

Cencosud Shopping S.A.

Presentación de Resultados

Cuarto Trimestre 2023

cenco^o
malls



01

Eventos Relevantes 4T23





1.1 Nueva identidad: **cenco** malls

El cambio de identidad a **Cenco Malls** responde a la estrategia regional de crecimiento, posicionando a la Compañía como un operador reconocido, regional y consistente con el propósito de **liderar la generación de espacios y experiencias memorables** para un mundo mejor.

Marca regional, una mirada común

Previamente, la Compañía operaba bajo diversas marcas a través de sus distintos centros comerciales, **sin una identidad transversal**. Cenco Malls, una **marca regional**, dará **identidad y reconocimiento de marca** a los malls de la Compañía.



Mayores eficiencias en Marketing

Bajo la marca paraguas **Cenco Malls**, la Compañía podrá **apalancar sus esfuerzos** y alcances de *Marketing* a través de un nombre reconocido y querido en la región.

cenco
Alto las Condes

cenco
Costanera





1.2 Eventos relevantes



Cenco La Molina obtiene licencia de funcionamiento y abrió sus puertas al público

La primera etapa del centro comercial llega a un total de 14.328 m², incluyendo un supermercado Wong como tienda ancla y más de 70 locales, de los cuales 40 ya están abiertos al público.

Reconocimiento a Cenco La Dehesa por planta de reutilización de aguas grises

La Compañía ha sido reconocida con el 1^{er} lugar en el premio de innovación social por parte de la Cámara de Centros Comerciales por su proyecto de reutilización de aguas grises en Cenco La Dehesa.

Encuentro Nacional del Comercio en Sky Costanera

En esta instancia, la cual reunió a líderes de destacadas empresas del mercado, se reconoció el aporte al turismo de la región y el valor de Sky Costanera para visitantes de todo el país y turistas del mundo. El evento contó con la participación del Presidente de Chile, Gabriel Boric.

EtM day 2023, emprende tu mente

La Compañía fue patrocinadora Silver en el tercer encuentro internacional de innovación, emprendimiento e inversión organizado por “emprende tu mente”.

App Mi Mall llega a más de 250.000 usuarios

Durante el trimestre, la app Mi Mall llegó a más de 250.000 usuarios registrados desde su lanzamiento a fines de 2021.



1.3 Avances Plan de Inversión

Apertura Cenco de La Molina

El nuevo mall incorporó 10.037 m² de GLA y recibió a 40 nuevos locatarios. Actualmente, la Compañía trabaja en las siguientes etapas, a través de las cuales busca transformar Cenco La Molina en el principal mall del distrito a través de una propuesta experiencial.

Centro comercial Vitacura

La Compañía reactivó la tramitación de los permisos de la Declaración de Impacto Ambiental. El centro comercial en Vitacura es un proyecto familiar, abierto y que ofrecerá diversas opciones gastronómicas, un cine, una sala de teatro, entre otros, a través de más de 70.000 m² de GLA.

Cenco Temuco

Se ingresó la Declaración de Impacto Ambiental (DIA) en relación al proyecto de ampliación de Cenco Temuco, a través del cual se espera ampliar el centro comercial a 77.000 m² de GLA.

Centro de entretenimiento

Cenco Costanera habilitó más de 2.500 m² de GLA para inaugurar el nuevo centro de entretenimiento, en el sexto piso de Costanera Center, incrementando así su propuesta de entretenimiento.

Darkstore

En el piso -5 del centro comercial Cenco Costanera, en un espacio sin uso comercial previo, están habilitando más de 8.000 m² para la incorporación de un *Darkstore*. El proyecto tiene sus permisos aprobados y obras en curso, con apertura estimada para el segundo trimestre de 2024.

cenco
Costanera





1.4 Avances Plan de Inversión

Cenco Rancagua

La Compañía ingresó la Declaración de Impacto Ambiental (DIA) para la ampliación del centro comercial en Rancagua, incrementando su GLA en aproximadamente 34.000 m².

Cenco Florida

Con casi 1.500 m² de GLA, se inauguró un nuevo gimnasio en Cenco Florida, como parte del foco del Plan de Inversión de potenciar la propuesta de entretenimiento, esparcimiento y vida sana en el *mix* de GLA de la Compañía.



Cenco Limonar

La reconversión y ampliación de Cenco Limonar en Cali, Colombia se encuentra en pleno desarrollo y se espera su inauguración durante 2024. Esta ampliación llevará al centro comercial a más de 23.000 m² de GLA hacia fines de año.

02

Resultados 4T23





2.1 Resumen Ejecutivo 4T23

Ingresos: aumentaron 2,7% a/a, impulsados por la colocación de casi 16.000 m² de GLA vs diciembre 2022, la mejora en la tasa de ocupación en Perú (+48 bps consolidado) y el aumento de ingresos provenientes de Sky Costanera y estacionamientos. **Sin one off ⁽¹⁾, ingresos crecerían 3,7%**.

EBITDA Ajustado (NOI): disminuyó 0,6% frente a 4T22, junto a un **margen EBITDA** de **90,1%**, explicado principalmente por una comparación desfavorable en el costo de ventas por *one offs*. Excluyendo estos efectos, el **margen EBITDA Ajustado habría sido de 91,6%** para el trimestre.

FFO (Funds From Operations): registró una disminución de **7,6% a/a**, llegando a los CLP 56.820 millones en el trimestre, explicado principalmente por el aumento de 34,1% en los impuestos corrientes, y por un aumento del costo por ventas frente al 4T22.

Utilidad Líquida Distribuible: registró un aumento de **9,0%** a/a, producto de un Resultado por Unidades de Reajuste y Variaciones por Tipo de Cambio más favorables.

CLP millones	4T23	4T22	Var. (%)	12M23	12M22	Var. (%)
Ingresos	84.239	82.032	2,7%	314.785	286.950	9,7%
EBITDA Ajustado (NOI)	75.889	76.368	-0,6%	283.307	258.153	9,7%
% EBITDA Ajustado (NOI)	90,1%	93,1%	-301 bps	90,0%	90,0%	4 bps
FFO	56.820	61.469	-7,6%	229.032	211.005	8,5%
Utilidad neta de revaluación de activos	50.218	45.126	11,3%	196.134	159.683	22,8%
Utilidad Líquida Distribuible	49.387	45.294	9,0%	195.361	159.829	22,2%



¹ Efectos retroactivos puntuales que redujeron ingresos y aumentaron el costo.



2.2 Principales cifras operacionales

Tasa Ocupación: aumentó 48 bps impulsado por la expansión de 1.201 bps en la tasa de ocupación de Perú.

Visitas: aumentó 3,3% frente al 4T22 producto de una recuperación del turismo y el aumento de visitas de 18,2% en Cenco Osorno, al fortalecer la propuesta comercial con su ampliación.

Ventas de locatarios: registró una caída de 2,3%, explicado principalmente por los menores niveles de consumo en la región.

SSR: disminuyó en Chile en términos reales, explicado por la caída del consumo en 4T23, y el impacto negativo en ingresos por renta variable. En el caso de Colombia y Perú, el crecimiento a/a se explica por los mayores niveles de inflación y termino de descuento a los locatarios.

GLA total: 1.361.925 m²



98,2%

ocupación
+48 bps vs 4T22



-2,3%

ventas locatarios vs 4T22



+3,3%

Visitas
32,4 millones



SSR

-2,5%

Chile ⁽¹⁾

2,3%

Perú

40,0%

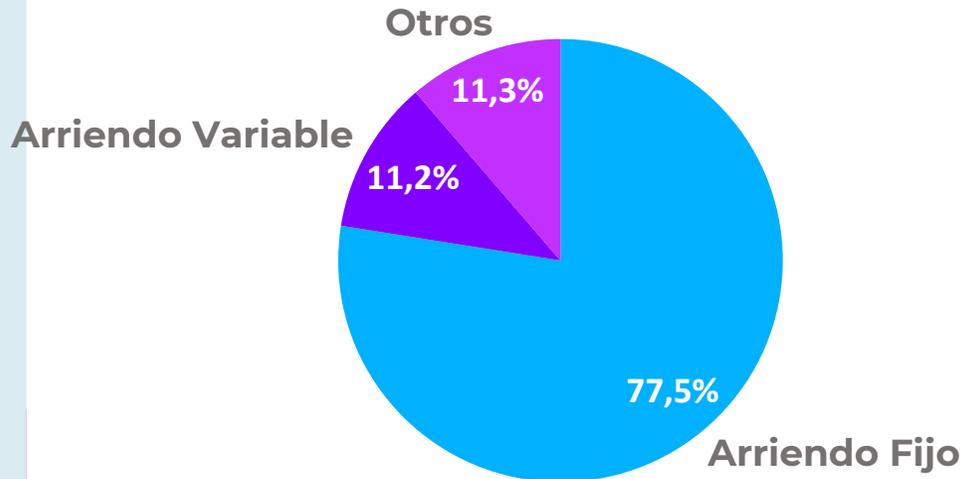
Colombia

¹ SSR de Chile se calcula en UF (unidad de cuenta ajustable por inflación en Chile). Al calcularlo en CLP, el SSR sería de 2,6%.

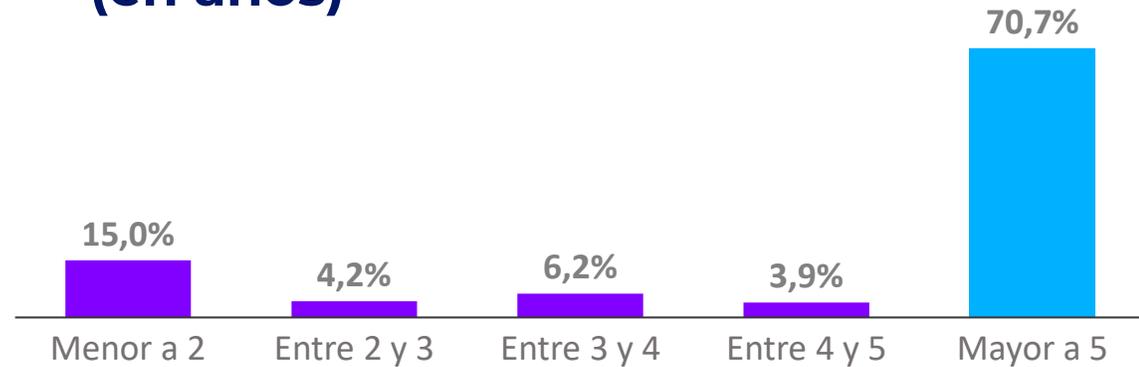


2.3 Estructura de ingresos resiliente

Composición de ingresos



Duración de los contratos (en años)



70,7%
Vence a más de 5 años

~11 años (1)
Promedio de duración

¹ Promedio ponderado de los contratos en base a su GLA.



2.4 Chile logra margen EBITDA de 91,2% a pesar de contracción del consumo (1)

Chile 4T23

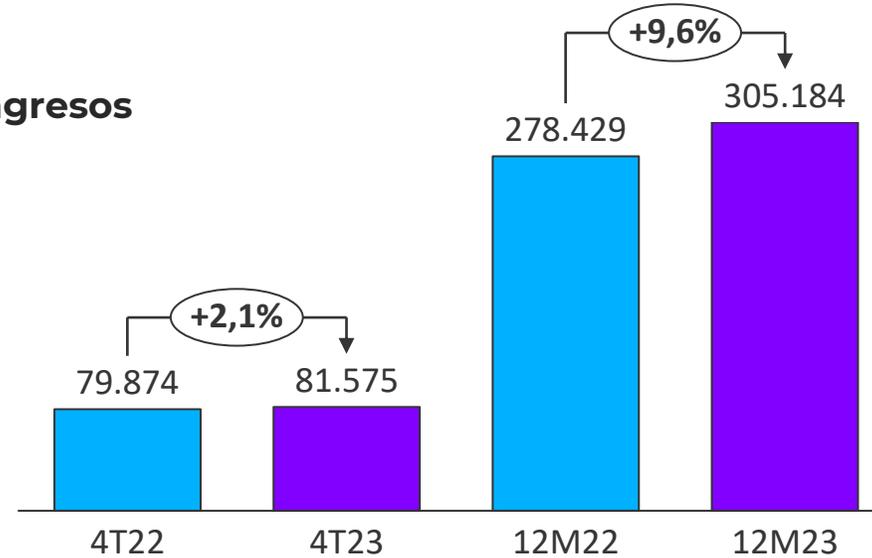
Ingresos +2,1%

- > Colocación de casi 7.000 m² de GLA desde diciembre 2022
- > Mayor tasa de ocupación (+5 bps a/a)
- > Mayores ingresos de *Parking* y *Sky Mirador*

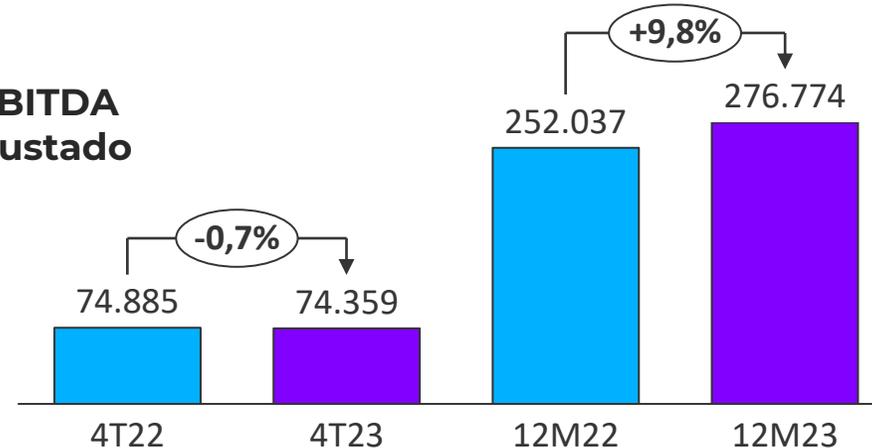
EBITDA Ajustado -0,7%

- > Base de comparación afectada por *one off positivo* en 2022
- > Logró un margen EBITDA de 91,2% pese a un escenario de consumo deprimido en el país

Ingresos



EBITDA Ajustado



Ingresos en ML
+2,1% vs 4T22



Margen EBITDA ajustado
91,2%

¹ Considera efectos retroactivos puntuales. Sin esos efectos, los ingresos habrían aumentado 3,2% vs 4T22.



2.5 Perú impulsado por mayor ocupación y apertura de Cenco La Molina

Perú 4T23

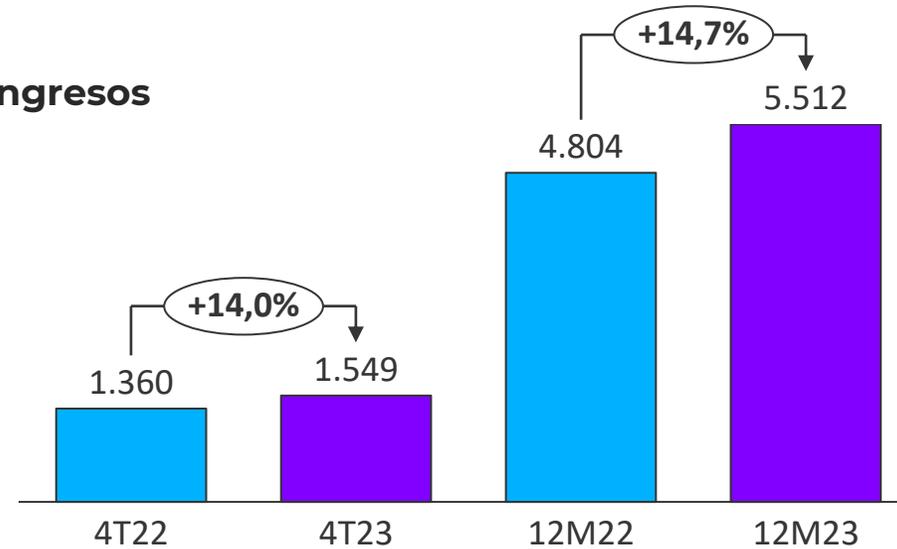
Ingresos +14,0%

- > Aumento de la tasa de ocupación en 1.201 bps
- > Incorporación de más 10.000 m² en Cenco La Molina
- > Mayores ingresos provenientes de terceros

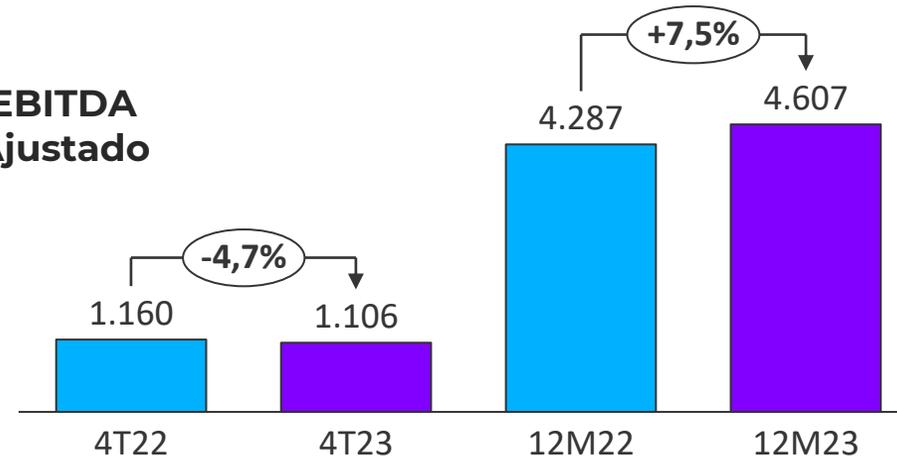
EBITDA Ajustado -4,7%

- > Mayor base de comparación en gastos por impactos positivos 4T22
- > Mayor gasto en publicidad pre y post apertura de Cenco La Molina

Ingresos



EBITDA Ajustado



Ingresos en ML

+13,0% vs 4T22



Margen EBITDA ajustado

71,3%



2.6 Cenco Altos del Prado registra sólido desempeño en Colombia

Colombia 4T23

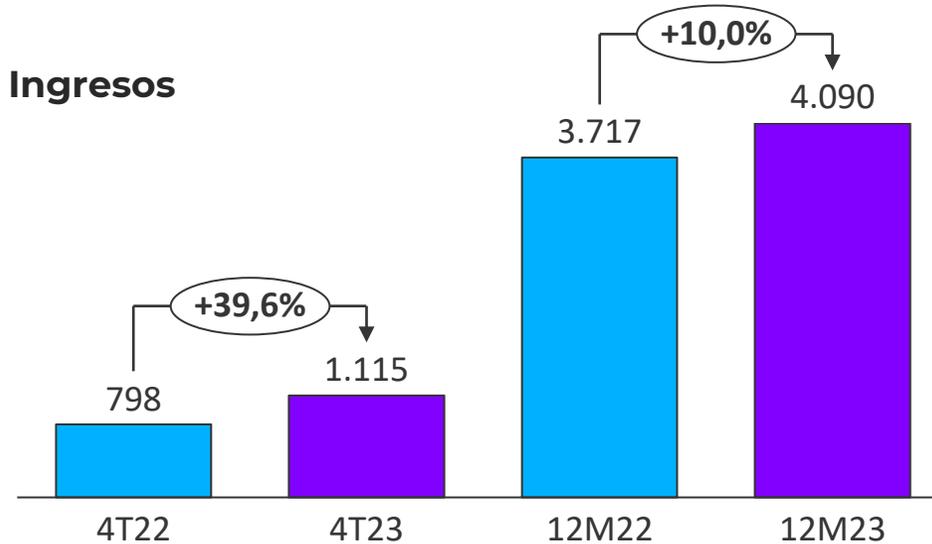
Ingresos +39,6%

- > Mejor desempeño en el centro comercial Cenco Santa Ana
- > Aumento de la venta en Cenco Altos del Prado y Cenco Santa Ana

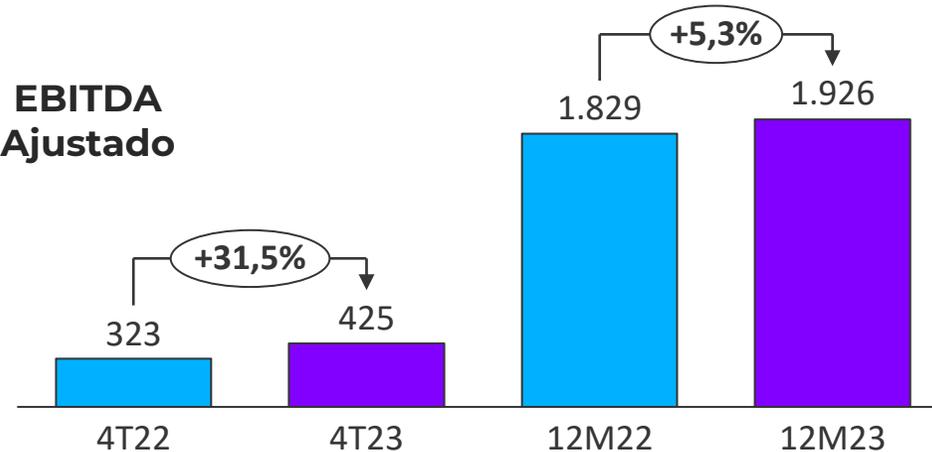
EBITDA Ajustado +31,5%

- > Aumento de 36,1% de la ganancia bruta
- > Aumento en los gastos de administración y venta

Ingresos



EBITDA Ajustado



Ingresos en ML

+20,6% vs 4T22



Margen EBITA ajustado

38,1%



2.7 Costo de ocupación competitivo pese a entorno desafiante

SSS ⁽¹⁾

 -7,9 %

 -5,0 %

 -9,9 %

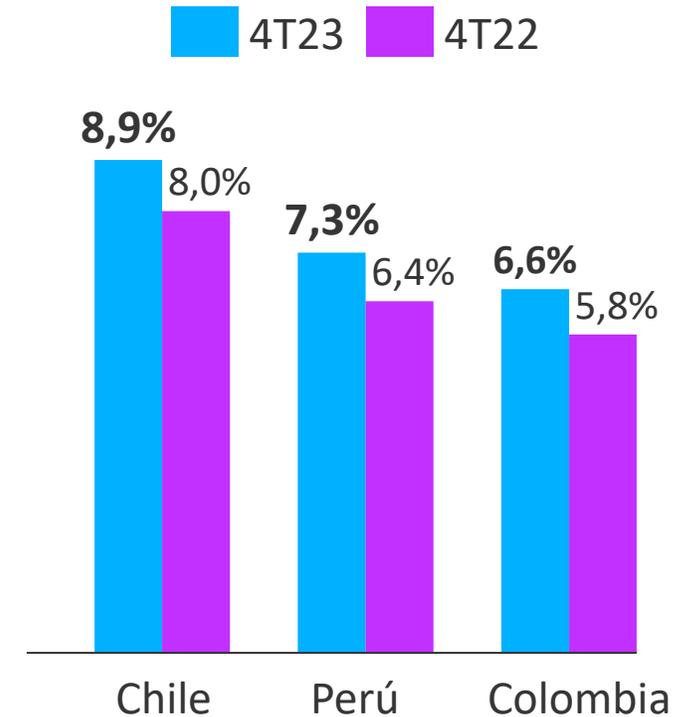
SRR ⁽¹⁾

 -2,5 %

 2,3 %

 40,0 %

Costo de Ocupación



¹ Cifras de Chile denominadas en UF (variación en términos reales), en el caso de Perú y Colombia corresponden a cálculos en moneda local (variación nominal).

2.8 Impuesto y resultado no operacional



El **Resultado No Operacional** mejoró un 40,0% producto de una menor pérdida por Resultado por Unidades de Reajuste y Diferencias por tipo de cambio, explicado por una menor variación de la UF durante el trimestre en comparación a 2022, y menor fluctuación del tipo de cambio a/a.

El **Impuesto a la Renta**, por su parte, registró una disminución de 41%, explicado por una reducción del impuesto diferido asociado a la revaluación de activos.

RESULTADO NO OPERACIONAL	4T23	4T22	Var. (%)	12M23	12M22	Var. (%)
Costo Financiero Neto	-198	-834	-76,3%	-310	-4.784	-93,5%
Diferencias de tipo de cambio	-1.109	-4.081	-72,8%	2.579	409	530,1%
Resultado por Unidades de Reajuste	-11.519	-16.463	-30,0%	-32.696	-78.978	-58,6%
Resultado No Operacional	-12.826	-21.378	-40,0%	-30.427	-83.353	-63,5%
IMPUESTO A LA RENTA	4T23	4T22	Var. (%)	12M23	12M22	Var. (%)
Impuesto diferido rev. de activos	1.208	-9.775	N.A.	2.484	-7.477	N.A.
Impuesto diferido otros conceptos	6.026	4.201	43,5%	-2.781	27.247	N.A.
Impuesto corriente	-18.807	-14.028	34,1%	-53.753	-42.185	27,4%
Total	-11.573	-19.602	-41,0%	-54.050	-22.415	141,1%



2.9 Generación de Caja: diciembre 2023 vs diciembre 2022

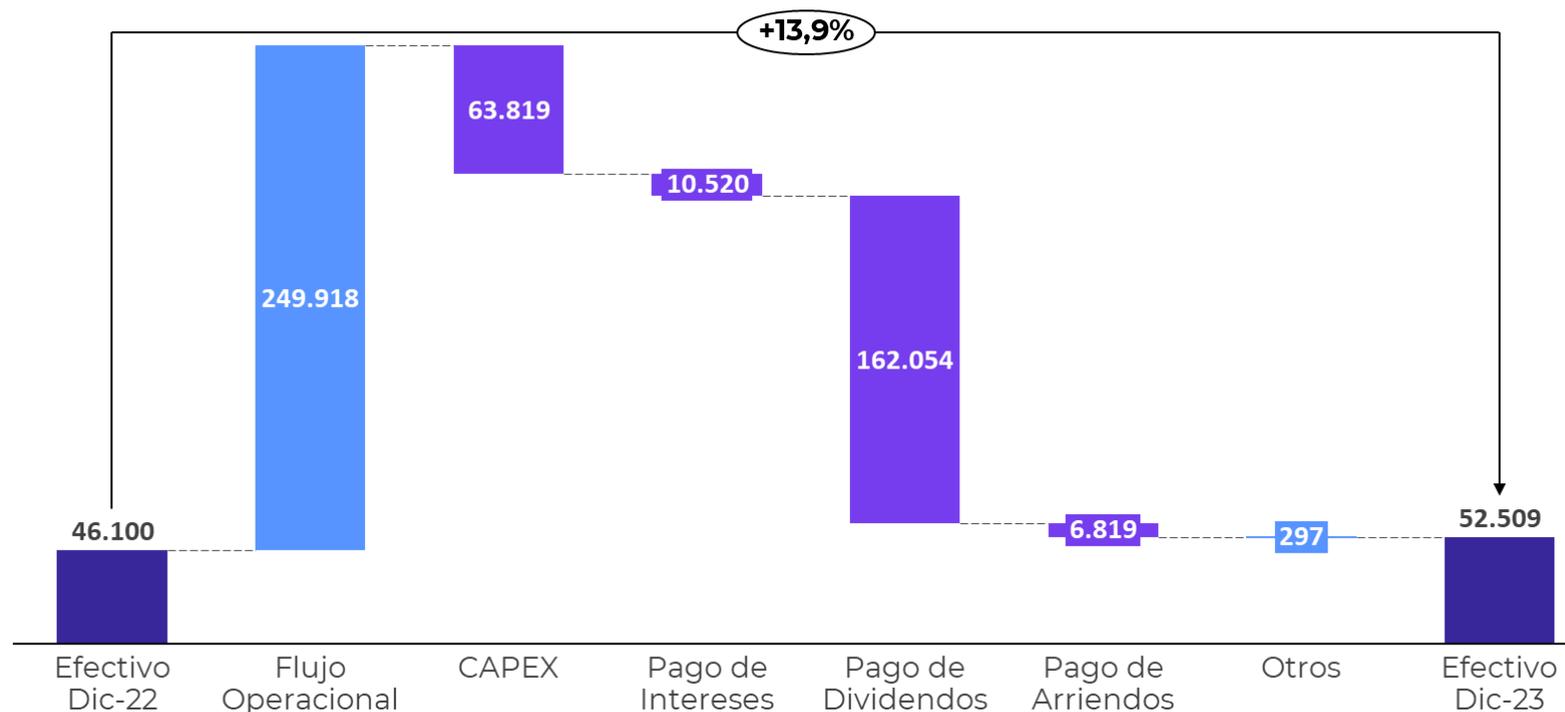


Flujo de Efectivo

El efectivo **augmentó 13,9% a/a**, resultado del aumento neto del flujo operacional por CLP 249.918 millones.

El flujo de caja proveniente de **actividades de operación del periodo 2023 ha sido 11,8% superior** al año pasado, explicado por los mayores cobros procedentes de la prestación de servicios.

Al 31 de diciembre de 2023, la Compañía había repartido CLP **162.054 millones en dividendos** para sus accionistas.



*Cifras en CLP millones



2.10 Estructura de capital

Indicadores Financieros	Unidad	DIC 23	DIC 22
Deuda Financiera Bruta	CLP MM	706.458	674.550
Duración (años)	años	10,8	11,7
Caja	CLP MM	116.450	98.965
Deuda Financiera Neta	CLP MM	590.008	575.585
DFN ⁽³⁾ / EBITDA Ajustado LTM	Veces	2,1	2,2

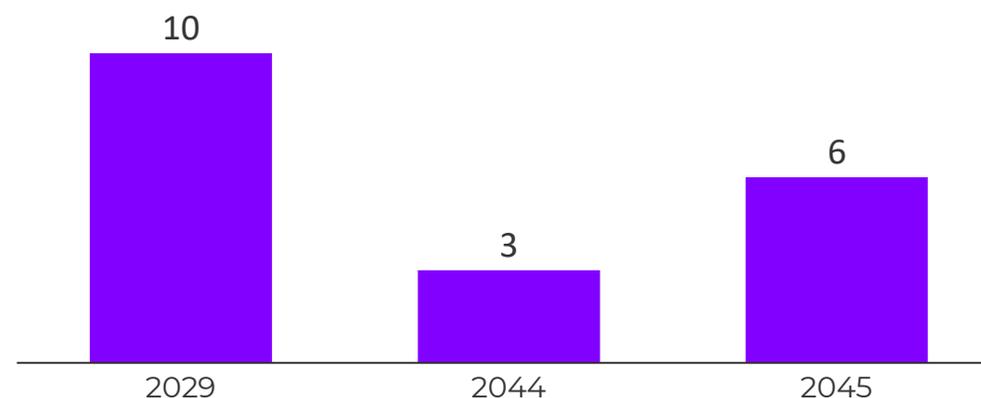
Indicadores Financieros	Unidad	DIC 23	DIC 22
Total Pasivos / Patrimonio	veces	0,5	0,5
Razón de Liquidez ⁽⁴⁾	veces	2,2	2,1
Razón de Endeudamiento ⁽⁵⁾	veces	0,3	0,3
EBITDA LTM / Gastos Financieros LTM	veces	22,4	20,9
FFO LTM / DFN	%	38,8%	38,4%
Utilidad LTM / Total Activo	%	4,5%	4,5%
Utilidad LTM / Total Patrimonio	%	6,8%	6,8%

**2,1
veces**

**De los menores DFN /
EBITDA Ajustado de la
industria**

- Al 31 de diciembre de 2023, **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 de la deuda es de **10,8 años**
- El costo promedio de la deuda es **1,54%** ⁽¹⁾

Deuda a largo plazo ⁽²⁾



03

cenco[®]malls

Avances en Sostenibilidad





3.1 Avances en Sostenibilidad

Lanzamiento de Política Integrada de Gestión Ambiental y Energética



La Compañía ha dado un importante paso al crear la Política Integrada de Gestión Ambiental y Eficiencia Energética, donde se establecen lineamientos para revisar, medir y gestionar impactos ambientales y energéticos a nivel operacional, alineada a la estrategia de sostenibilidad.

Cencosud Shopping S.A. formará parte del S&P Global Sustainability Yearbook 2024



Esta publicación internacional, promovida por la reconocida firma S&P Global, evalúa y destaca el desempeño ESG de las organizaciones líderes en sostenibilidad a nivel global. De esta forma, S&P reconoce los avances en el mundo de la sostenibilidad que la Compañía ha hecho, al destacarla entre miles de empresas que buscan ser parte de esta publicación.

Cencosud Shopping S.A. entra al DJSI Chile y forma parte del DJSI MILA Pacific Alliance



Gracias a los avances en sostenibilidad, la Compañía ha sido incorporada dentro del DJSI Chile y DJSI MILA, índices que destacan a aquellas empresas con las clasificaciones de sostenibilidad más altas de la región, posicionando a la Compañía dentro del 4% de mejor desempeño en la industria de *Real Estate*, en el caso del DJSI MILA.



Programa Alto al Cáncer



Se llevó a cabo una nueva edición del programa Alto al Cáncer junto a la Fundación Arturo López Pérez, a través del cual se ha logrado beneficiar a más de 1.600 mujeres con mamografías preventivas, en 5 regiones del país.



Navidad con Sentido



Se apadrinaron 10 fundaciones a las cuales se les entregó apoyo mediante la donación de regalos y celebraciones navideñas, realizando 4 fiestas en los Centros Comerciales Cenco Costanera, Cenco Alto Las Condes, Cenco Florida y Cenco La Dehesa. Se logró recolectar más de 32 mil regalos que fueron en apoyo a las diferentes instituciones que se apadrinaron, impactando a más de 25 mil niños.





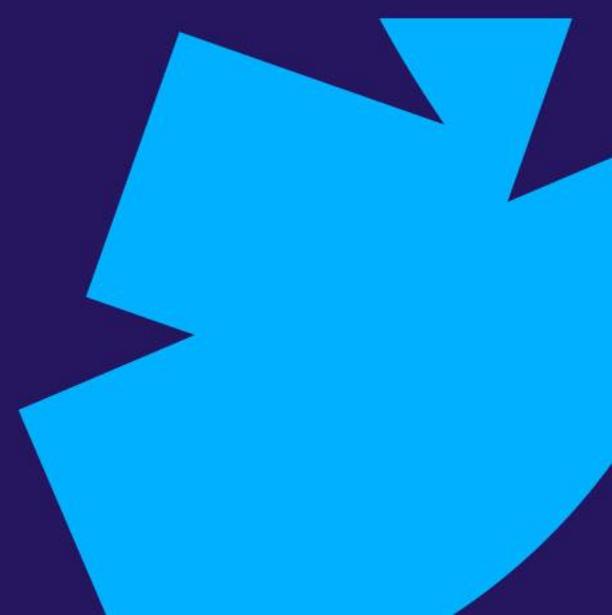
Información importante

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 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.

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.



cenco^o
malls