



Año

20
22

Presentación de Resultados

Cuarto trimestre



01

Eventos Relevantes

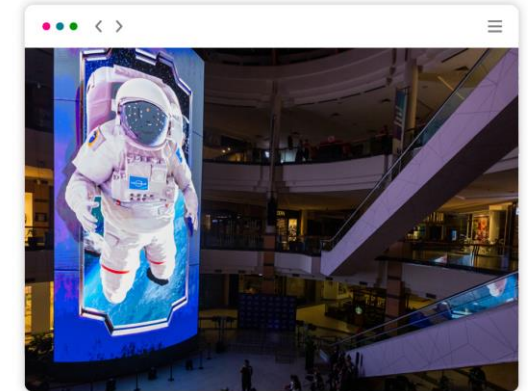


01 Avances Estratégicos del Trimestre

1

Lanzamiento de pantallas gigantes 3D interactivas más grandes de Latinoamérica

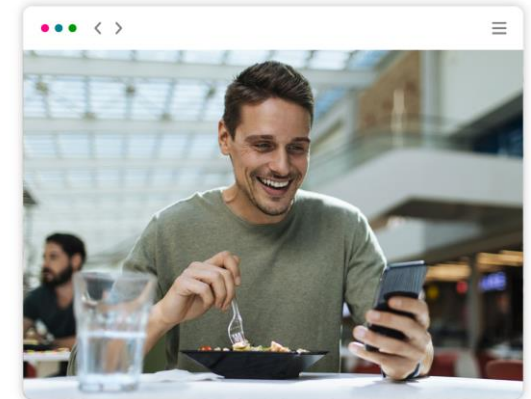
Inauguración de **pantallas 3D interactivas** en 3 ubicaciones de la compañía. Proyecto que destaca la innovación y la creación de experiencias memorables.



2

Cencosud Shopping impulsa la innovación

Uno de los principales patrocinadores del evento **Startups Latam Fest**, evento considerado como uno de los más grandes de Latam, relacionado con Startups, dando cuenta en su apoyo por la innovación al ser una marca vanguardista.



3

Compromiso con la Comunidad: #AltoalCáncer recibe premio de la ONU

Campaña Alto al Cáncer, realizada en Alto Las Condes, tomó parte nuevamente este año en el mes de octubre. La campaña fue lanzada junto a **Fundación Arturo Lopez Perez (FALP) y Palpa.**

4

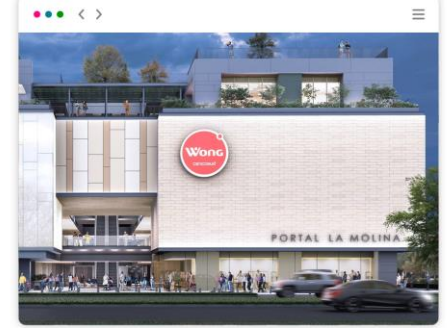
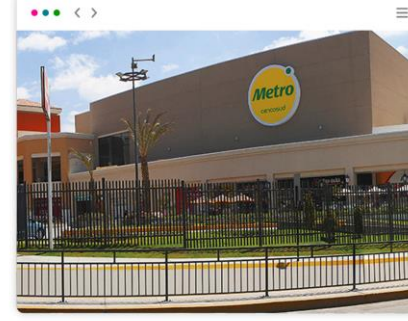
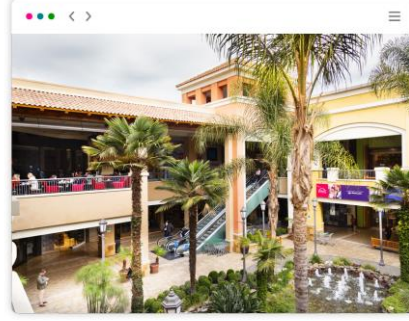
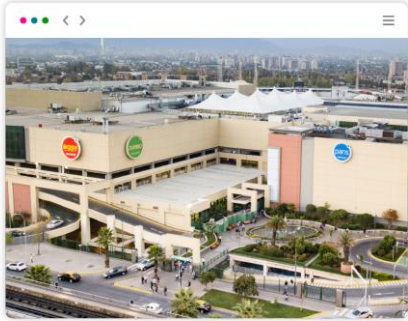
Cencosud Shopping logra ser parte de DJSI Mila.



**Dow Jones
Sustainability Indexes**

02

Avances Proyectos de la Región



Chile

Remodelación y ampliación del **Portal Temuco y Osorno** finalizada y en proceso de habilitación para su comercialización.

Transformación planta baja del **Costanera Center** por 2.460 m² para *Retail*.

Perú

Primera etapa de **La Molina** terminada, encontrándose en proceso de habilitación por las autoridades locales.

32 locales ya comercializados, ampliando así el mall en **8.000 metros cuadrados**.

Proyecto contempla **40.828 m²** totales de GLA.

Colombia

Inauguración de la remodelación y ampliación de **Altos del Prado**.

En proceso de comercialización alcanzando a la fecha alrededor de un **72% de ocupación**.

03 Avances de Omnicanalidad – App “mi mall”

Destacados App “mi mall”

Fines de
2021

Lanzamiento de app “Mi mall”

+45.000

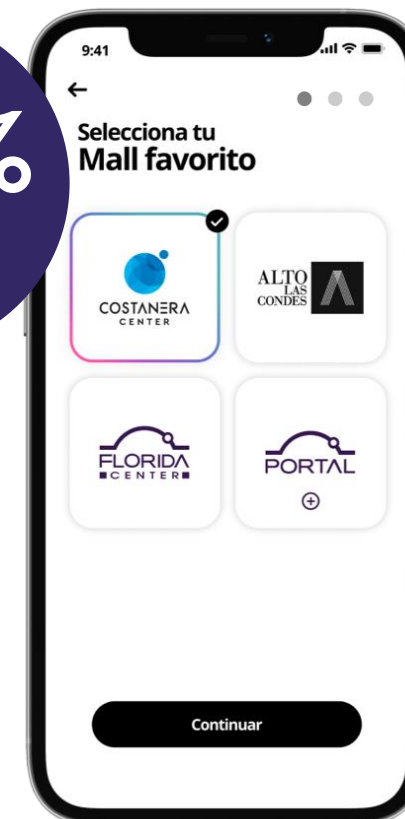
Usuarios de “AutoPass”⁽¹⁾

**“Disfrutar es
más fácil”**

Propuesta de valor de la App dentro de nuestros malls

 **+375 mil**
Descargas de la App

+25%
(vs 3T22)



Novedades App “Mi Mall”

- Incorporación de canje de **Puntos Cencosud** para el pago de estacionamiento
- Módulo dirigido a la **post venta** para evaluar la experiencia del cliente
- Opción para la compra de tickets **Sky Costanera**
- **Nueva funcionalidad “wayfinder”** para búsqueda de tiendas dentro del Mall

⁽¹⁾ AutoPass: pago automático del estacionamiento de una forma más rápida y sencilla.

02

Resultados Trimestrales



01 Resumen Ejecutivo 4T22

CLP millones	4T22	4T21	Var. %	12M22	12M21	Var %
Ingresos	82.032	78.127	5,0%	286.950	215.063	33,4%
EBITDA Ajustado (NOI)	76.368	74.906	2,0%	258.153	195.781	31,9%
% EBITDA Ajustado (NOI)	93,1%	95,9%	-278 bps	90,0%	91,0%	-107 bps
Resultado No Operacional	-21.378	-18.662	14,6%	-83.353	-44.741	86,3%
Utilidad Neta de Revalúo	45.126	47.231	-4,5%	159.683	126.036	26,7%
FFO	61.469	57.315	7,2%	211.005	153.808	37,2%



- > **Ingresos:**
 - + GLA autorizado para operar
 - + gestión comercial y mejora en las condiciones promedio de los contratos
 - + fortaleza y desempeño en tráfico y ventas
 - + incremento en la tasa de ocupación

- > **FFO:** explicado por una mayor utilidad del periodo producto de una normalización a niveles pre pandemia y el buen desempeño del negocio.

- > **EBITDA Ajustado (NOI):** en línea con el crecimiento de ingresos y su mayor ocupación, parcialmente contrarrestado por mayores costos de contribuciones de bienes raíces y gastos de administración y venta indexados a la UF.

- > **Utilidad sin Revalúo:**
 - + buen desempeño del negocio
 - mayor inflación que impacta unidades de reajuste y variaciones por tipo de cambio.

02

Principales Cifras Operacionales

Tasa Ocupación: demuestra una recuperación gradual de la vacancia generada por la pandemia, con la comercialización de nuevos locales, y la necesidad de mayores metros cuadrados de algunos locatarios ya ubicados en los centros comerciales de Cencosud Shopping.

Visitas: impacto positivo explicado por un aumento paulatino del turismo, el retorno parcial a las oficinas y una estabilización en el hábito de compra de los consumidores post-pandemia.

Ventas: creció 1,2% frente al 4T21 por un recupero gradual de los rubros de gastronomía y entretenimiento, contrarrestado parcialmente por el menor consumo que afectó los rubros de tiendas por departamento y *retail* en general.

SSR: cae ligeramente, en Chile y Colombia, producto del cobro del arriendo variable que se vio impactado por las ventas. Además, en Colombia, se ve una caída producto de la comercialización del Portal Altos del Prado que ha sido más lenta. En Perú el crecimiento se ha normalizado.



1.346.312

m² de GLA
total



97,8%

de ocupación,
+26 bps vs 4T21



1,2%

de ventas vs
4T21



+4,4%

de visitas,
alcanzando 31
millones en 4T22



-5,9%

SSR en Chile

+8,5%

 SSR Perú

-18,9%

 SSR Colombia

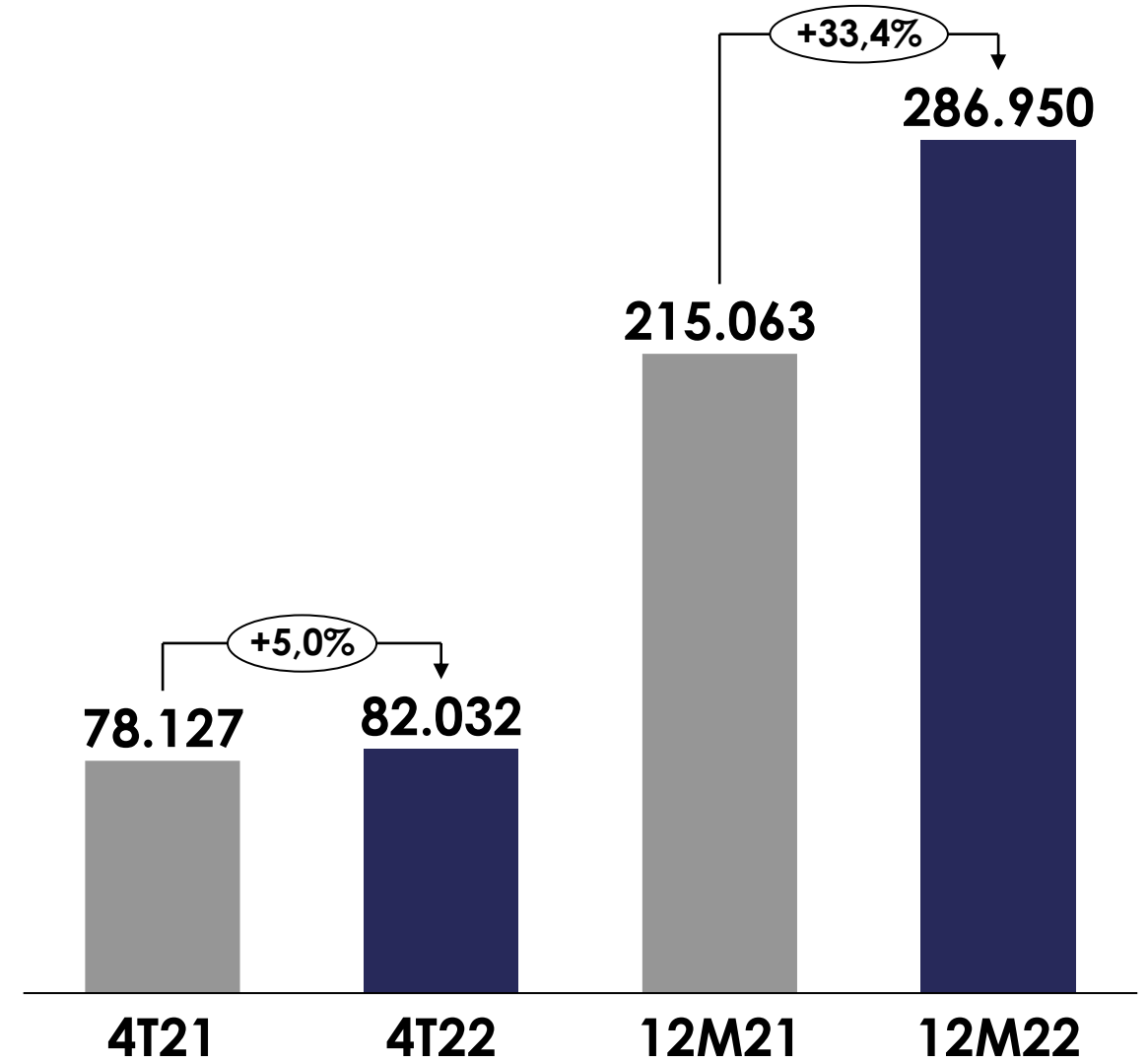
03

Resultados Consolidados

CLP MILLONES AL 31 DE DICIEMBRE 2022

Ingresos

- Gestión comercial logra cierre de contratos bajo mejores condiciones;
- Aumento en la tasa de ocupación;
- Aumento paulatino del turismo y retorno parcial a las oficinas;
- Estabilización en el hábito de compra de los consumidores post-pandemia; y
- Recupero gradual del flujo en los centros comerciales.

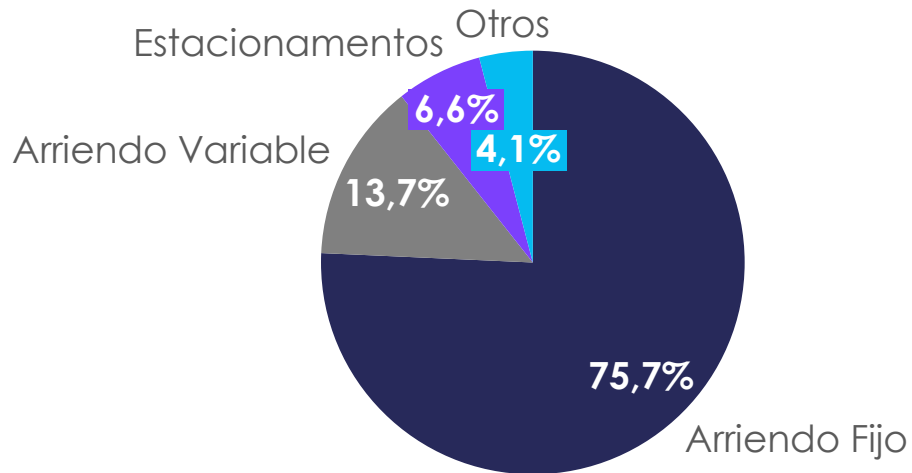


04

Resultados Consolidados

CLP MILLONES AL 31 DE DICIEMBRE 2022

Composición de ingresos



Tasa de Ocupación

97,8%
+ 26 bps vs 4T21

Duración de los contratos

75,2%

Contratos firmados a más de 5 años



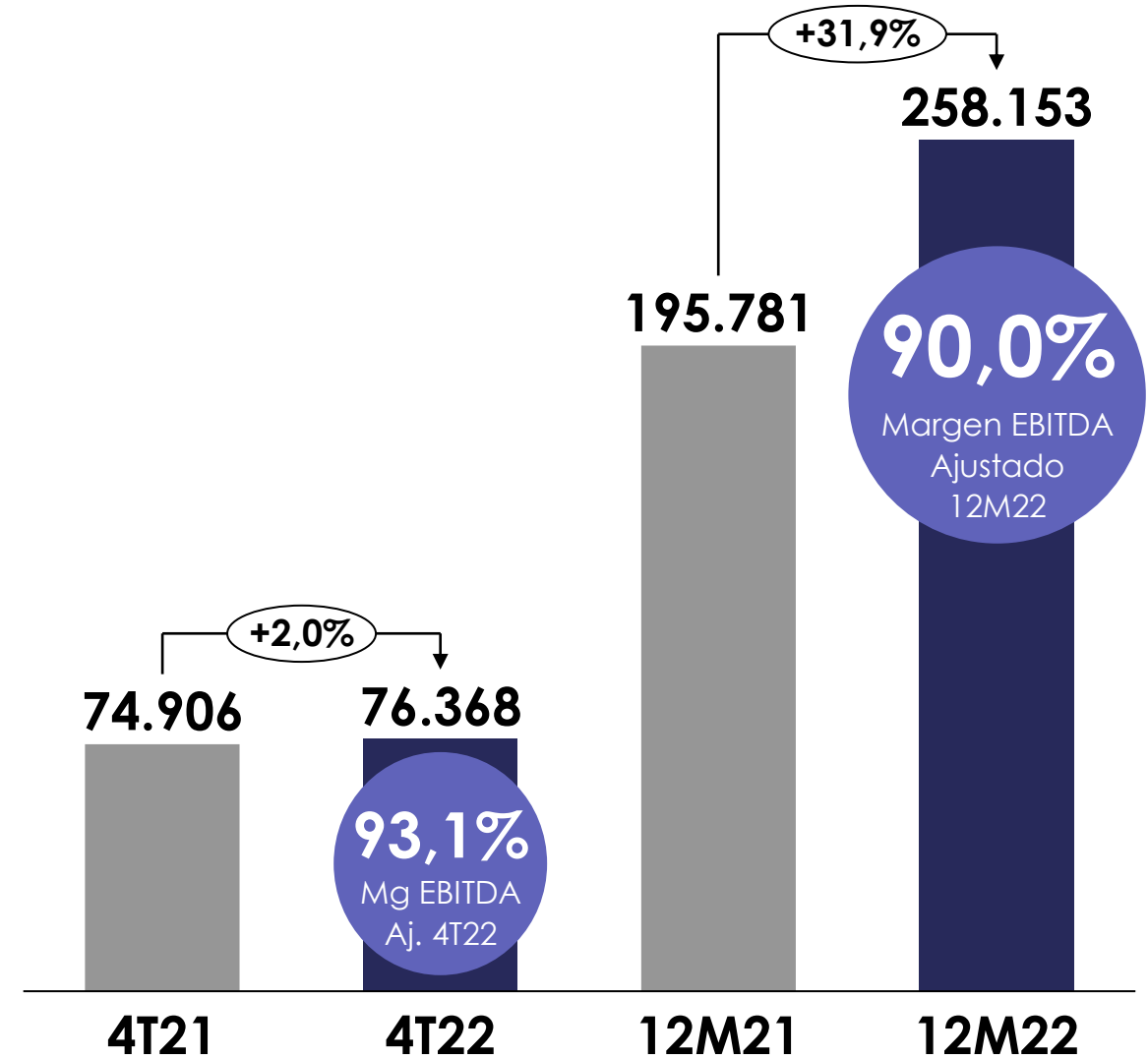
05

Resultados Consolidados

CLP MILLONES AL 31 DE DICIEMBRE 2022

EBITDA Ajustado

- Crecimiento de ingresos por mayor tasa de ocupación y GLA en 8.145m²;
- Mejores condiciones de los contratos firmados;
- Contrarrestado parcialmente por mayores costos de contribuciones de bienes raíces; y
- Gastos de Administración y Venta indexados a la inflación.



06

Impuesto y Resultado No Operacional

CLP MILLONES AL 31 DE DICIEMBRE 2022

Resultado No Operacional	4T22	4T21	Var. %	12M22	12M21	Var. %
Costo Financiero Neto	-834	-2.554	-67,3%	-4.784	-10.356	-53,8%
Diferencias Tipo Cambio	-4.081	1.260	N.A.	409	2.575	-84,1%
Resultado Unidad Reajuste	-16.463	-17.369	-5,2%	-78.978	-36.959	113,7%
Resultado No Operacional	-21.378	-18.662	14,6%	-83.353	-44.741	86,3%

Impuesto a la Renta	4T22	4T21	Var. %	12M22	12M21	Var. %
Impuesto diferido Reval. Activos	-9.775	538	N.A.	-7.477	16.735	N.A.
Impuesto diferido otros	4.201	6.023	-30,3%	27.247	6.613	312,0%
Impuesto corriente	-14.028	-14.995	-6,4%	-42.185	-31.503	33,9%
Total	-19.602	-8.434	132,4%	-22.415	-8.155	174,9%
Impuesto diferido total (FFO)	-5.574	6.561	N.A.	19.771	23.348	-15,3%

- Variación en la **diferencia de tipo de cambio**, por la devaluación del CLP frente al USD, respecto al mismo período de 2021, originado por activos financieros mantenidos en divisas.
- El menor **costo financiero neto** se debe a los mayores intereses de la deuda por el aumento de la UF, compensado parcialmente por el rendimiento positivo de fondos en efectivo, que se fueron acumulando con el objetivo del pago de dividendos del último trimestre del año 2022.
- Mayor **impuesto diferido** impactado por el reconocimiento de un mayor ingreso por revaluó, comparado con el 4T21.

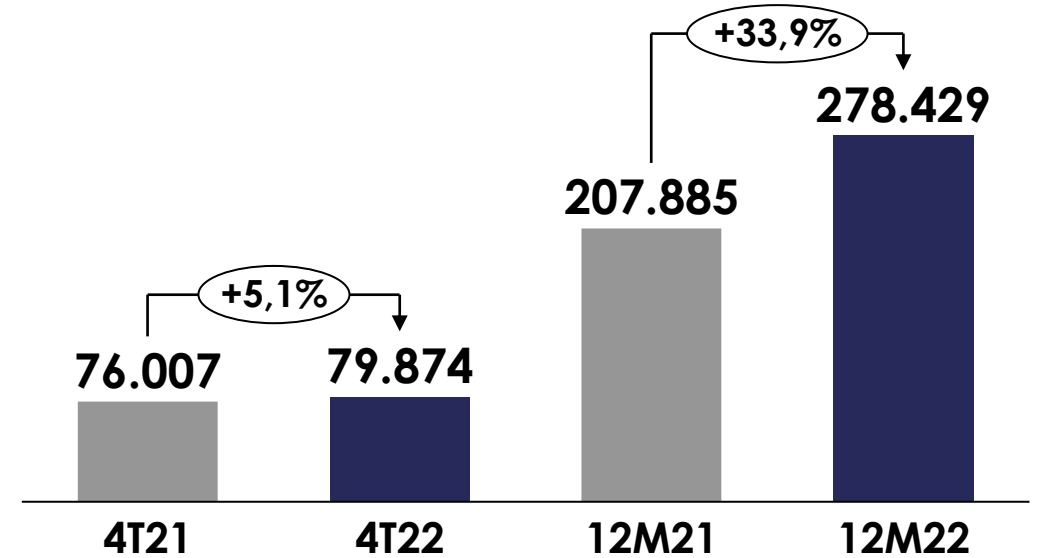


Chile – Normalización de los Flujos y sus Visitas

CLP MILLONES AL 31 DE DICIEMBRE 2022

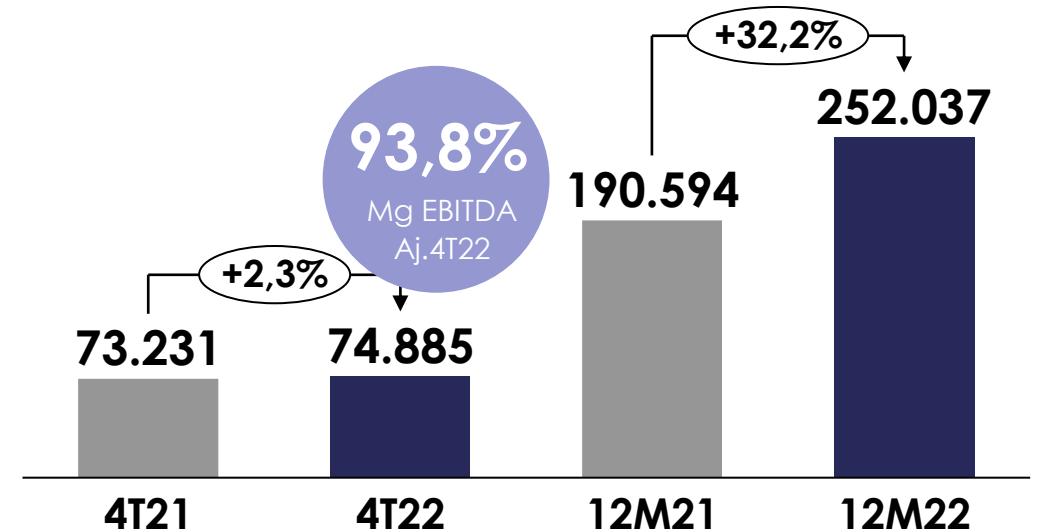
Ingresos

- Mejores condiciones comerciales en el cierre de nuevos contratos y renovaciones;
- Mejora en la vacancia, cercana a niveles históricos; y
- Mayor flujo de clientes tanto en los Malls como en el Sky Costanera y Estacionamientos.



EBITDA Ajustado

- Crecimiento en ingresos;
- Contrarrestado parcialmente por mayores costos de contribuciones; y
- Mayores gastos de Administración y Venta indexados a la inflación.



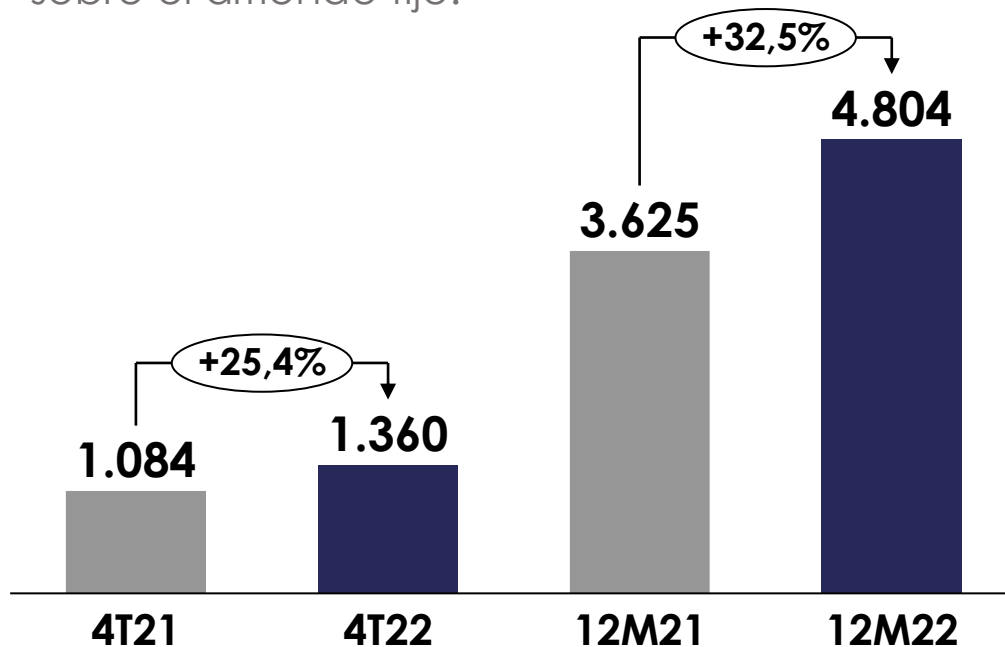


Perú – Mejor desempeño y Menores Restricciones

CLP MILLONES AL 31 DE DICIEMBRE 2022

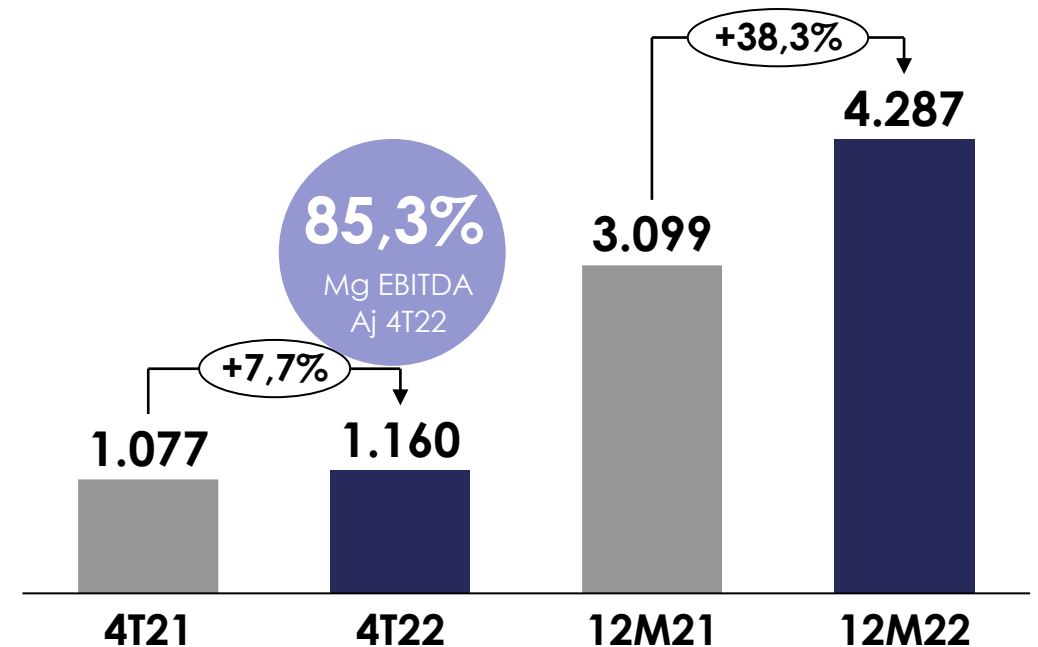
Ingresos

- Menores restricciones, asociados al COVID-19, resultando en mayores aforos y crecimiento de visitas; y
- Fin de los descuentos otorgados a los locatarios sobre el arriendo fijo.



EBITDA Ajustado

- Mayores ingresos y mejor desempeño del negocio;
- Contrarrestado parcialmente por mayores contribuciones y mayores costos asociados a pólizas de seguro.



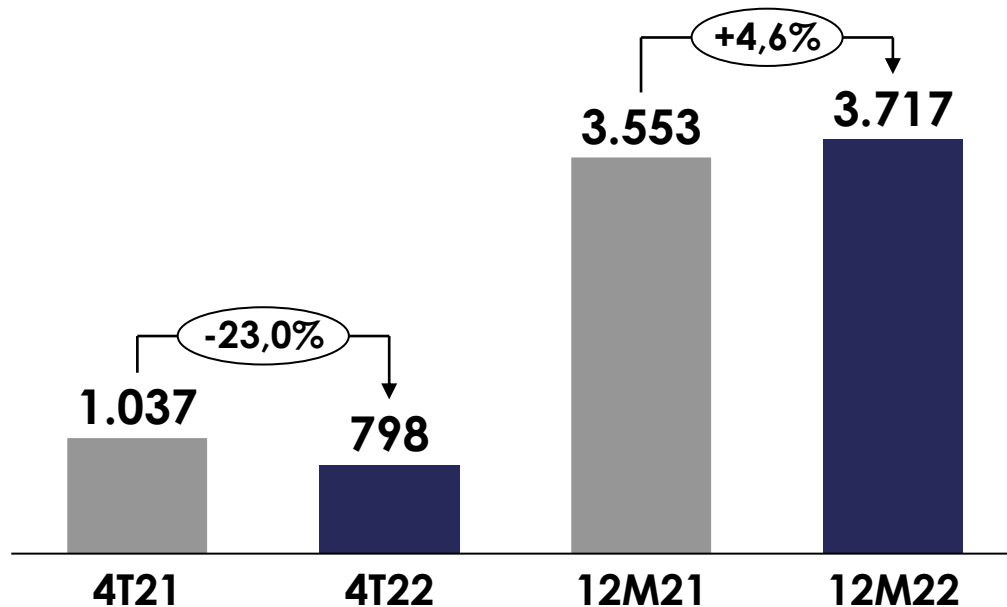


Colombia – Disminución en las ventas y consumo

CLP MILLONES AL 31 DE DICIEMBRE 2022

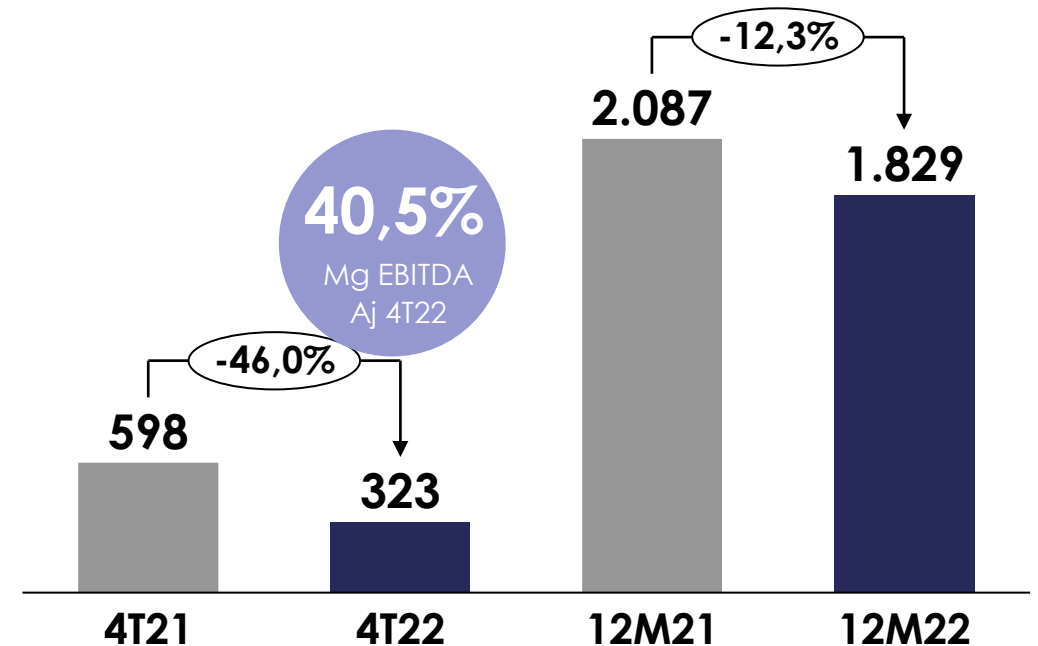
Ingresos

- Explicado por el cierre parcial del Portal Altos de Prado durante su proceso de remodelación hasta noviembre 2022; y
- Disminución en las ventas por menor consumo.

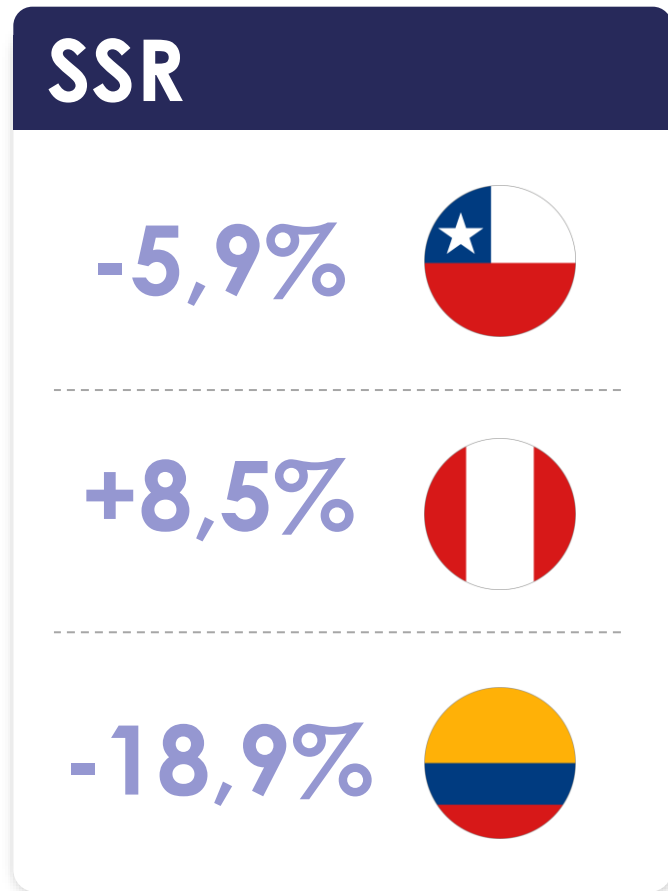
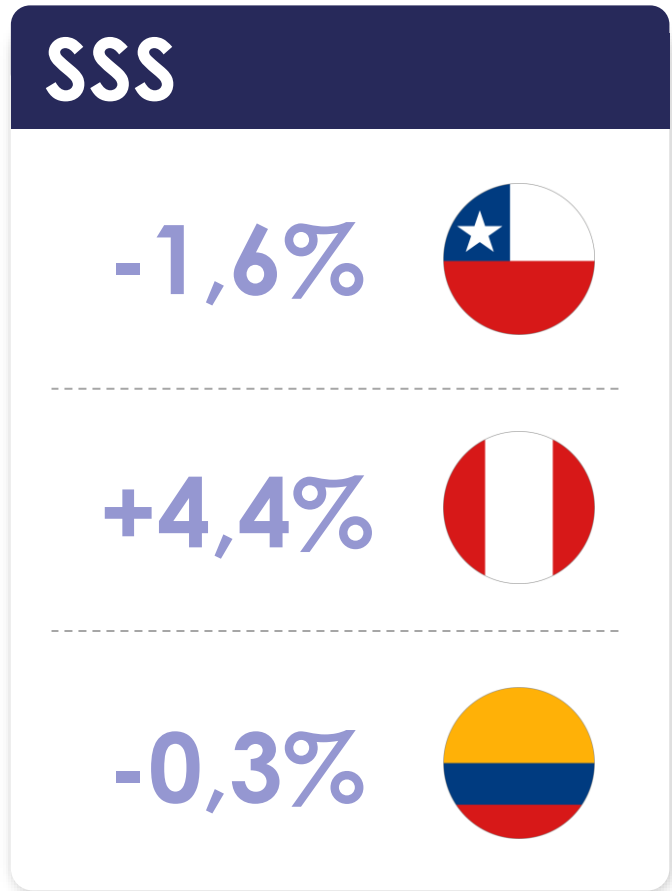


EBITDA Ajustado

- Menores ingresos, sumado al aumento de contribuciones, mayores honorarios por gastos comunes -causado por la reapertura de los centros comerciales post pandemia- y aumento de gastos a nivel general indexado al funcionamiento normalizado.

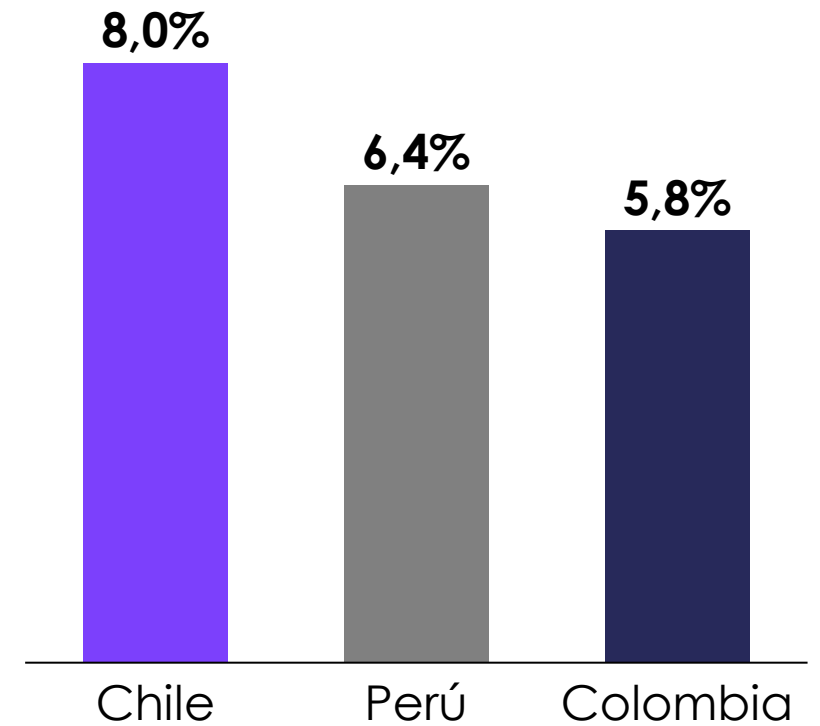


10 Sólidos Ratios Competitivos



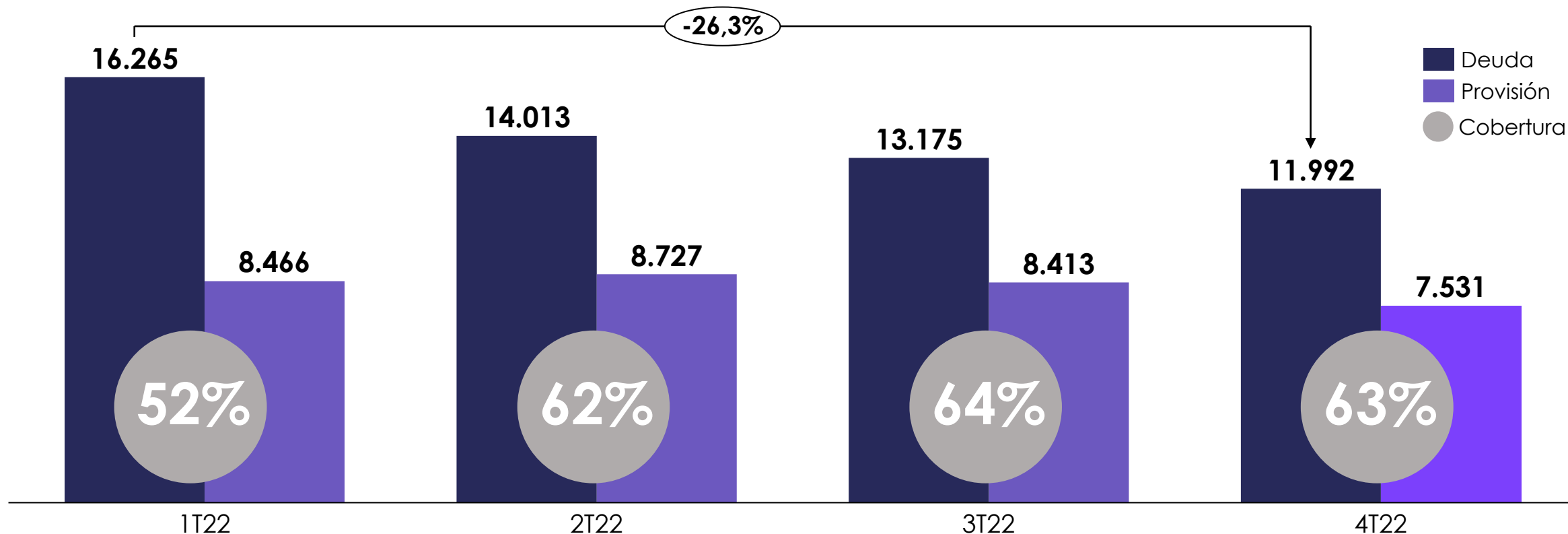
Costo Ocupación

- De los más **competitivos** del mercado.



11 Gestión Proactiva sobre las Cuentas por Cobrar^{1 2}

- Reducción de 26,3% de la deuda de locatarios por reapertura de las operaciones y vuelta a la normalidad en el flujo y vistas.



1 Cifras de cuentas por cobrar incluye deuda de clientes de Chile.

2 Cobertura es medido como el total de provisiones sobre el total de la cartera de clientes.

12 Estructura de Capital Conservadora

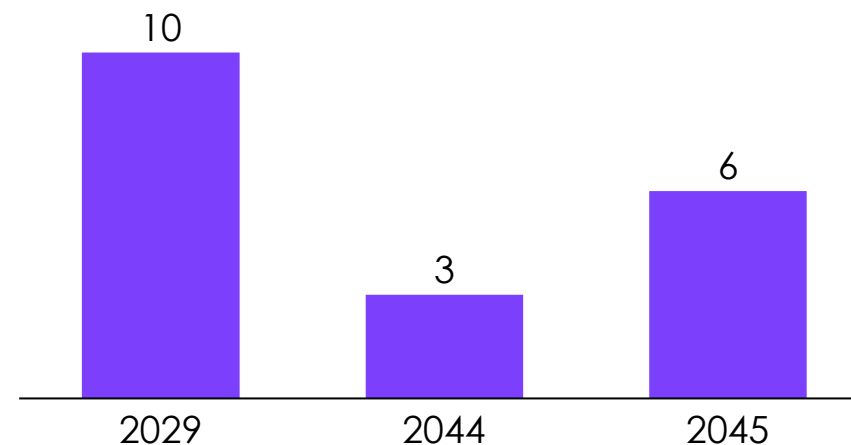
CLP millones	dic 22	dic 21
Deuda Financiera Bruta	674.550	595.692
Duración (años)	11,7	12,3
Caja	98.965	78.353
Deuda Financiera Neta	575.585	517.339

(en veces) ³	dic 22	dic 21
Utilidad / Total Activo	0,04	0,02
Utilidad / Total Patrimonio	0,07	0,03
DFN / EBITDA Ajustado LTM	2,23	2,64

- Al 31 de diciembre de 2022, **el 100% de la deuda** de la Compañía expuesta a tasa de interés está pactada a tasa fija. Esta deuda corresponde a obligaciones con el público en UF;
- La duración de la deuda es de **11,7 años**;
- El costo promedio de la deuda es 1,54%¹

Holgado

calendario de amortizaciones²



2,23 veces

de los menores DFN/EBITDA Ajustado de la industria

Clasificación de Riesgo Local: **Feller.Rate AA+**  **Humphreys AA+**

⁽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⁾Ratios de resultado consideran la utilidad de los últimos doce meses.

Información importante

La información contenida en esta presentación ha sido preparada por Cencosud Shopping S.A. ("Cencosud Shopping") 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 Cencosud Shopping 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.

Cencosud Shopping 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 Cencosud Shopping. 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.



*Shopping
Centers*

cencosud