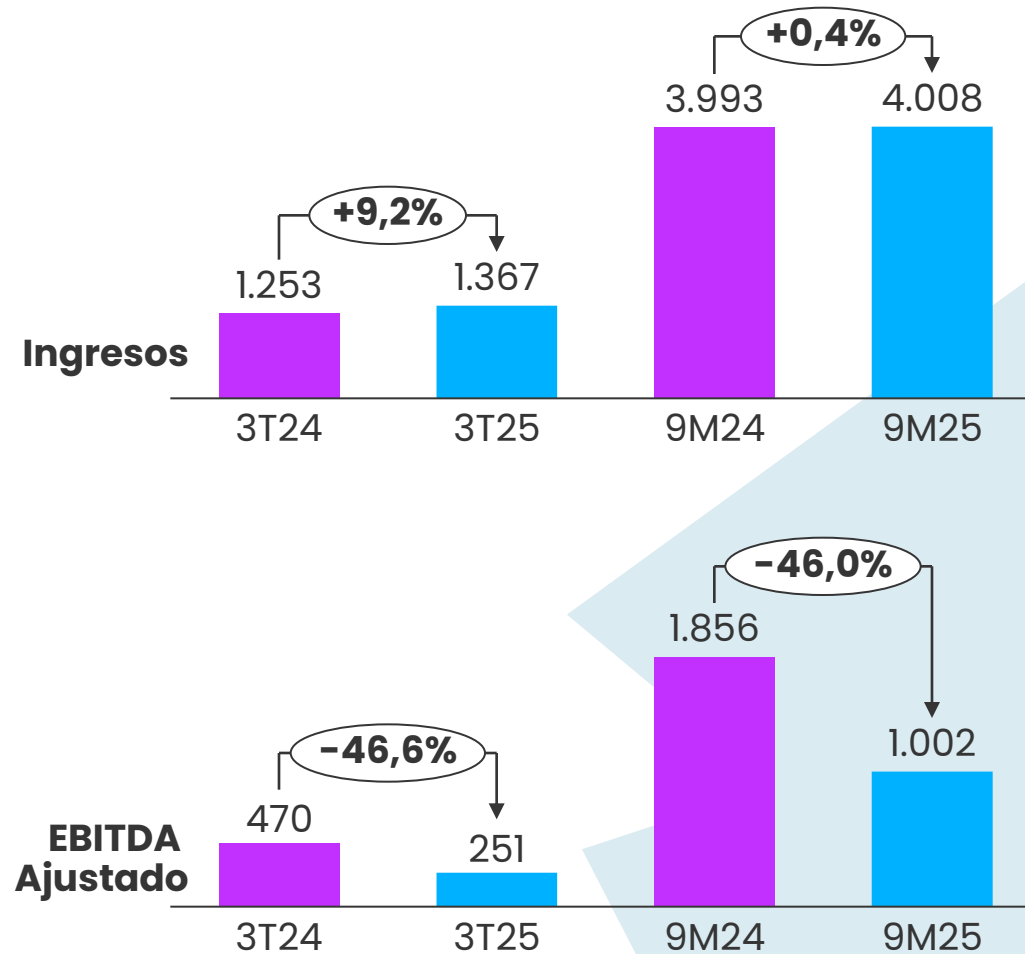
Colombia

Ingresos

- > Mejor ingreso fijo por ingreso de nuevos locatarios.
- > Mejora del ingreso variable, impulsado por un incremento en la venta de locatarios en todas las ubicaciones.

EBITDA Ajustado

- > Mayores costos por alza en contribuciones, compensado por menor costo por gastos comunes.
- > Gastos operacionales aumentan a/a, principalmente gastos de personal por refuerzo de equipos y apertura parcial de Cenco Limonar.



Ingresos

+9,2% a/a en CLP

+3,2% a/a en COP



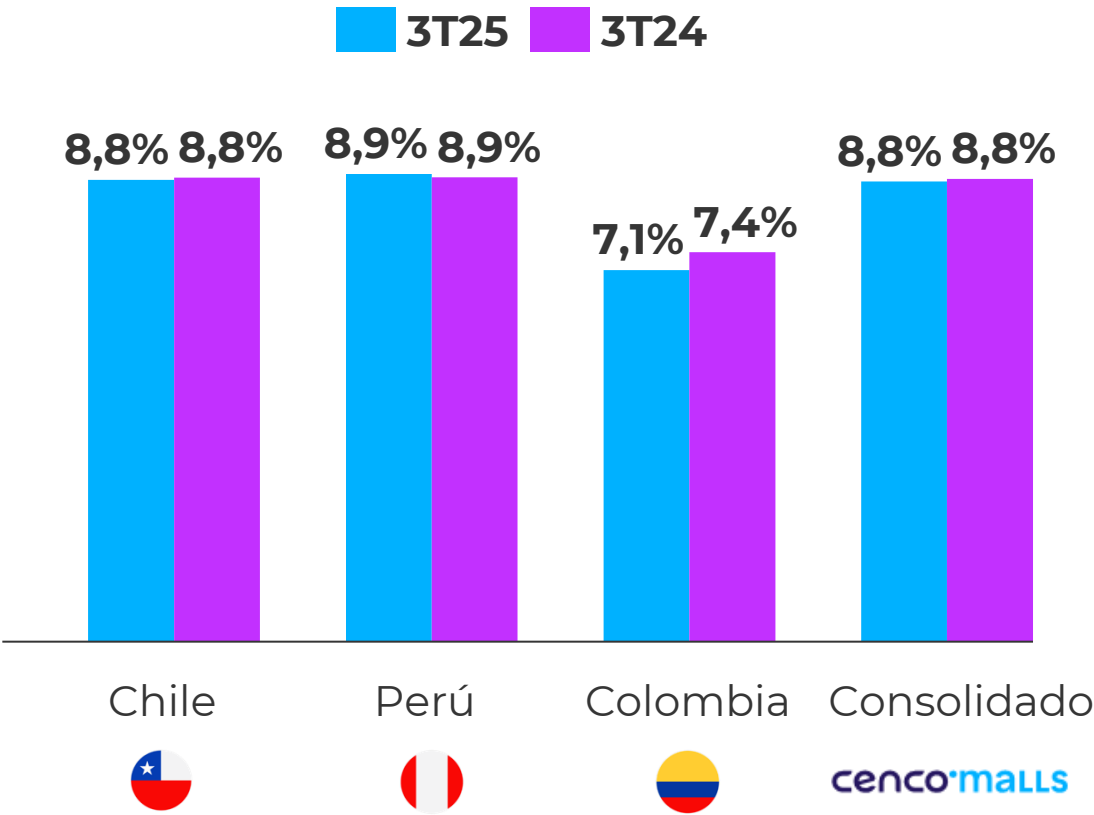
Margen EBITDA Ajustado

-1.916 bps a/a

2.7 Datos operacionales: Costos de ocupación se mantienen bajo el 9%

			
SSS	+2,5% ⁽¹⁾	-3,0%	+15,2%
SSR	+3,5% ⁽¹⁾	-2,9%	-2,4%

Costo de ocupación



(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 -0,8%.

2.8 Principales cifras operacionales



97,8%

Tasa de Ocupación
-51 bps vs 3T24



+1,8% a/a

Visitas
~33,6 millones en 3T25



+3,7%

Venta de Locatarios (CLP)
vs 3T24

SSR ⁽¹⁾



3,5% Chile ⁽²⁾

-2,9% Perú

-2,4% Colombia

Tasa de ocupación

Cerró en 97,8%, 51 bps por debajo del 3T24, principalmente por la apertura parcial de Cenco Limonar, que incorporó ~7.000 m² vacantes, diluyendo la ocupación del trimestre.

Visitas

Aumentaron 1,8% frente al 3T24 pese a las diversas intervenciones de varios centros comerciales. Destacó Cenco Portal La Dehesa con su nueva propuesta gastronómica y el aumento de flujo en los *power centers*.

Ventas de locatarios

Registró un aumento de 3,7% a/a, viendo mejoras en toda la región. El crecimiento fue impulsado principalmente por Cenco Costanera (+17,6%) y Cenco Portal la Dehesa (+15,2%). Cabe destacar que en 3T24 hubo un alto consumo asociado a turistas.

SSR

En Chile se expandió 3,5%, con una dinámica saludable en ingreso fijo y con el variable mas contraído. En Perú se registró una caída de 2,9% por los trabajos de la fase dos de Cenco La Molina. En Colombia, el SSR cayó 2,4% a/a, explicado por descuentos selectivos en un contexto de rampa comercial y ajuste del *mix*.

2.9 Impuesto y resultado no operacional

El **Resultado no operacional** cerro el trimestre en -3.852 millones de pesos, mejorando un 58,7% frente 3T24, por diferencias cambiarias favorables y un menor impacto por Unidades de Reajuste (UF decreció en julio). Estos efectos compensaron el impacto del mayor costo financiero neto del trimestre.

El **Impuesto a la Renta**, por su parte, cayó un 37,6% a/a, explicado principalmente por impuestos diferidos positivos en el periodo. Este efecto compensó el aumento del 15,6% en el impuesto corriente y el mayor impuesto diferido asociado a la revaluación de activos del trimestre.



	3T25	3T24	Var. (%)	9M25	9M24	Var. (%)
Costo Financiero Neto	-1.948	-749	160,1%	-5.600	-2.476	126,2%
Diferencias de tipo de cambio	799	-1.920	N.A.	-1.629	1.601	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	-2.703	-6.646	-59,3%	-19.590	-21.692	-9,7%
Resultado No Operacional	-3.852	-9.315	-58,7%	-26.819	-22.567	18,8%

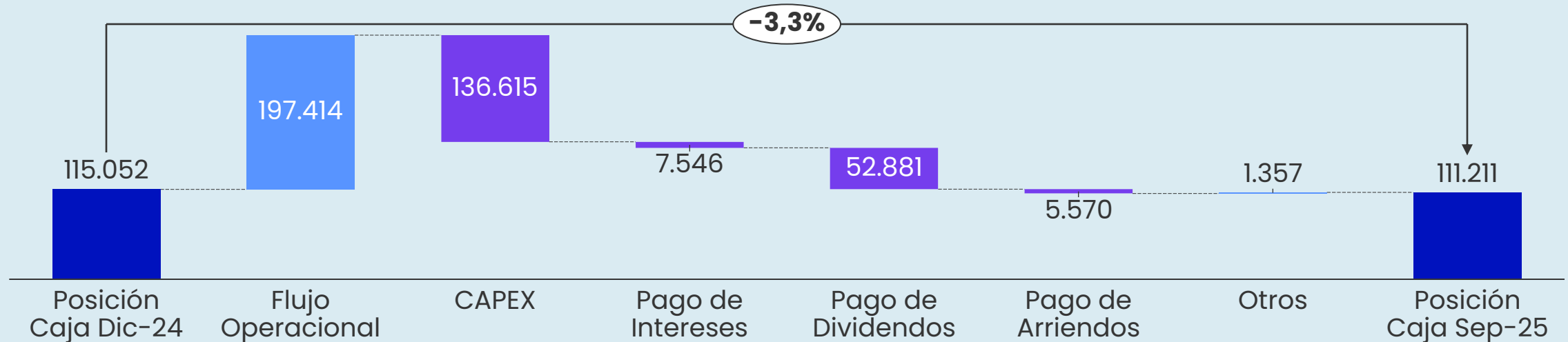
	3T25	3T24	Var. (%)	9M25	9M24	Var. (%)
Impuesto diferido total	4.077	-6.237	N.A.	-16.766	-21.319	-21,4%
Impuesto diferido revaluación de activos	-9.420	-3.894	141,9%	-19.492	-12.392	57,3%
Impuesto diferido otros conceptos	13.497	-2.343	N.A.	2.726	-8.927	N.A.
Impuesto corriente	-17.291	-14.954	15,6%	-50.353	-39.909	26,2%
Impuesto a la Renta	-13.214	-21.191	-37,6%	-67.120	-61.228	9,6%

2.10 Solida generación de caja para financiar el crecimiento

Al cierre de septiembre de 2025, la posición de caja ⁽¹⁾ cerró en CLP 111.211 millones, disminuyendo 3,3% respecto a diciembre de 2024 debido principalmente al **pago de dividendos por CLP 52.881 millones y un Capex de CLP 136.615 millones** asociado tanto al plan de expansión como a la adquisición de terrenos en el 2T25. Ambos pagos fueron financiados mayoritariamente con los CLP 197.414 millones generados por las operaciones durante año.

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

Evolución de la Posición de Caja YTD (MM de CLP)



(1) Posición de caja considera Efectivo y equivalentes al efectivo + Activos financieros corrientes.

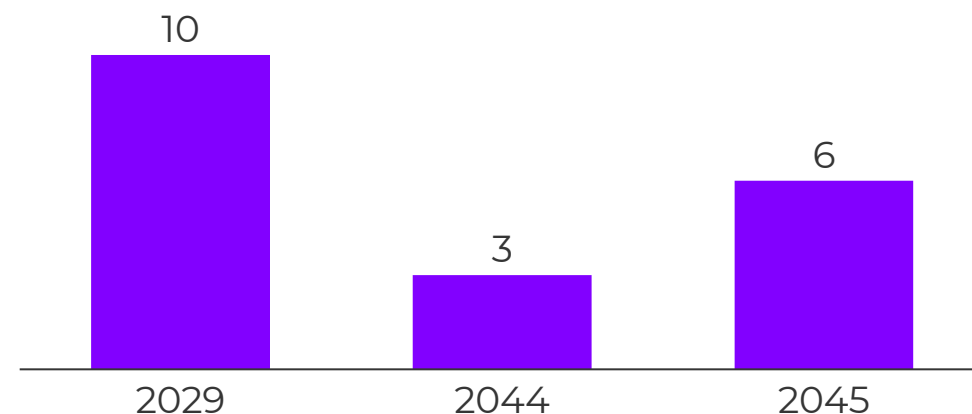
2.11 Estructura de capital

Indicadores financieros	Unidad	SEP 25	DIC 24	SEP 24
Deuda financiera bruta	CLP MM	758.622	737.357	728.712
Duración	años	9,5	10,1	10,3
Posición de caja	CLP MM	111.211	115.052	212.813
Deuda financiera neta	CLP MM	647.411	622.305	515.898
DFN ⁽³⁾ / EBITDA ajustado LTM	veces	1,9	1,9	1,7

Ratios financieros	Unidad	SEP 25	DIC 24	SEP 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	23,6
FFO LTM / DFN	%	39,1%	40,5%	47,6%
Utilidad Neta <i>LTM</i> / total activo	%	6,8%	6,2%	5,5%
Utilidad Neta <i>LTM</i> / total patrimonio	%	10,4%	9,4%	8,4%

- Al 30 de septiembre 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 **9,5 años**.
- El costo promedio de la deuda es **1,54% ⁽¹⁾**.

Deuda a largo plazo (UF MM) ⁽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. (3) Deuda Financiera Neta. (4) Activos Corrientes / Pasivos Corrientes. (5) Total Pasivos / Total Activos.

03

Avances en sostenibilidad



3.1 Avances en sostenibilidad



Monitor de Sostenibilidad Empresarial IPSE (Ipsos)

Cenco Malls fue destacado en el IPSE 2025 de Ipsos Chile, una medición anual de percepción ciudadana sobre sostenibilidad bajo criterios ESG (huella de carbono, diversidad, ética, apoyo a comunidades y transparencia). La edición 2025 encuestó a más de 5.000 personas sobre un universo superior a 100 empresas.



Gestión de residuos orgánicos en Cenco Portal la Dehesa

Se lanzó un proyecto de reciclaje de residuos orgánicos junto a locatarios gastronómicos, recuperando más de 1.000 kg en una semana. En alianza con De Raíz, los residuos se transforman en compost para jardines del centro y entrega gratuita a clientes y locatarios, promoviendo la separación en origen y la conciencia ambiental. La iniciativa refuerza la estrategia de economía circular y complementa medidas vigentes como reutilización de aguas grises, jardines de bajo consumo hídrico y uso de energía renovable.



Sky Costanera: Proyecto 3xi + Providencia

Participación en el Grupo Movilizador 3xi+ de Providencia, que reúne a más de 30 instituciones públicas, privadas y de la sociedad civil para co-crear soluciones con impacto territorial en cinco encuentros. En alianza con Gulliver, se aplica una metodología de articulación y movilización que promueve confianza y trabajo colaborativo en torno a tercera edad, seguridad y calidad de vida.



3.2 Avances en sostenibilidad



DEA Chile – Mes del Corazón

Por tercer año consecutivo se realizó una jornada de aprendizaje enfocada en reanimación cardiopulmonar para clientes. Participaron más de 100 personas, aportando a la educación en salud y prevención.



Feria del Libro Usado en Cenco Temuco

Quinta versión de la feria del libro junto a la Parroquia del Espíritu Santo en apoyo a familias de la comunidad, con foco en lectura, cultura y economía circular. Se registraron más de 4.000 libros vendidos y 80 familias beneficiadas.



Torneo Comunal de Tenis de Mesa y 3x3 en Cenco Florida

En conjunto con la Comudéf se desarrolló la IV versión del Campeonato de Tenis de Mesa y el Torneo de Básquetbol 3x3, promoviendo el bienestar mediante el deporte escolar. Tomaron parte 182 estudiantes de más de 20 establecimientos de la comuna de La Florida.



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.



cenco·malls

The logo features the text "cenco·malls" in a sans-serif font. "cenco" is white, the dot is a small blue circle, and "malls" is blue. The background is dark blue with a jagged purple shape in the top-left and a jagged light blue shape in the bottom-right.