

GrupoMarina®

Presentación Corporativa
Marzo 2024



MallMarina®



MallCuricó®



Mall del Centro®
CONCEPCIÓN

Información Importante

Este documento ha sido elaborado por Inmobiliaria Mall Viña del Mar S.A. (en adelante, la “Compañía” o “Grupo Marina”) únicamente con fines informativos, sobre la base de información de la Compañía e información pública, respecto de la cual no se ha verificado independientemente su exactitud, integridad y confiabilidad. Este documento no debe ser interpretado como una solicitud o una oferta de compra o venta de valores y no debe ser considerado como un consejo de inversión o de otro tipo.

La Compañía no ofrece ninguna declaración o garantía, expresa o implícita, en relación con la exactitud, integridad y/o confiabilidad de la información contenida en este documento. Las opiniones expresadas en este material están sujetas a cambios sin previo aviso y la Compañía no tiene ninguna obligación de actualizar o mantener actualizada la información aquí contenida. La información contenida en este documento no pretende ser completa, y puede contener calificaciones, opiniones, estimaciones y proyecciones subjetivas sobre eventos relacionados con el negocio de la Compañía, que podrían o no llegar a ser exactos, respecto de las cuales la Compañía no efectúa ninguna declaración o garantía en cuanto a la exactitud de las mismas. La Compañía y sus respectivos accionistas, directores, empleados y asesores se eximen de cualquier responsabilidad como consecuencia del uso de todo o parte de este documento.

Es deber de cada interesado llevar a cabo su propia investigación y análisis independiente de la Compañía y de los datos contenidos en este documento, según lo considere necesario. Los interesados sólo deberán confiar en el resultado de su investigación y análisis independiente de la Compañía para evaluar la conveniencia de cualquier decisión de inversión o de cualquier otra naturaleza.

La Compañía es un emisor en Chile de valores de oferta pública debidamente inscritos en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero (“CMF”). En consecuencia, actualmente estamos obligados a presentar informes trimestrales y anuales y a emitir hechos esenciales o relevantes a la CMF. Todos esos informes están disponibles en el sitio web www.cmfchile.cl y www.grupomarina.cl. Sin perjuicio de lo anterior, la CMF no se pronuncia sobre la calidad de los valores ofrecidos como inversión. En consecuencia, cada interesado deberá evaluar la conveniencia de la adquisición de estos valores, teniendo presente que él o los únicos responsables del pago de los documentos son la Compañía y quienes resulten obligados a ello.



MallMarina®

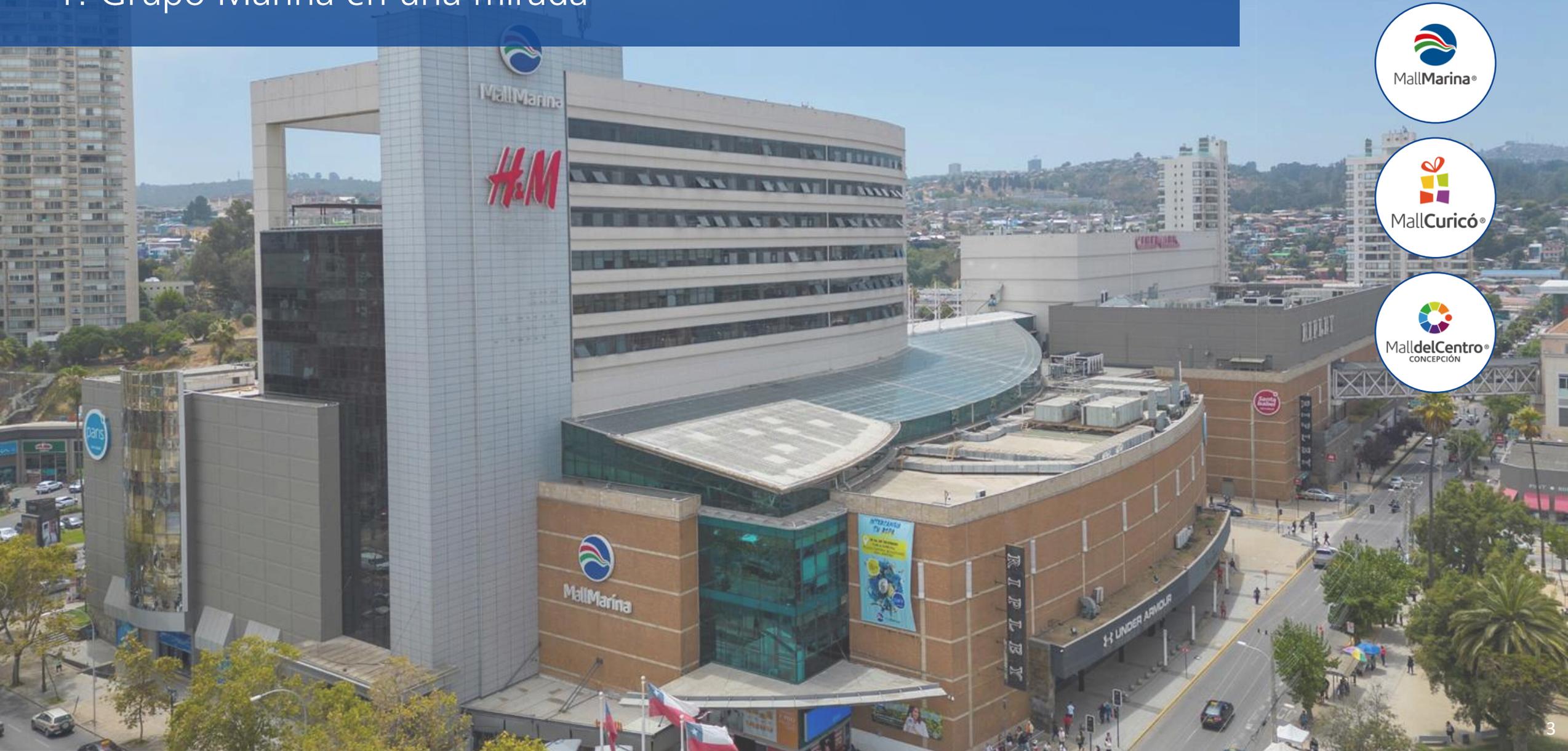


MallCuricó®



Mall del Centro
CONCEPCIÓN

1. Grupo Marina en una mirada



Grupo Marina en una mirada

Desarrollador y operador de activos de renta comercial

1 Más de 25 años de trayectoria dedicados a la administración de activos inmobiliarios de renta comercial

2 Nuestros centros comerciales



3 Superficie de ~189 mil m² de ABL⁽¹⁾ propio diversificada por arrendatario en algunas de las principales ciudades del país

Estructura de propiedad

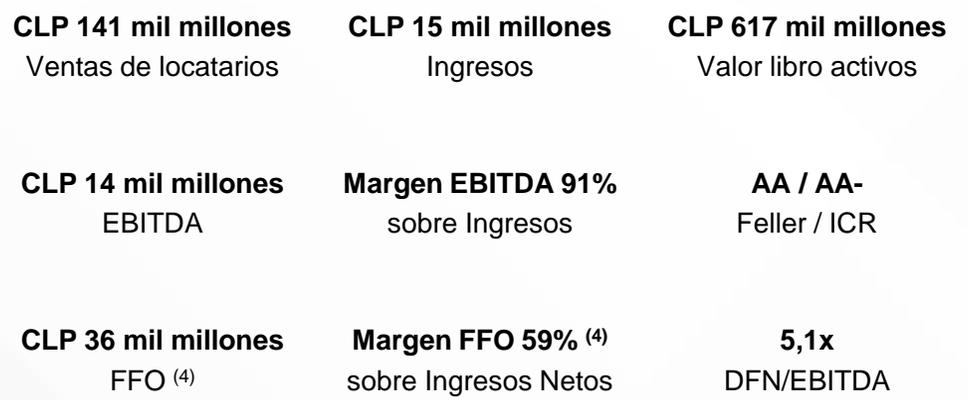
Accionistas con reconocida trayectoria y gran experiencia en el mercado



Principales cifras operacionales



Principales cifras financieras (1T24)

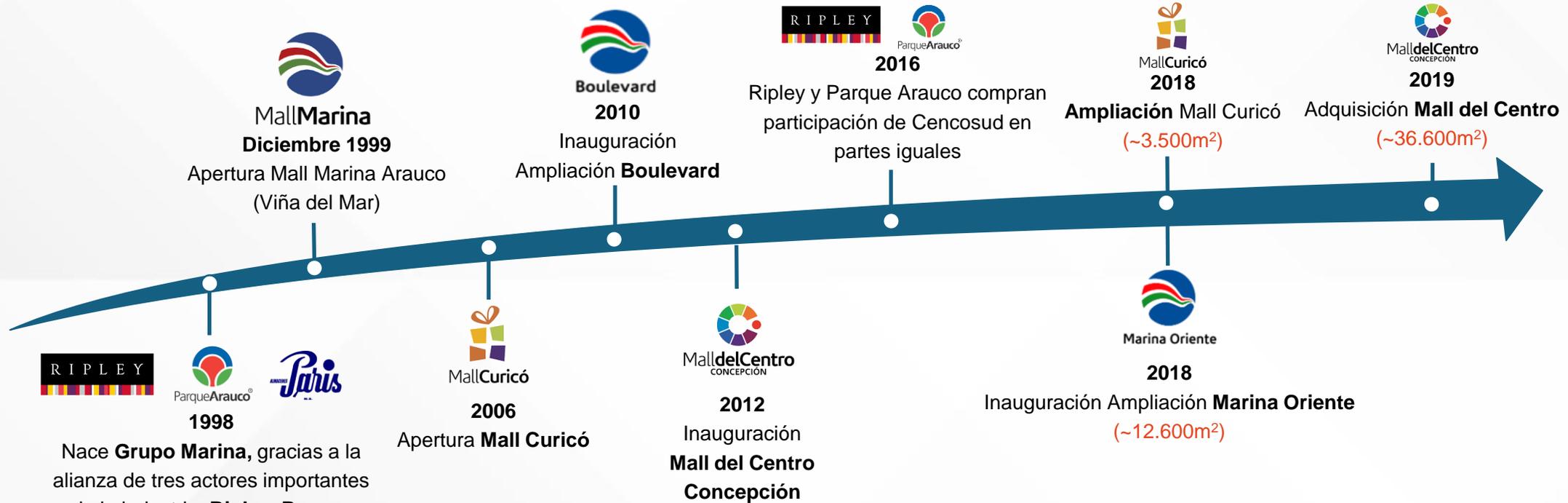


Cifras al 31 de marzo de 2024

1) Área Bruta Locataria. 2) Ocupación Comercial promedio. Excluye ABL de torres. 3) Promedio último doce meses a marzo de 2024. 4) Últimos doce meses a marzo de 2024

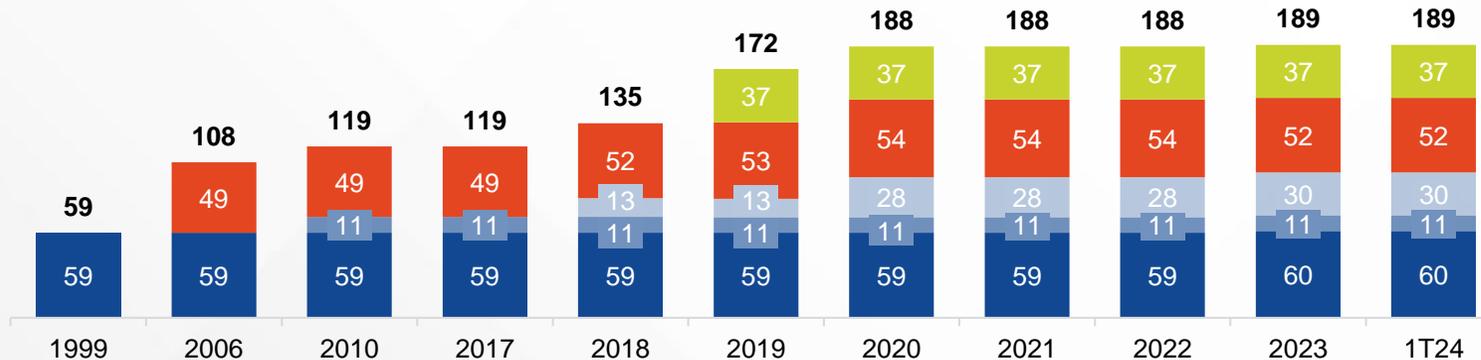
Principales hitos

Más de 25 años formando un portafolio de primera calidad



Evolución ABL propio (miles de m²)

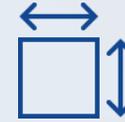
- Concepción
- Curicó
- Marina Oriente
- Marina Boulevard
- Marina



Nuestros centros comerciales



- Inaugurado en 1999
- Mall líder en la Región de Valparaíso
- Segundo Mall Regional más grande del país
- Destacados ratios de ventas de grandes tiendas
- Actualmente con 251 locales arrendados



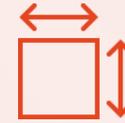
ABL⁽¹⁾
~ 101.436 m²



Ventas (1T24)
CLP 83 mil millones



- Inaugurado en 2006
- Mall Curicó es el mayor centro comercial de la región
- Boulevard gastronómico único en la región
- Actualmente con 81 locales arrendados



ABL
~ 51.704 m²



Ventas (1T24)
CLP 33 mil millones



- Inaugurado en 2012
- Mall ícono de la capital de la región del BíoBío, ubicado en el centro cívico de Concepción
- Cuenta con el edificio más alto del sur de Chile
- Actualmente con 101 locales arrendados



ABL
~ 37.399 m²



Ventas (1T24)
CLP 25 mil millones



2. Consideraciones de inversión



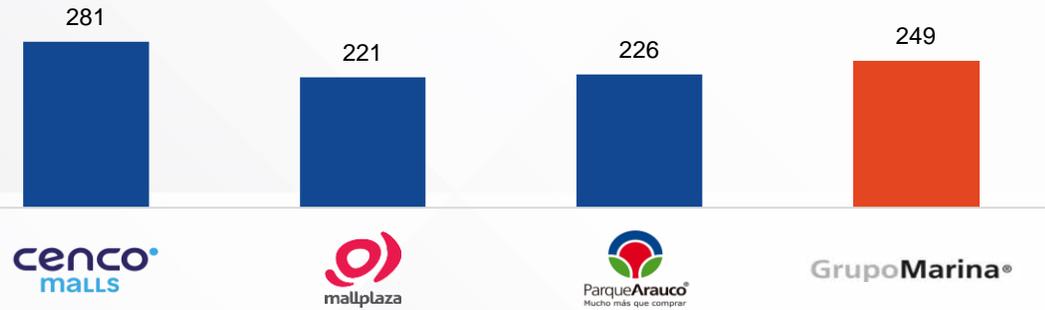
Consideraciones de inversión



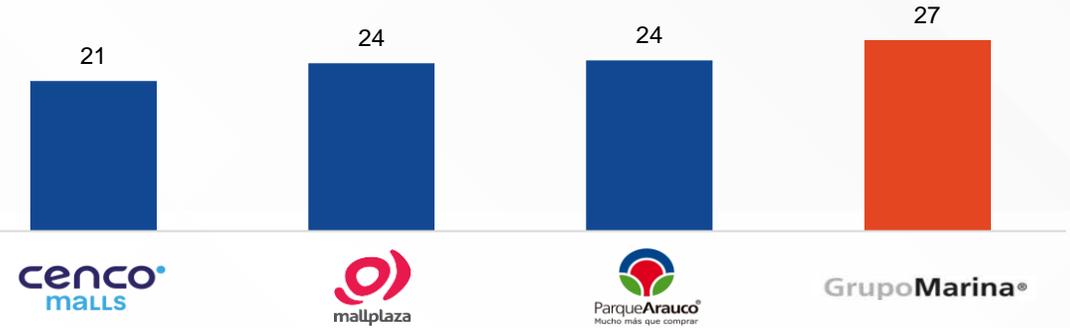
1. Sólidos indicadores operacionales⁽¹⁾

Líderes en el mercado chileno

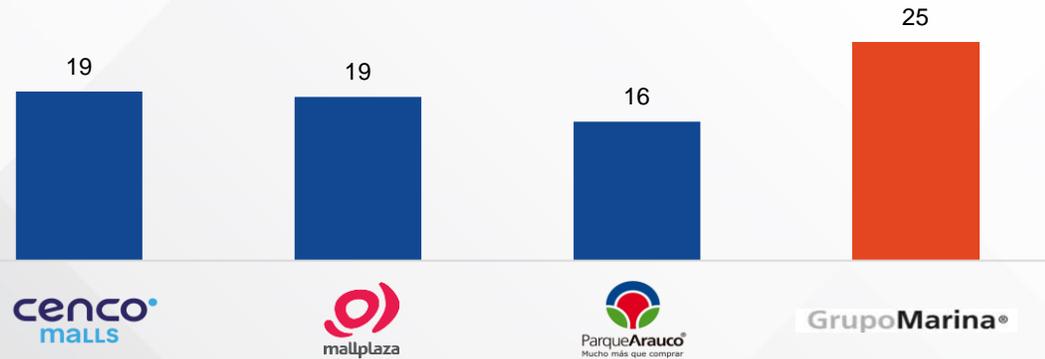
Ventas 1T24 (CLP miles / m² / mes)



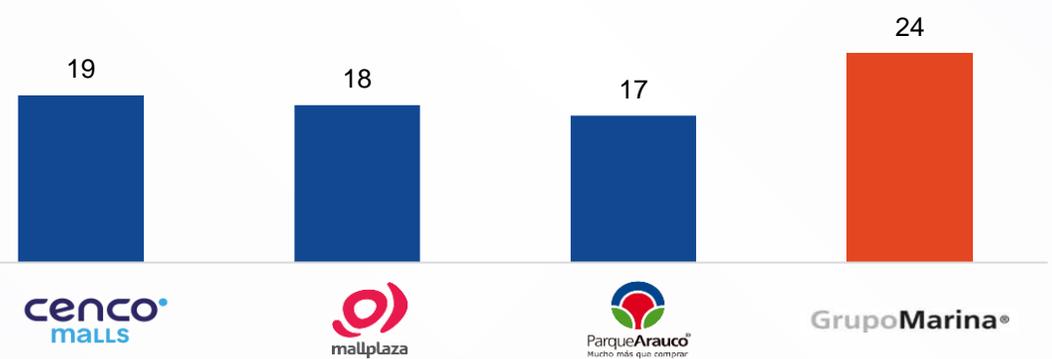
Ingresos 1T24 (CLP miles / m² / mes)



EBITDA 1T24 (CLP miles / m² / mes)



EBITDA UDM⁽¹⁾ (CLP miles / m² / mes)

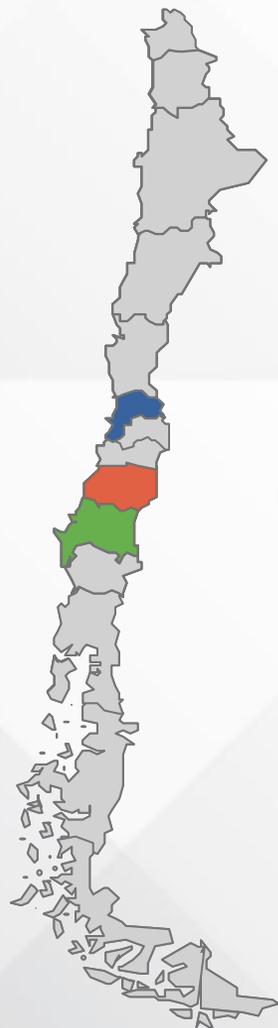


Fuente: CMF. Cifras al 31 de marzo de 2024

1) Análisis considera el segmento de Chile de cada compañía según lo reportado en su información financiera (estados financieros, análisis razonados, presentaciones de resultados, entre otros).

2. Centros comerciales de primer nivel

Activos con presencia de marcas de primer nivel



Marina / Marina Oriente / Marina Boulevard

ABL (m ² miles) (Total / Sin Torres)	101 / 80
Locales arrendados	251
Año de inauguración	1999

Centro comercial líder en la Región de Valparaíso



Curicó

ABL (m ² miles) (Total / Sin Torres)	52 / 45
Locales arrendados	81
Año de inauguración	2006

Centro comercial más extenso de la Región del Maule



Concepción

ABL (m ² miles) (Total / Sin Torres)	37 / 26
Locales arrendados	101
Año de inauguración	2012

Centro comercial con ubicación estratégica

Supermercados, mejoramiento del hogar y departamentales



Participación de grandes tiendas nacionales e internacionales



Gastronomía y entretenimiento, panorama para todas las edades

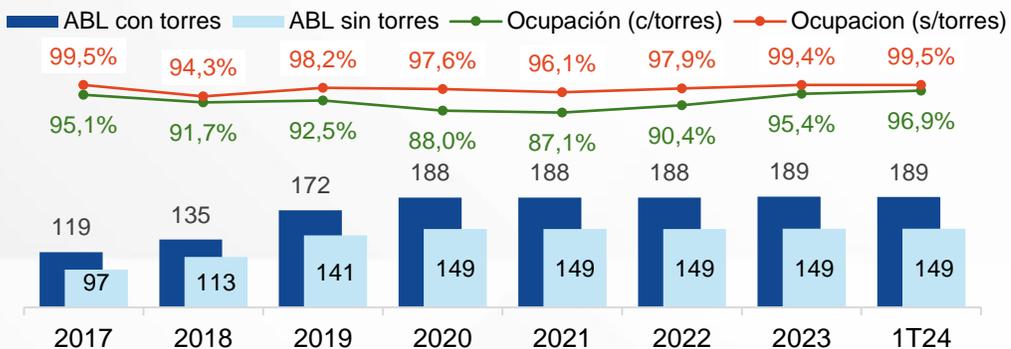


2. Gestión de activos a nivel consolidado

Activos resilientes con sólido desempeño operacional y financiero

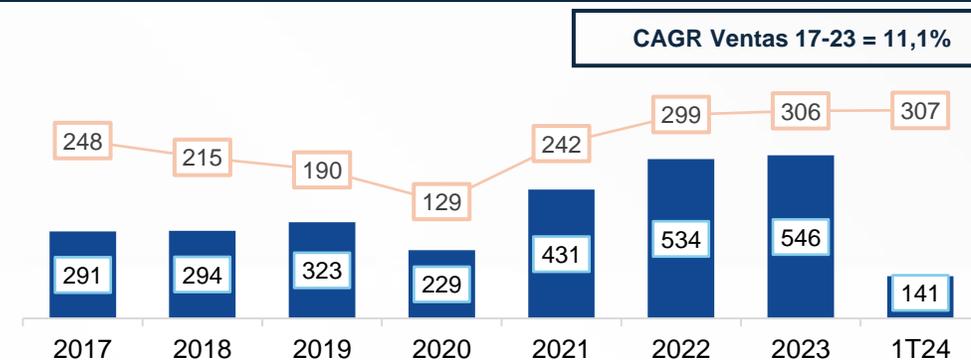
ABL y ocupación⁽¹⁾

(miles de m²; % de promedio anual)



Ventas locatarios y ventas por m² por mes⁽¹⁾

(CLP miles de millones; CLP miles / m² / mes)



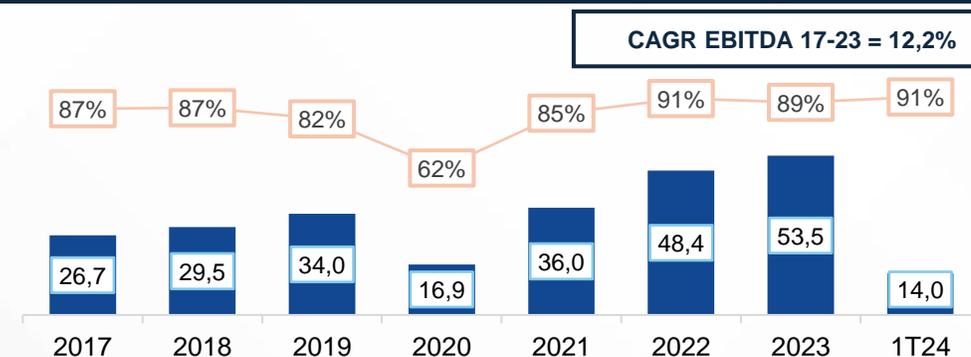
Ingresos totales e ingresos por m² por mes

(CLP miles de millones; CLP miles / m² / mes)



EBITDA y margen EBITDA

(CLP miles de millones; %)



Cifras al 31 de marzo de 2024

1) Excluye torres

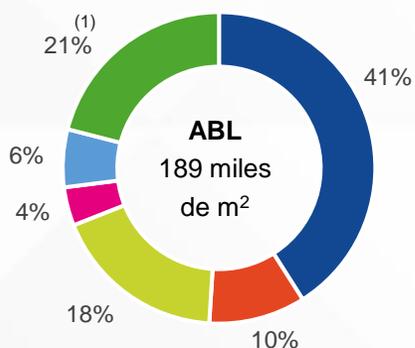


3. Activos diversificados por arrendatarios

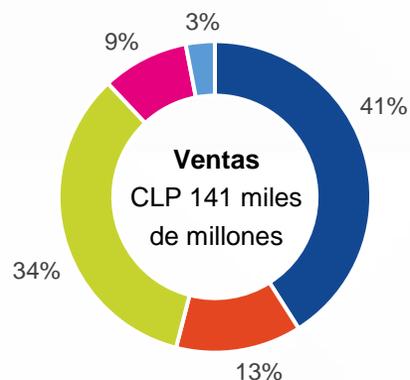
Mix comercial brinda experiencia integral a clientes

Diversificación de arrendatarios (1T24)

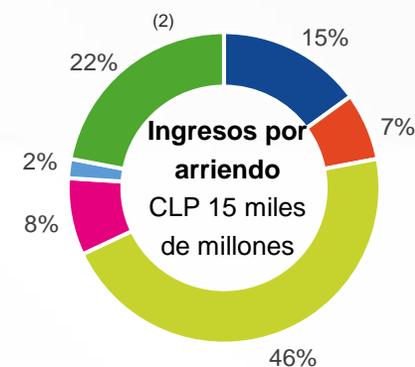
Distribución ABL



Ventas de locatarios



Ingresos por arriendo



- Anclas
- Intermedias
- Menores
- Food Court y Boulevard
- Entretención
- Otros

Tiendas totales	433
Tiendas menores e intermedias	348
Oficinas	90

Anclas		Comida & Bebestibles		Entretención	
5	4	47	22	3	5
Tiendas por departamento	Supermercados y Hogar	Tiendas en Food Court	Restaurantes	Locales de juegos familiares	Cines & gimnasios



Cifras al 31 de marzo de 2024

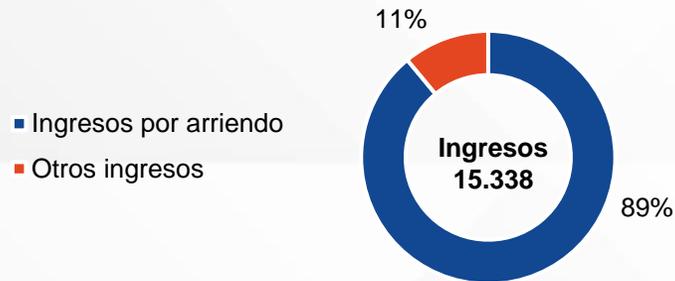
1) Otros: Torres
2) Otros: Torres, módulos y espacios

4. Flujo de caja estable

Contratos indexados y de largo plazo con alto componente fijo brindan estabilidad

Distribución de ingresos (%; CLP millones)

Ingresos por arriendo representan un 89% de los ingresos totales



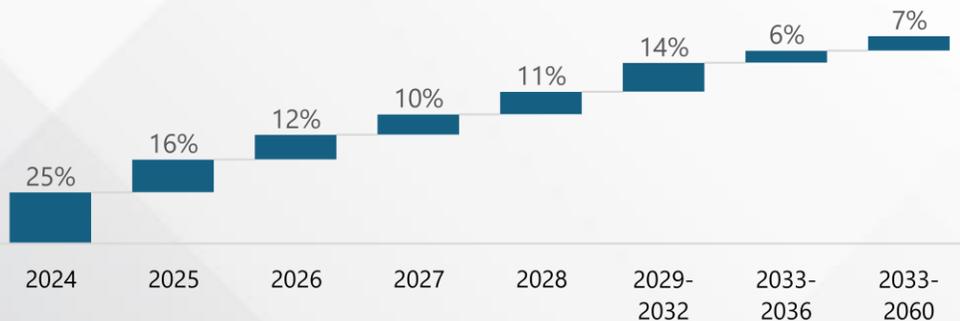
Composición de ingresos por arriendo (CLP millones)

Ingresos fijos representan un **91%** de los ingresos por arriendo
El **100%** de los contratos se encuentran indexados a la inflación

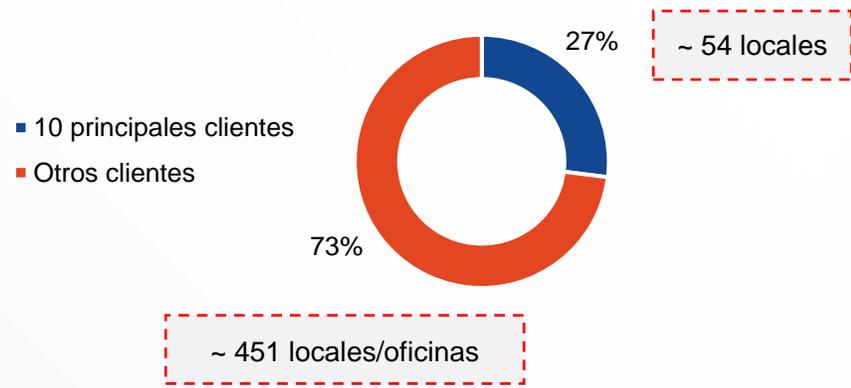


Duración promedio de contratos (% Ingresos)

Contratos fijos de largo plazo con una duración promedio de **4,8 años**



Base de clientes (% ingresos por renta)



5. Accionistas con amplia experiencia en el sector

Parque Arauco

50%



- Desarrollador y operador de 57 activos inmobiliarios multiformato en Chile, Perú y Colombia
- 1.176.500 m² de ABL total, adicionalmente más de 71.830m² en desarrollo
- Promedio de ocupación de 96,4%

50%

Ripley Corp



- Empresa líder del sector retail financiero con tres grandes áreas de negocio: retail, banca y renta inmobiliaria
- Más de 20 años de experiencia en la industria de Renta Comercial
- Presencia en centros comerciales en Chile y Perú



20
Centros
Comerciales
Regionales



10
Centros
Comerciales
Vecinales



20
Strip Centers



7
Outlets



77
Tiendas de
Departamento



83
Sucursales
Banco Ripley



7
Centros
Comerciales

Principales cifras financieras trimestrales

\$683,8 bn⁽¹⁾

Ventas Totales
Locatarios

\$72.887 mm

Ingresos
Consolidados

\$1.308 bn⁽¹⁾

Capitalización
bursátil

Principales cifras financieras trimestrales

\$460 bn⁽¹⁾

Ingresos
Consolidados

\$15.383 mm

Ingresos segmento
inmobiliario

\$416 bn⁽¹⁾

Capitalización
bursátil

5. Directores y equipo administrativo

Larga experiencia de la administración de Grupo Marina

Directores con amplia experiencia en la industria y reconocida trayectoria

Parque Arauco



Director

Eduardo Pérez Marchant

Gte. General (PA S.A.)

- Ingeniero Comercial PUC
- MBA y MPP Universidad de Chicago



Director

Andrés Torrealba Ruiz-Tagle

Gte. General División Chile (PA S.A.)

- Ingeniero Comercial y MBA PUC

Ripley



Presidente

Sergio Hidalgo Herazo

Gte. General (Ripley Chile S.A.)

- Ingeniero Comercial PUC
- Programa Dirección Empresas PUC



Director

Mauricio San Miguel Vásquez

Gte. Asuntos Corporativos (Ripley Corp)

- Abogado PUC
- Magíster Derecho de Negocios UAI

Equipo administrativo con vasta trayectoria laboral



Gerente General

Sergio Novoa Balmaceda

- Asume la gerencia general de Grupo Marina en 2008
- Ingeniero Comercial UAI y Diplomado en Finanzas PUC



Félix Gómez Saenz-Laguna

Gerente de Administración y Finanzas



Diego Alliende Sánchez

Gerente Comercial



Carla Ratto Fernández

Gerente Marketing

6. Estrategia de sostenibilidad ESG

Foco en sostenibilidad y Responsabilidad Empresarial Ambiental y Social



Ambiental

- ✓ Reducciones de emisiones de GEI
- ✓ Gestión Hídrica
- ✓ Gestión Energética
- ✓ Gestión de residuos
- ✓ 100% ERNC



Social

- ✓ Mapeo de actores
- ✓ Relacionamiento con grupos de interés
- ✓ Análisis de materialidad



Gobierno Corporativo

- ✓ Política de diversidad, equidad e inclusión
- ✓ Misión y visión Corporativa
- ✓ Código de conducta interno y externo
- ✓ Reportabilidad interna
- ✓ Política de Derechos Humanos

Objetivos definidos para cumplimiento de estrategia ESG

Meta de lineamientos → implementación integral de estrategia en 2025

7. Atractivos de inversión



	Sólidos indicadores operacionales en línea con principales comparables de mercado Ventas CLP 249 mil / m² mensual
	Destacada eficiencia operacional Margen EBITDA de 91%
	Centros comerciales de primer nivel Ocupación pandemia de 96%⁽¹⁾ Ocupación actual de 99%
	Diversificación de ingresos por arriendo Amplia base de clientes con ~46% en base a tiendas menores
	Capacidad de generación de flujos estables de largo plazo 100% de arriendo indexados / 91% componente fijo Duración contratos fijos de 4,8⁽²⁾ años promedio
	Comprometido con el crecimiento sostenible (ESG) 100% ERNC / Mapeo de Stakeholders



1) Excluye Torres
2) Duración según ingresos por arriendo

3. Información financiera

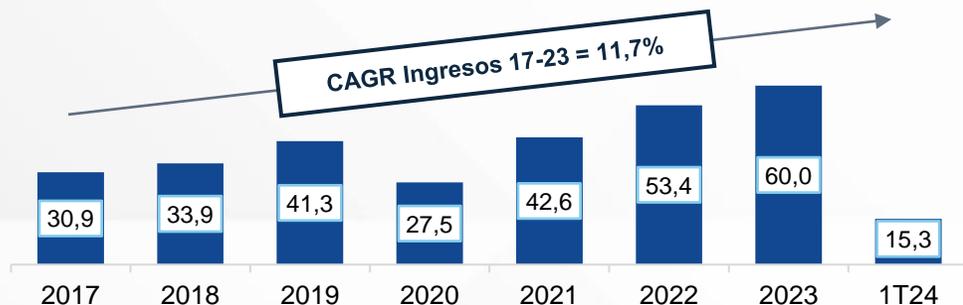


1. Principales cifras financieras

Sólido desempeño y rápida recuperación a niveles pre pandemia

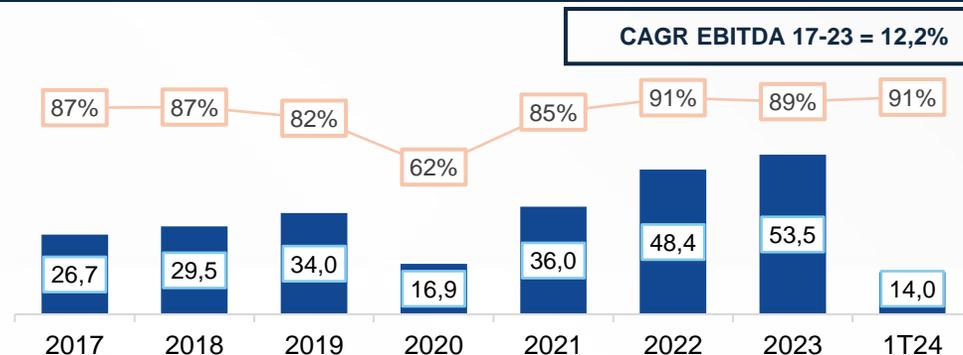
Ingresos totales

(CLP miles de millones)



EBITDA y margen EBITDA

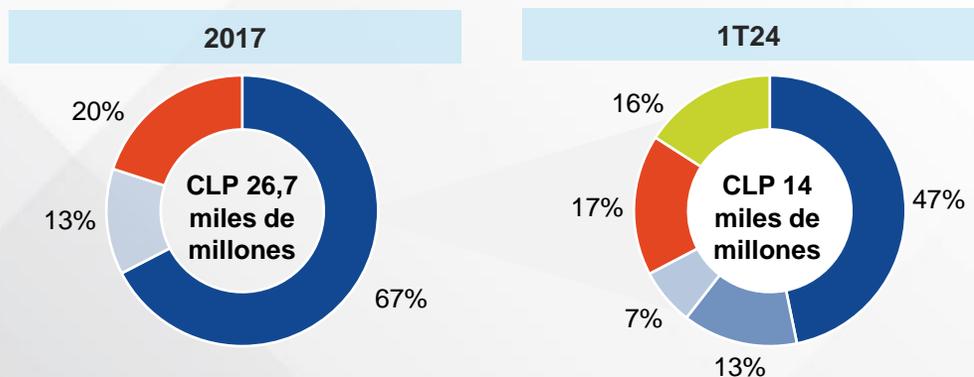
(CLP miles de millones; %)



Distribución EBITDA

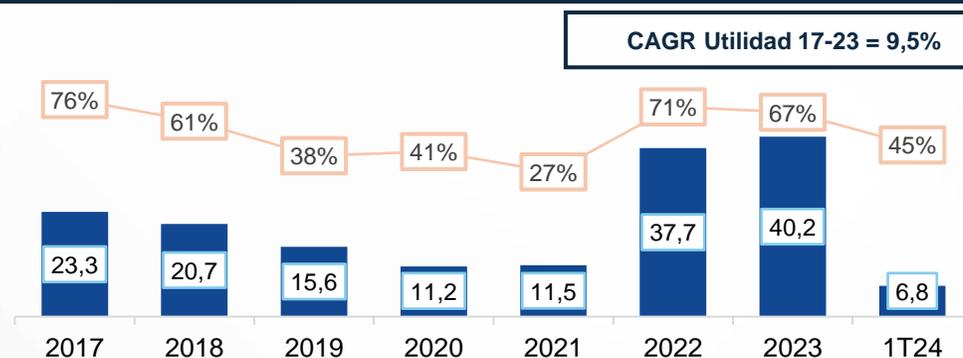
(%)

■ Marina ■ Marina Oriente ■ Marina Boulevard ■ Curicó ■ Concepción



Utilidad y margen Utilidad

(CLP miles de millones; %)

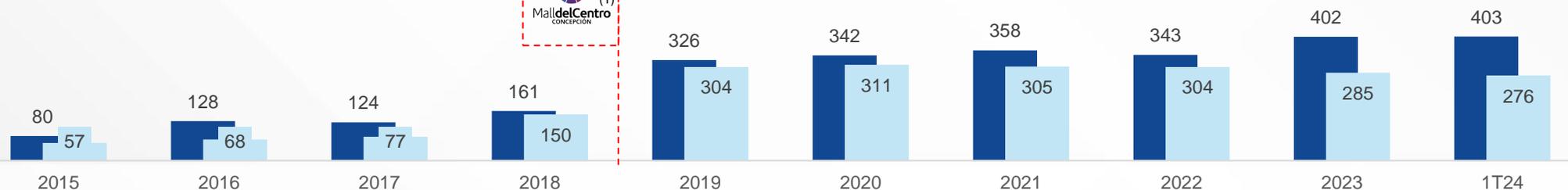


2. Posición financiera de la Compañía (1/2)

Adecuados niveles de endeudamiento

Deuda financiera (CLP miles de millones)

■ Deuda Financiera ■ Deuda Financiera Neta⁽²⁾

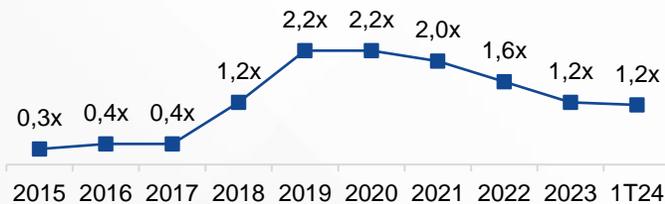


Ratios financieros

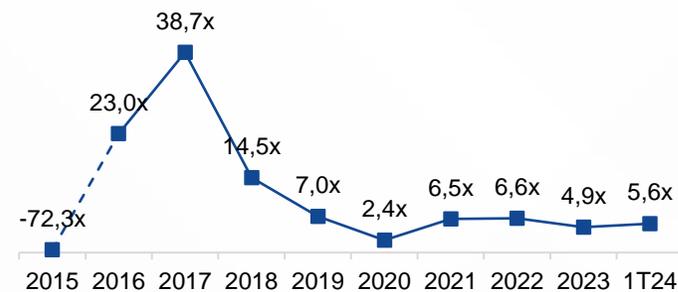
Deuda Financiera Neta⁽²⁾ / EBITDA



Deuda Financiera Neta⁽²⁾ / Patrimonio



Cobertura Gastos Financieros Netos⁽³⁾



Política de dividendos: Reparto solo si ratio de DFN / EBITDA es menor a 5,0x

Cifras al 31 de marzo de 2024

(1) Compraventa, pago y transferencia de acciones por el 100% del capital social de Mall del Centro de Concepción S.A.

(2) Deuda Financiera Neta: Otros pasivos financieros – (Efectivo y equivalentes al efectivo + Otros activos financieros corrientes + otros activos no corrientes mantenidos como reserva para cumplimiento de obligación financiera)

(3) EBITDA / (Gastos Financieros – Ingresos Financieros)



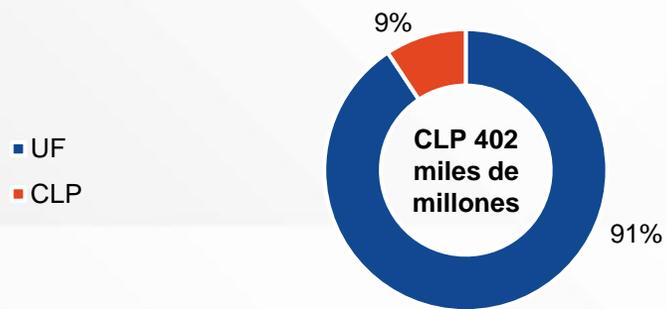
GrupoMarina®

2. Posición financiera de la Compañía (2/2)

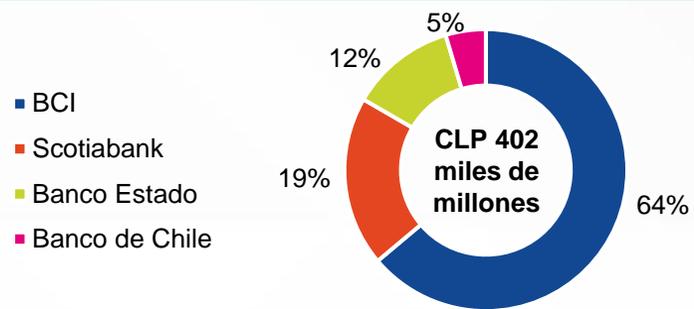
Objetivo aumentar duración actual y calzar duración a ingresos por arriendo

Apertura de Deuda Financiera

Apertura por moneda



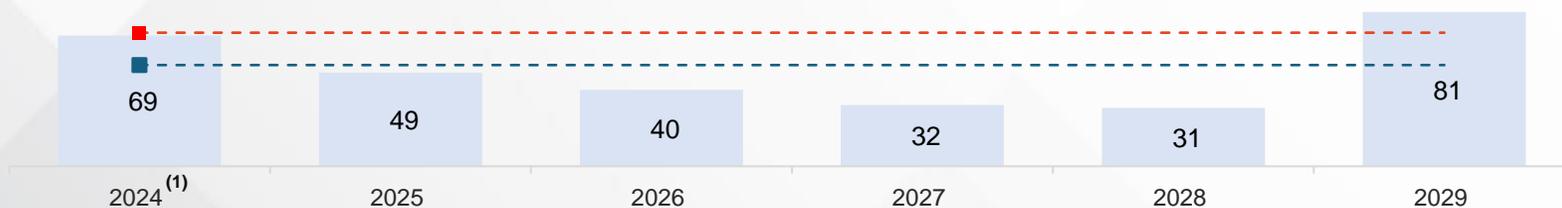
Apertura por institución⁽¹⁾



Perfil de vencimiento de Deuda Financiera⁽²⁾ (2023) (CLP miles de millones)

EBITDA + Efectivo⁽³⁾: CLP 78 mil millones

EBITDA⁽³⁾: CLP 54 mil millones



AA / AA-
Feller / ICR

2,2⁽²⁾ años
Duración de
Deuda Financiera

4,8 años
Duración promedio
ingresos por arriendo



(1) Actualmente, la deuda financiera está compuesta sólo por préstamos bancarios

(2) Incluye vencimiento por préstamo bancario con BCI por UF 2.650 miles cuya fuente de fondos corresponde a un depósito a plazo por el mismo monto y plazo de vencimiento (Otros activos financieros)

(3) Últimos 12 meses

GrupoMarina®

Presentación Corporativa
Marzo 2024



MallMarina®



MallCuricó®



Mall del Centro®
CONCEPCIÓN