

# GrupoMarina®

Presentación Corporativa  
Diciembre 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](http://www.cmfchile.cl) y [www.grupomarina.cl](http://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.

**Finanzas Corporativas Grupo Marina – [ir@grupomarina.cl](mailto:ir@grupomarina.cl)**

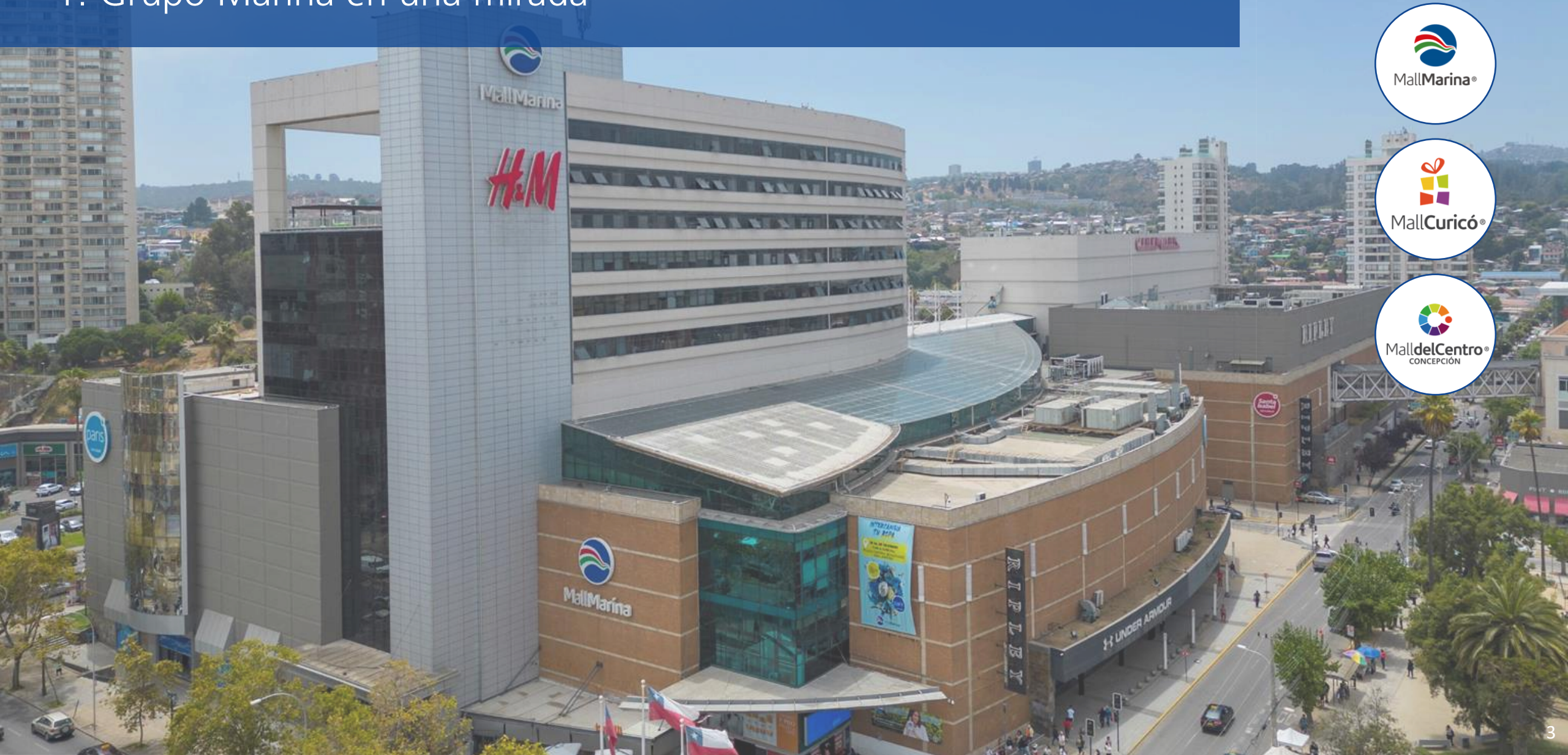
**Agustín Espinosa (Jefe de Finanzas Corporativas)**

**Félix Gómez (Gerente Administración y Finanzas)**



**Grupo Marina®**

# 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 m<sup>2</sup> de ABL<sup>(1)</sup> propio diversificada por arrendatario en algunas de las principales ciudades del país

## Estructura de propiedad

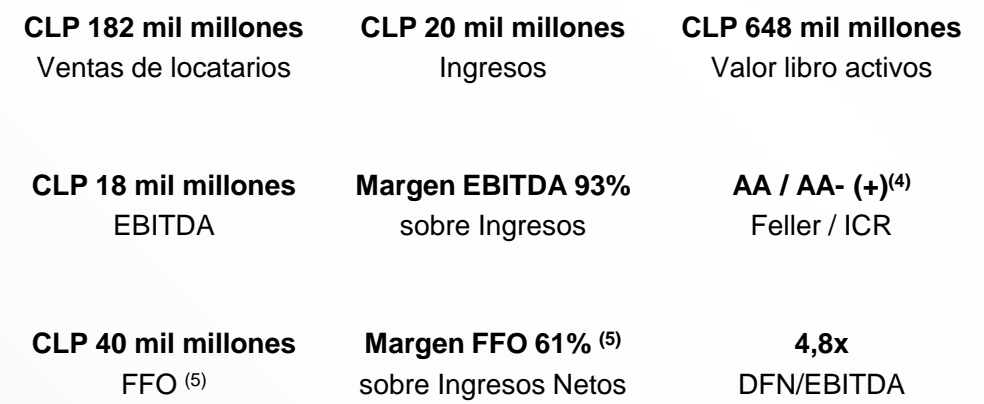
▪ Accionistas con reconocida trayectoria y gran experiencia en el mercado



## Principales cifras operacionales



## Principales cifras financieras (4T24)

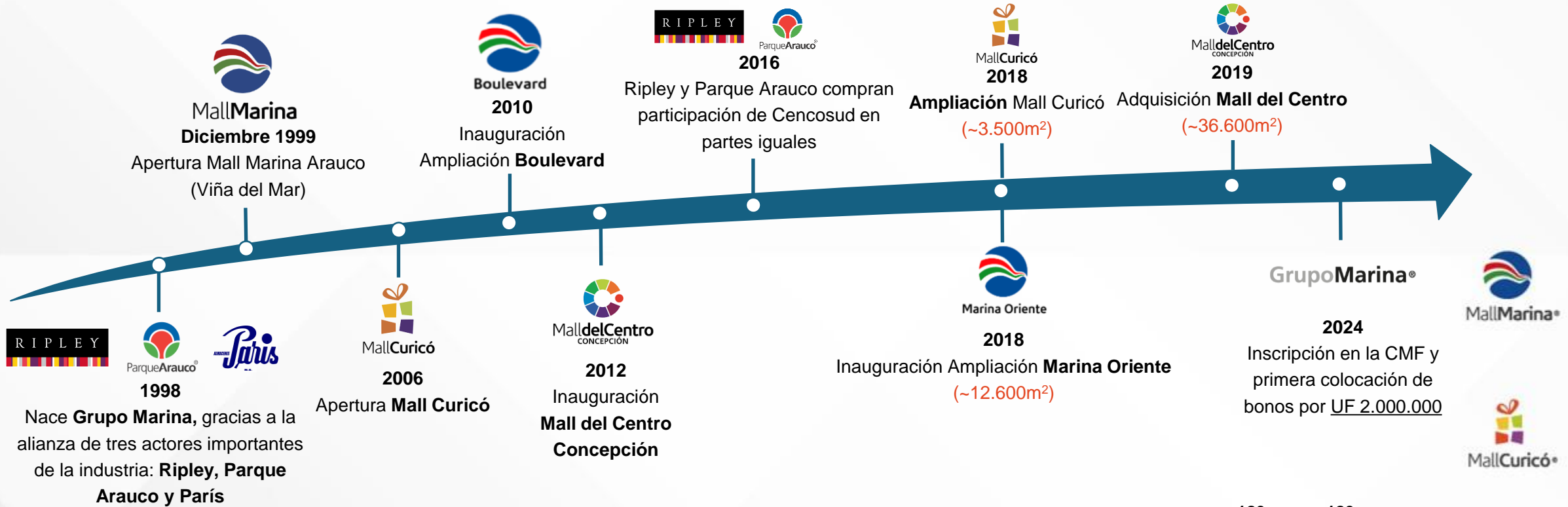


Cifras al 31 de diciembre de 2024

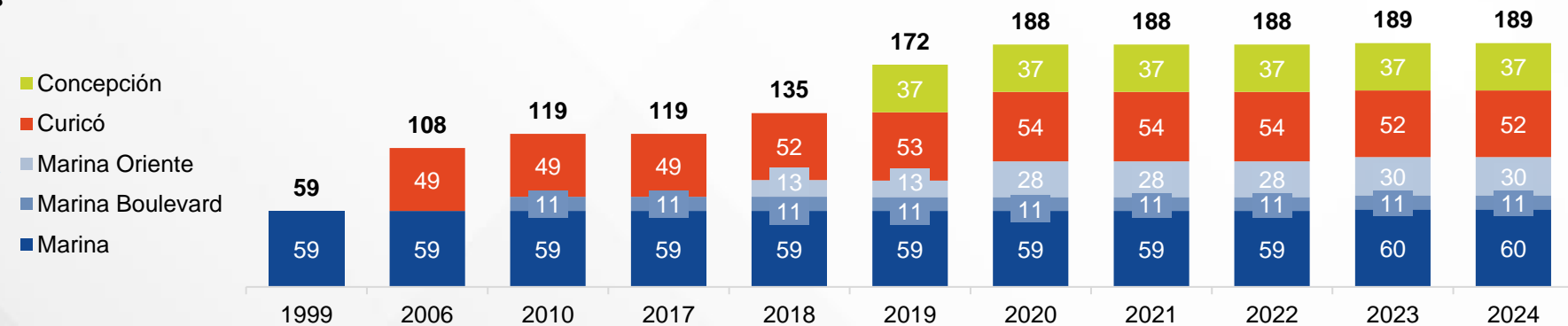
1) Área Bruta Locataria. 2) Ocupación Comercial promedio. Excluye ABL de torres. 3) Promedio último doce meses a diciembre de 2024. 4) Con fecha 2 de octubre de 2024, ICR asigna tendencia Positiva a la clasificación de Inmobiliaria Mall Viña del Mar (Grupo Marina). 5) Últimos doce meses a diciembre de 2024

# Principales hitos

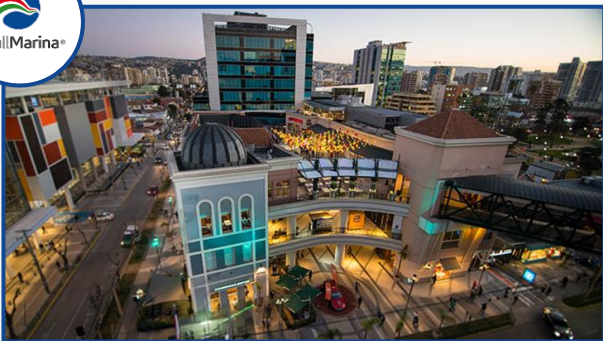
Más de 25 años formando un portafolio de primera calidad



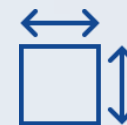
**Evolución ABL propio (miles de m<sup>2</sup>)**



# 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 246 locales arrendados



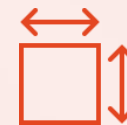
ABL  
~ 100.915 m<sup>2</sup>



Ventas (4T24)  
CLP 113 mil millones



- Inaugurado en 2006
- Mall Curicó es el mayor centro comercial de la región
- Boulevard gastronómico único en la región
- Actualmente con 77 locales arrendados



ABL  
~ 51.705 m<sup>2</sup>



Ventas (4T24)  
CLP 39 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  
~ 36.722 m<sup>2</sup>



Ventas (4T24)  
CLP 31 mil millones



## 2. Consideraciones de inversión



# Consideraciones de inversión

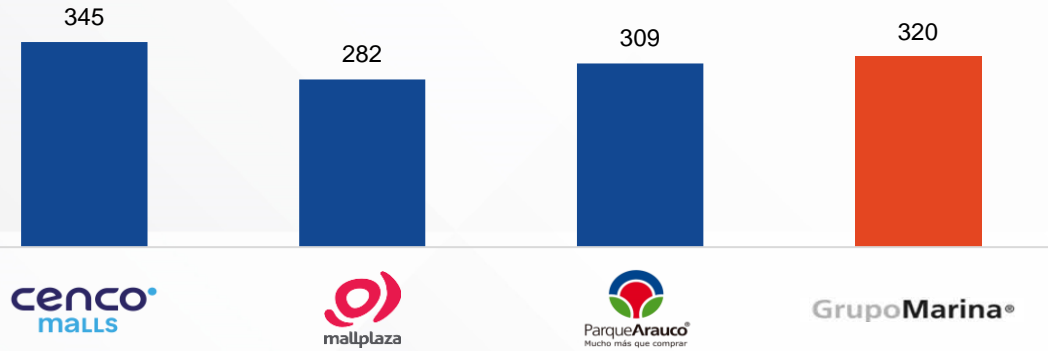




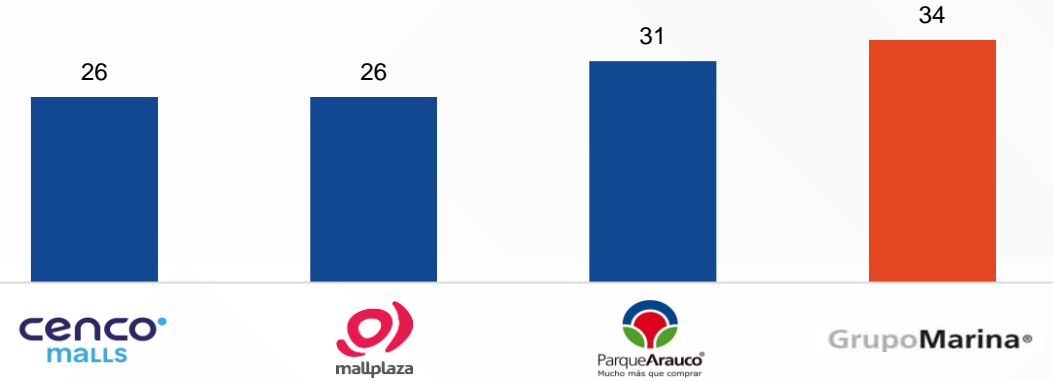
# 1. Sólidos indicadores operacionales<sup>(1)</sup>

Líderes en el mercado chileno

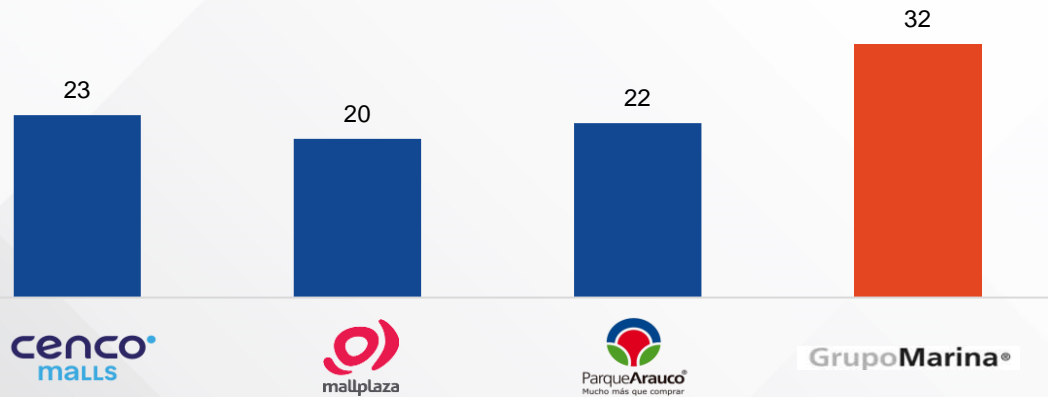
Ventas 4T24 (CLP miles / m<sup>2</sup> / mes)



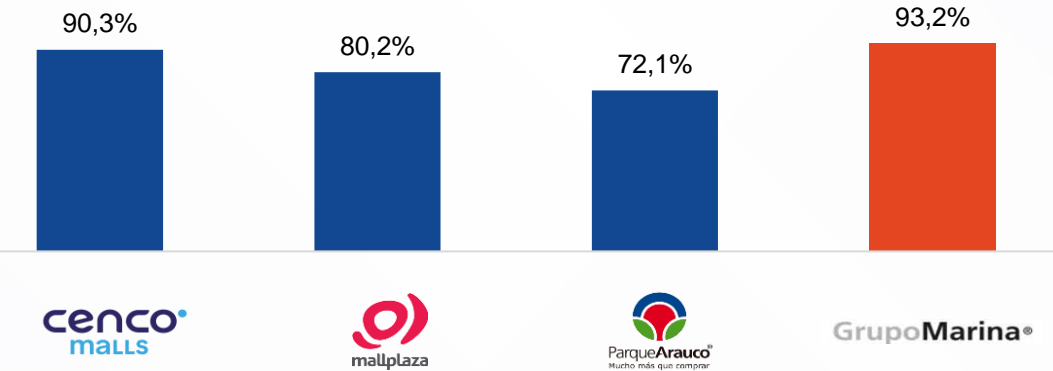
Ingresos 4T24 (CLP miles / m<sup>2</sup> / mes)



EBITDA 4T24 (CLP miles / m<sup>2</sup> / mes)



Margen EBITDA 4T24 (%)

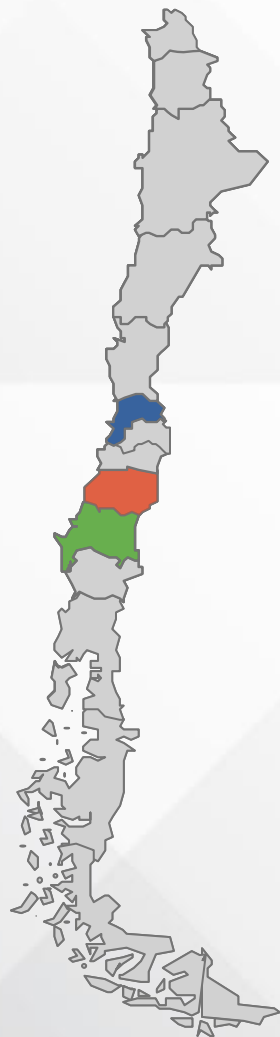


Fuente: CMF. Cifras al 31 de diciembre de 2024 para CencosMalls, MallPlaza, Parque Arauco y Grupo Marina.

(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 <sup>2</sup> miles) (Total / Sin Torres)	101 / 80
Locales arrendados	246
Año de inauguración	1999

Centro comercial líder en la Región de Valparaíso



### Curicó

ABL (m <sup>2</sup> miles) (Total / Sin Torres)	52 / 45
Locales arrendados	77
Año de inauguración	2006

Centro comercial más extenso de la Región del Maule



### Concepción

ABL (m <sup>2</sup> 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

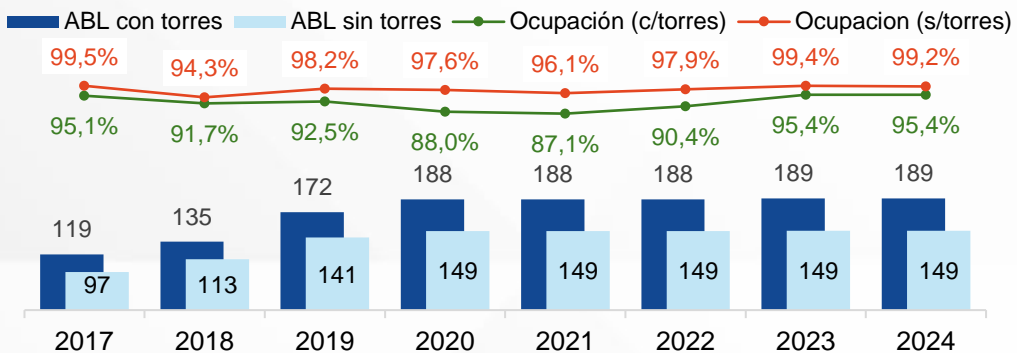


## 2. Gestión de activos a nivel consolidado

Activos resilientes con sólido desempeño operacional y financiero

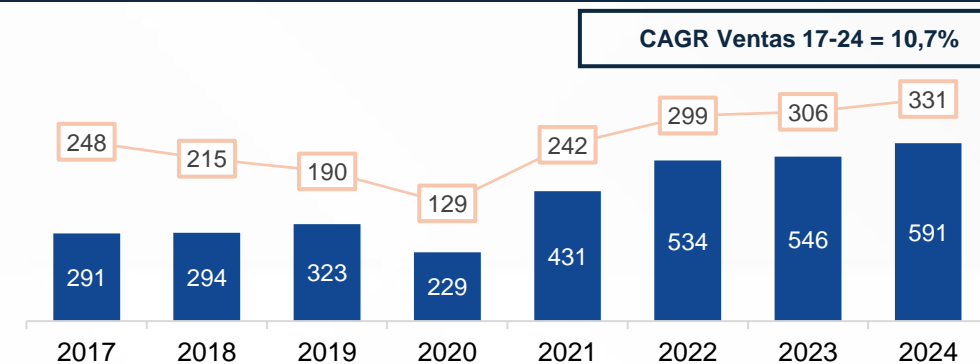
### ABL y ocupación<sup>(1)</sup>

(miles de m<sup>2</sup>; % de promedio anual)



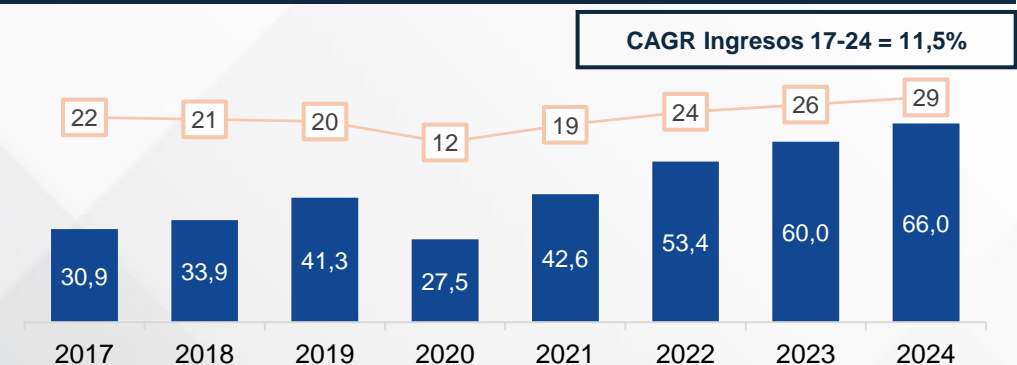
### Ventas locatarios y ventas por m<sup>2</sup> por mes<sup>(1)</sup>

(CLP miles de millones; CLP miles / m<sup>2</sup> / mes)



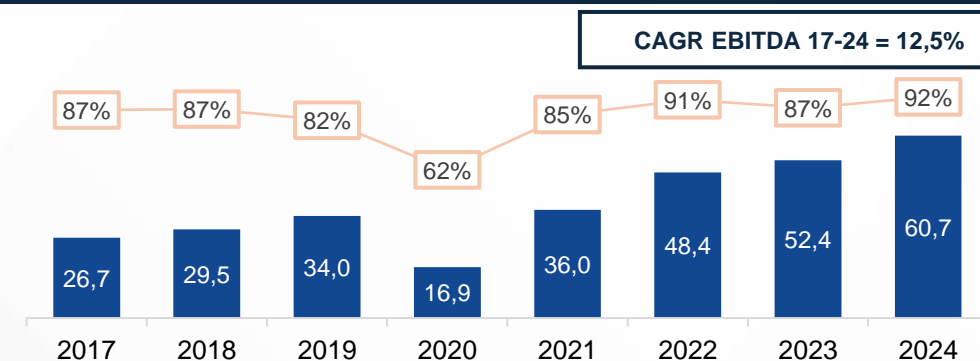
### Ingresos totales e ingresos por m<sup>2</sup> por mes

(CLP miles de millones; CLP miles / m<sup>2</sup> / mes)



### EBITDA y margen EBITDA

(CLP miles de millones; %)



Cifras al 31 de diciembre de 2024

1) Excluye torres

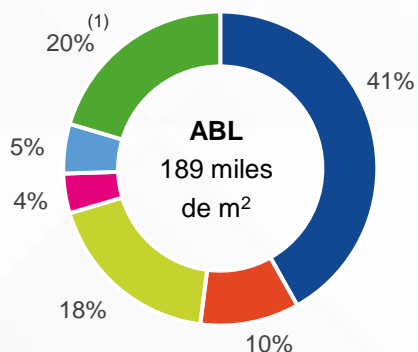


# 3. Activos diversificados por arrendatarios

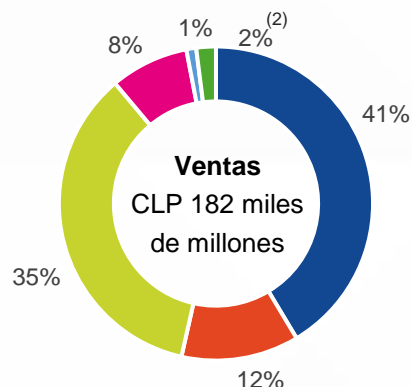
Mix comercial brinda experiencia integral a clientes

## Diversificación de arrendatarios (4T24)

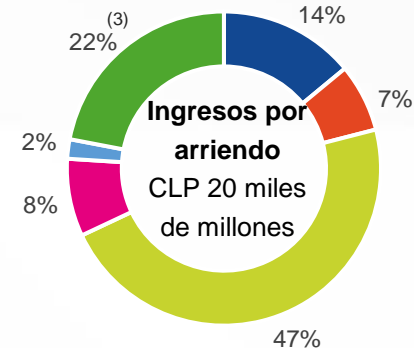
Distribución ABL



Ventas de locatarios



Ingresos por arriendo



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

Tiendas totales	424
Tiendas menores e intermedias	343
Oficinas	81

Anclas		Comida & Bebestibles		Entretención	
5	4	43	21	3	5
Tiendas por departamento	Supermercados y Hogar	Tiendas en Food Court	Restaurantes	Locales de juegos familiares	Cines & gimnasios



Cifras al 31 de diciembre de 2024

- 1) Otros: Torres
- 2) Otros: Torres, módulos y espacios
- 3) Otros: Gimnasio, módulos y espacios

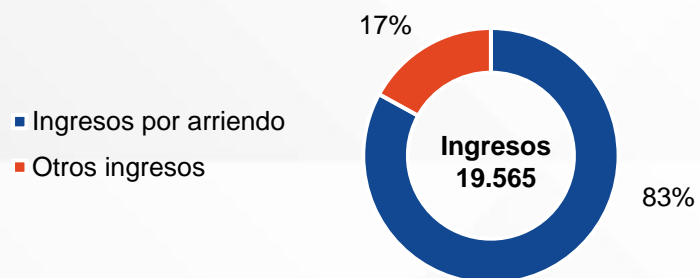
# 4. Flujo de caja estable

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

## Distribución de ingresos

(%; CLP millones)

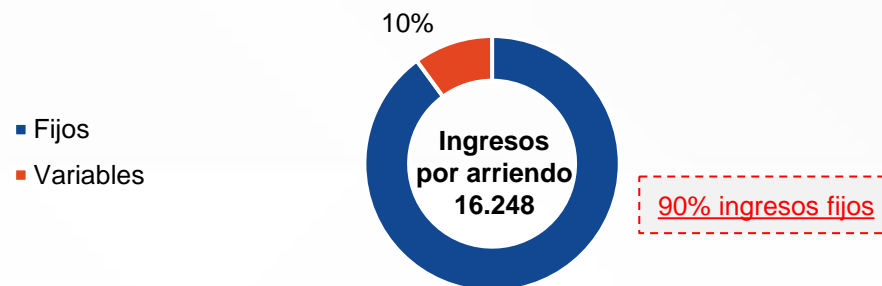
Ingresos por arriendo representan un 83% de los ingresos totales



## Composición de ingresos por arriendo

(CLP millones)

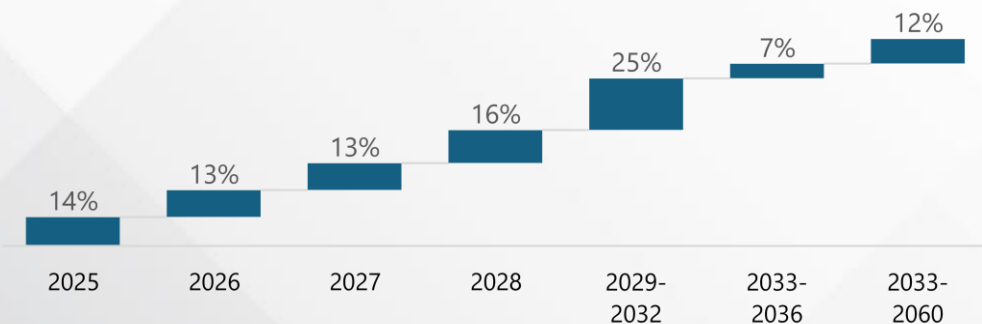
Ingresos fijos representan un **90%** de los ingresos por arriendo  
El **100%** de los contratos se encuentran indexados a la inflación



## Duración promedio de contratos

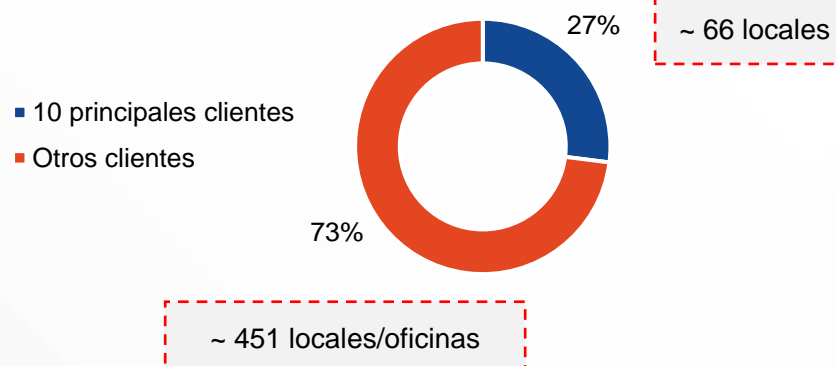
(% Ingresos)

Contratos fijos de largo plazo con una duración promedio de **5,9<sup>(1)</sup>** años



## Base de clientes

(% ingresos por renta)



Cifras al 31 de diciembre de 2024

1) Excluye torres, módulos y espacios

## 5. Accionistas con amplia experiencia en el sector

### Parque Arauco

50%



- Desarrollador y operador de 57 activos inmobiliarios multiformato en Chile, Perú y Colombia
- 1.200.500 m<sup>2</sup> de ABL total, adicionalmente más de 105.130 m<sup>2</sup> en desarrollo
- Promedio de ocupación de 96,2%

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



**19**  
Centros  
Comerciales  
Regionales



**11**  
Centros  
Comerciales  
Vecinales



**20**  
Strip Centers



**8**  
Outlets



**78**  
Tiendas de  
Departamento



**83**  
Sucursales  
Banco Ripley



**7**  
Centros  
Comerciales

### Principales cifras financieras anuales

**\$3,081 bn<sup>(1)</sup>**  
Ventas Totales  
Locatarios

**\$317 bn**  
Ingresos  
Consolidados

**\$1.438 bn<sup>(1)</sup>**  
Capitalización  
bursátil

### Principales cifras financieras trimestrales

**\$468 bn<sup>(1)</sup>**  
Ingresos  
Consolidados

**\$15.016 mm**  
Ingresos segmento  
inmobiliario

**\$591 bn<sup>(1)</sup>**  
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



# Principales Hitos de Sostenibilidad del 2024



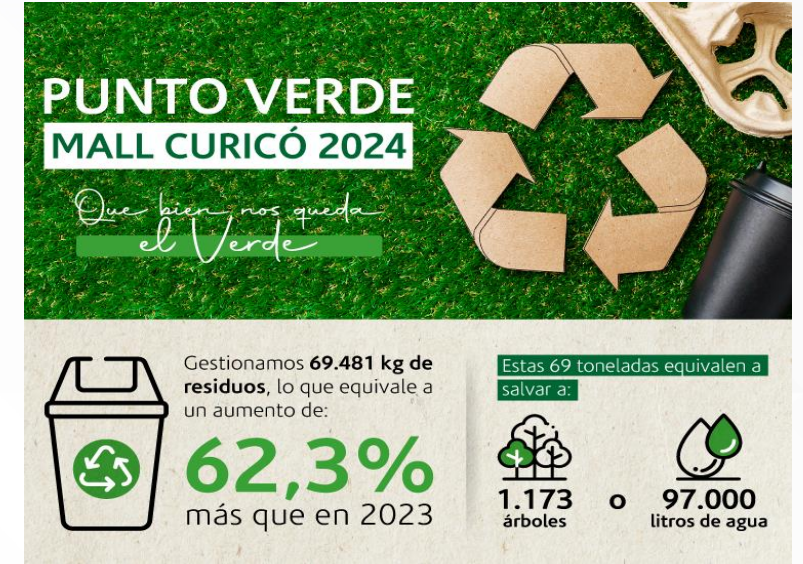
## GRUPO MARINA 100% ENERGÍA RENOVABLE

Todos los centros comerciales de Grupo Marina operarán con energía 100% renovable gracias a un acuerdo con Colbún, en línea con su estrategia ESG. La empresa generadora suministrará 67 GWh beneficiando a más de 700 tiendas y reduciendo 20.140 toneladas de CO<sub>2</sub>



## BUS ELÉCTRICO #VISITAVIÑA

Mall Marina junto con la Municipalidad de Viña del Mar y Pullman ofrecen una iniciativa sustentable y gratuita, con modalidad Hop on / Hop off, recorre puntos icónicos como el Reloj de Flores y el Teatro Municipal, destacando Mall Marina como parada clave para el turismo de compras. El bus, con capacidad para 48 pasajeros, es pet friendly, accesible y cuenta con puertos USB. Funciona de martes a domingo y requiere inscripción previa en la web municipal



## PUNTO VERDE MALL CURICÓ

En el Punto Verde del Mall Curicó 2024 gestionamos **69.481 kg de residuos**, representando un crecimiento del **62,3% respecto a 2023**. Este avance equivale a preservar 1.173 árboles y 97.000 litros de agua, reforzando nuestro compromiso con una gestión sostenible de recursos

# 7. Atractivos de inversión



	Sólidos indicadores operacionales en línea con principales comparables de mercado <b>Ventas CLP 320 mil / m<sup>2</sup> mensual</b>
	Destacada eficiencia operacional <b>Margen EBITDA de 93%</b>
	Centros comerciales de primer nivel <b>Ocupación pandemia de 96%<sup>(1)</sup></b> <b>Ocupación actual de 99%</b>
	Diversificación de ingresos por arriendo <b>Amplia base de clientes con ~47% en base a tiendas menores</b>
	Capacidad de generación de flujos estables de largo plazo <b>100% de arriendo indexados / 90% componente fijo</b> <b>Duración contratos fijos de 5,9<sup>(2)</sup> años promedio</b>
	Comprometido con el crecimiento sostenible (ESG) <b>100% ERNC / Mapeo de Stakeholders</b>



1) Excluye Torres  
2) Duración según ingresos por arriendo. Excluye torres, módulos y espacios

### 3. Información financiera

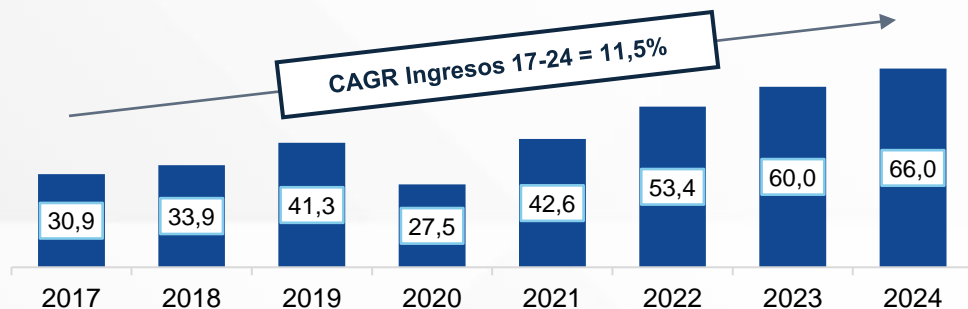


# 1. Principales cifras financieras

Sólido desempeño y rápida recuperación a niveles pre pandemia

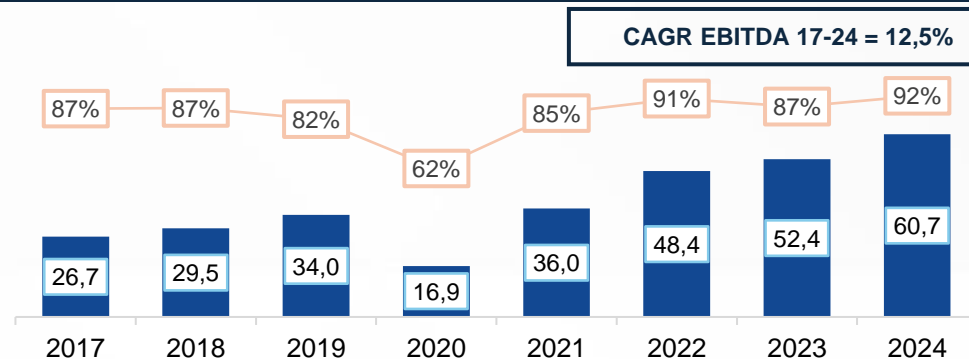
## Ingresos totales

(CLP miles de millones)



## EBITDA y margen EBITDA

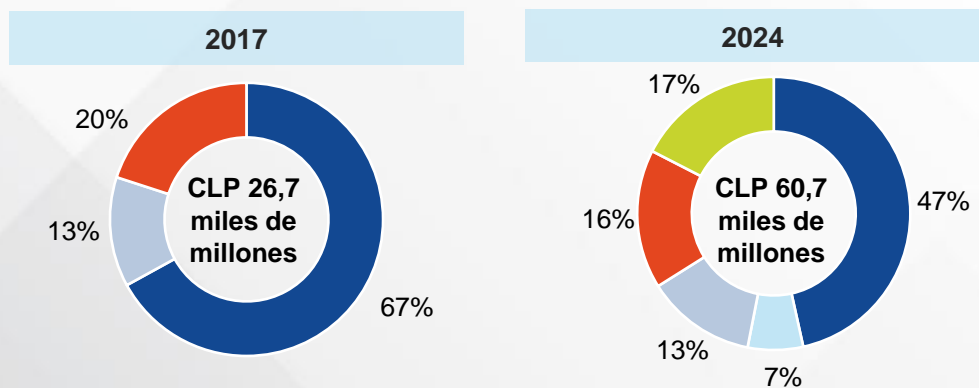
(CLP miles de millones; %)



## Distribución EBITDA

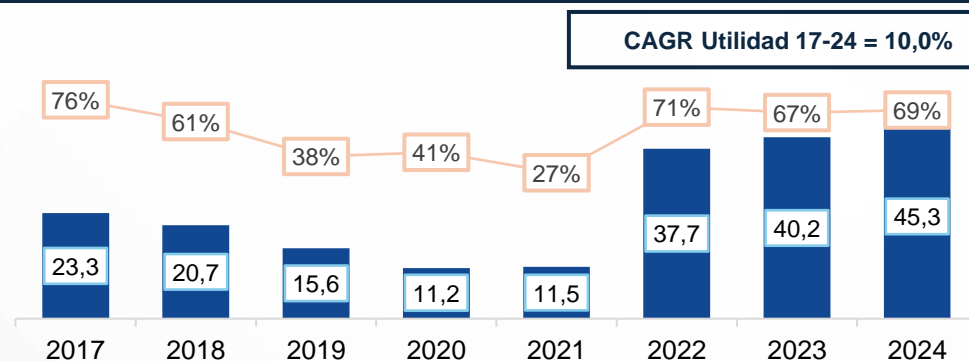
(%)

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



## Utilidad y margen Utilidad

(CLP miles de millones; %)

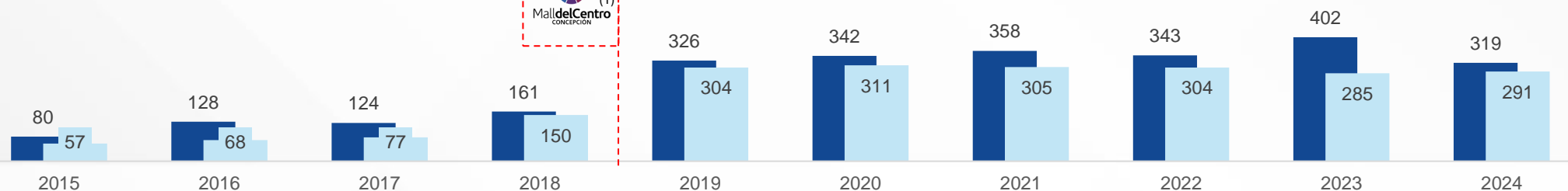


## 2. Posición financiera de la Compañía (1/2)

Adecuados niveles de endeudamiento

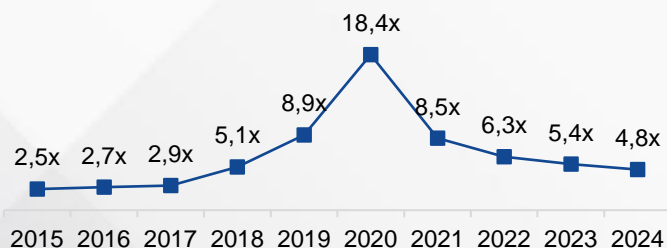
### Deuda financiera (CLP miles de millones)

■ Deuda Financiera ■ Deuda Financiera Neta<sup>(2)</sup>

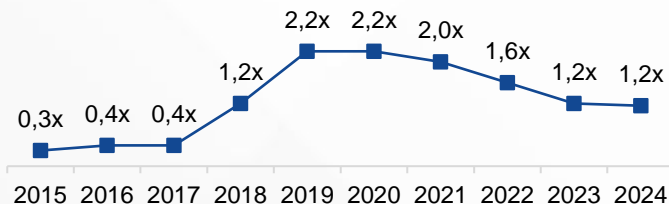


### Ratios financieros

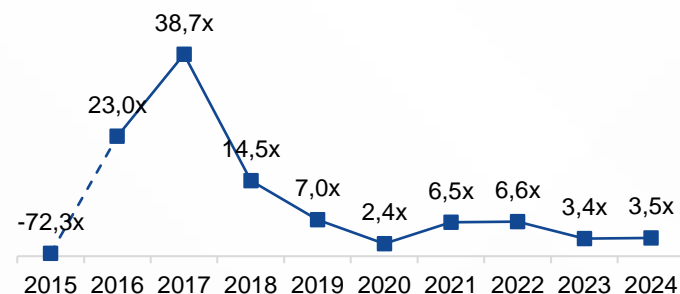
#### Deuda Financiera Neta<sup>(2)</sup> / EBITDA



#### Deuda Financiera Neta<sup>(2)</sup> / Patrimonio



#### Cobertura Gastos Financieros Netos<sup>(3)</sup>



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

Cifras al 31 de diciembre 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)

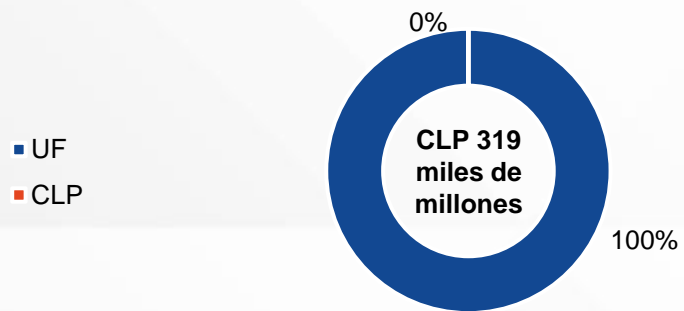


## 2. Posición financiera de la Compañía (2/2)

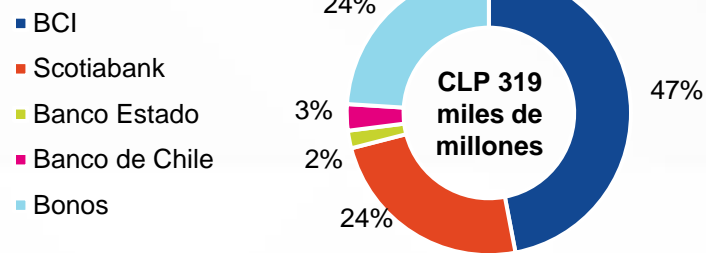
Objetivo aumentar duración actual y calzar duración a ingresos por arriendo

### Apertura de Deuda Financiera

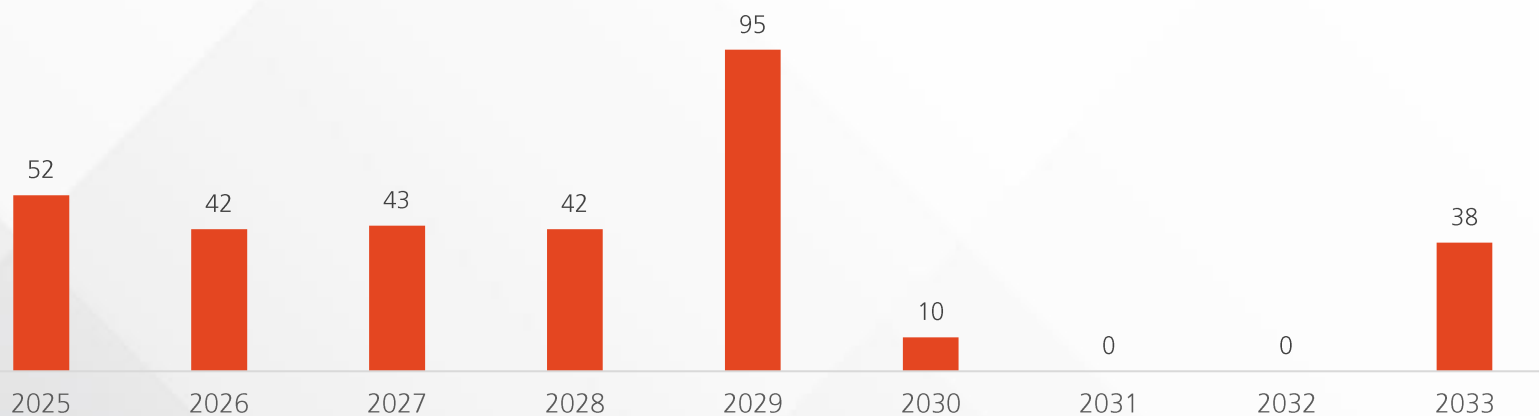
#### Apertura por moneda



#### Apertura por institución



### Perfil de vencimiento de Deuda Financiera 4T24 (CLP miles de millones)



AA / AA- (+)<sup>(1)</sup>  
Feller / ICR

3,5 años  
Duración de  
Deuda Financiera

5,9 años  
Duración promedio  
ingresos por arriendo



(1) Con fecha 2 de octubre de 2024, ICR asigna tendencia Positiva a la clasificación de Inmobiliaria Mall Viña del Mar (Grupo Marina)

# GrupoMarina®

Presentación Corporativa  
Diciembre 2024



MallMarina®



MallCuricó®



Mall del Centro®  
CONCEPCIÓN