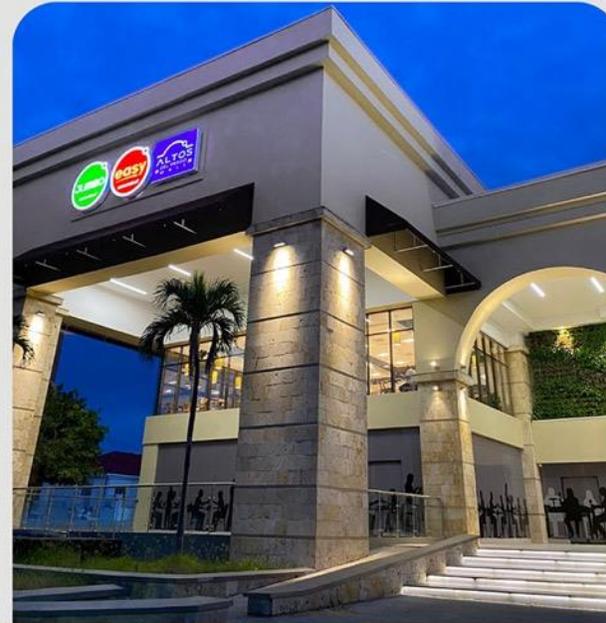


Presentación de Resultados

Primer trimestre 2023





01

Eventos Relevantes



1.1

Avances Estratégicos del Trimestre



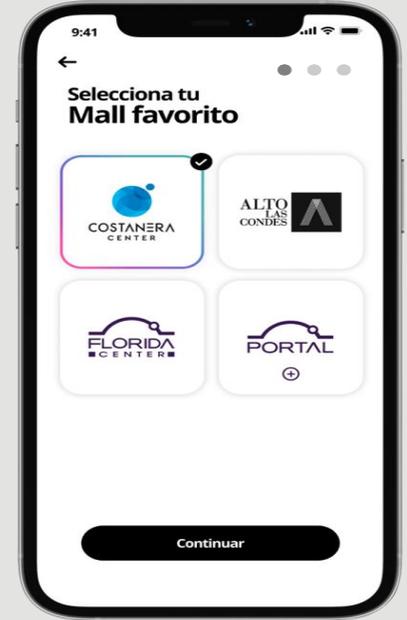
+385 mil

Descargas de la App

1

1^{er} aniversario App “Mi Mall”:

En este primer año, destacan las funcionalidades de Autoscan y Autopass para los estacionamientos, descuentos y cupones para usuarios de la App. Además, la App incorpora un nuevo módulo de medición de Satisfacción de Clientes, entre muchas otras funcionalidades.



2

Inauguración de la 1^{era} etapa de Office Flex Florida Center:

Cencosud Shopping anunció la inauguración de la 1^{era} etapa de *Office Flex* Florida Center, proyecto que cuenta con 780 m² de espacio disponible para arriendo. Este concepto ofrece una alternativa flexible y de calidad para clientes corporativos.



1.2 Plan de Inversión 2023 - 2027



+25%
GLA adicional

El Plan de Inversión a 5 años busca **incrementar el GLA de la Compañía en un 25% -más de 330.000 m²-** fortaleciendo y consolidando el liderazgo a nivel regional al ofrecer la mejor propuesta, oportunidades de desarrollo y experiencia.

+1.000
nuevas tiendas

US\$ 500
millones de
inversión

PROYECTOS EN CARPETA

Greenfield

- **Vitacura** (75.000 m² GLA)
- **San Juan Lurigancho** (107.000 m² GLA)
- **La Molina** (40.000 m² GLA)

Brownfield

- Habilitación de nuevos espacios en **Costanera Center, Portal Temuco y Osorno, Chile**
- Ampliación **Limonar, Colombia**
- Ampliación **Portal Rancagua, Chile**
- Ampliación **Florida Center, Chile**





02

Resultados Trimestrales

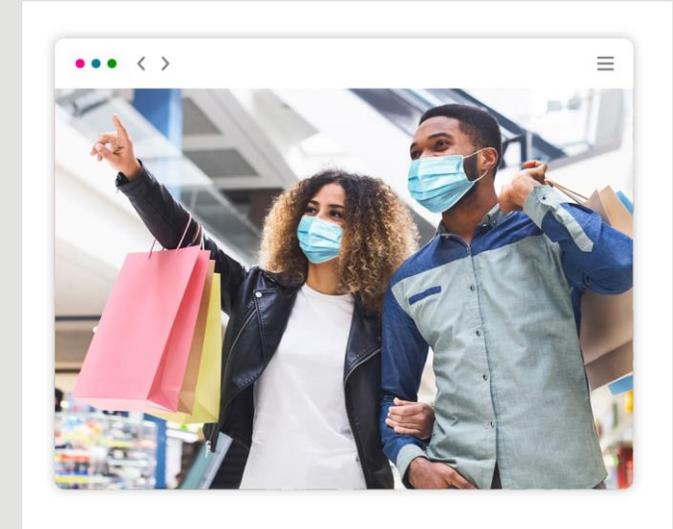




2.1 Resumen Ejecutivo 1T23



CLP millones	1T23	1T22	Var. (%)
Ingresos	75.632	66.594	13,6%
EBITDA Ajustado (NOI)	68.516	60.725	12,8%
% EBITDA Ajustado (NOI)	90,6%	91,2%	-60 bps
Resultado No Operacional	-12.197	-17.100	-28,7%
Utilidad líquida distribuible	44.244	38.453	15,1%
FFO	58.689	50.602	16,0%



Ingresos: incrementaron **13,6%** frente al 1T22, producto principalmente del aumento de 79 bps en el ratio de ocupación consolidado -alcanzando a 98,3%- y mejor desempeño de negocios asociados al mayor flujo de visitas, como Sky Costanera y *Parking*.

FFO: registró un **aumento de 16,0%** en el FFO, llegando a los CLP 58.689 millones. Este crecimiento a/a refleja la mejora en el flujo de las operaciones a pesar de la caída en la Utilidad Neta del periodo.

EBITDA Ajustado (NOI): registró un **aumento de 12,8%** versus 1T22, y un **Margen EBITDA de 90,6%**, como resultado de los mayores ingresos y la actualización con mejores condiciones de los nuevos contratos. Contrarrestado parcialmente por aumento de gastos asociados a inflación.

Utilidad líquida distribuible: la **utilidad distribuible** del periodo tuvo un **crecimiento de 15,1%** a/a, producto del aumento del EBITDA frente a 1T22.



2.2

Impuesto y Resultado No Operacional



CLP MILLONES AL 31 DE MARZO 2023

- El **Resultado No Operacional** mejoró un 28,7% producto de un **Resultado por Unidades de Reajuste menos negativo a/a**. Lo anterior se explica por una menor variación del valor de la UF durante el trimestre en comparación a 2022. Por otra parte, la mejora se explica también por una **reducción del Costo Financiero Neto de CLP 1.516 millones a/a**.
- El **Impuesto a la Renta**, por su parte, registró un **aumento de los Impuestos Diferidos** por conceptos distintos a la revaluación de activos, por CLP 5.934 millones. Además, se registró un **mayor Impuesto Corriente** por mayor Impuesto a la Renta en Chile asociado al mejor resultado a/a.

Resultado No Operacional	1T23	1T22	Var. %
Costo Financiero Neto	-581	-2.097	-72,3%
Diferencias Tipo Cambio	-2.615	-825	217,0%
Resultado Unidad Reajuste	-9.002	-14.179	-36,5%
Resultado No Operacional	-12.197	-17.100	-28,7%

Impuesto a la Renta	1T23	1T22	Var. %
Impuesto diferido Reval. Activos	4.194	-371	N.A.
Impuesto diferido otros	-3.024	2.910	N.A.
Impuesto corriente	-9.209	-7.952	15,8%
Total	-8.039	-5.413	48,5%
Impuesto diferido total	1.170	2.539	-53,9%



2.3

Principales Cifras Operacionales



AL 31 DE MARZO 2023

Tasa Ocupación: aumentó 79 bps explicado principalmente por la expansión de 1.370 bps en la tasa de ocupación de Perú producto de nuevos metros cuadrados arrendados en Arequipa Center.

Visitas: aumentaron 5,7% frente al 1T22 producto de una recuperación del turismo, beneficiando principalmente al centro comercial Costanera Center, en Chile, el cual registró un incremento de 530.000 visitas a/a.

Ventas: reportó niveles similares a/a (-0,5), explicado principalmente por la caída general en los niveles de consumo en Chile, parcialmente compensado por la recuperación de ventas en cines, entretención y restaurantes.

SSR: disminuyó en Chile, explicado por la alta base de comparación frente al 1T22, en términos de consumo, lo que impacta los ingresos variables de la Compañía. En el caso de Colombia, el crecimiento a/a se explica por la mayor tasa de inflación.



1.338.626

m² de GLA total



98,3%

de ocupación, +79bps vs 1T22



-0,5%

De ventas vs 1T22



+5,7%

de visitas, alcanzando 27 millones



-4,5%

SSR en Chile

8,2% SSR Perú

22,9% SSR Colombia



2.4

Estructura de Ingresos Resiliente



Ingresos

78,7%

Arriendo Fijo

Arriendo Variable

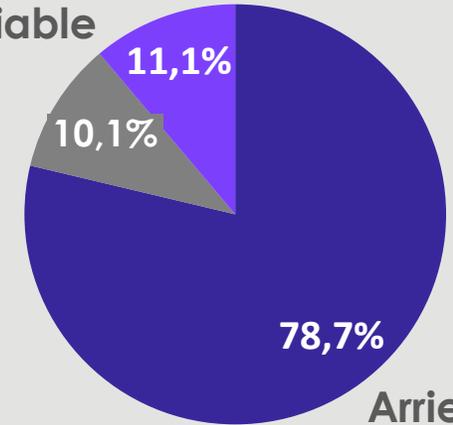
Otros

11,1%

10,1%

78,7%

Arriendo Fijo



Duración de los contratos



72,9%

Vence a más de 5 años



2.5

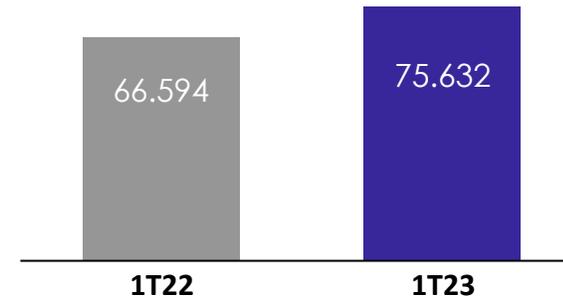
Ingresos Creciendo Doble Dígito



CLP MILLONES AL 31 DE MARZO 2023

Ingresos Consolidados

- Mayores ingresos provenientes del arriendo fijo
- Aumento en ocupación en centros comerciales en Chile y Perú
- Alza en cantidad de visitas



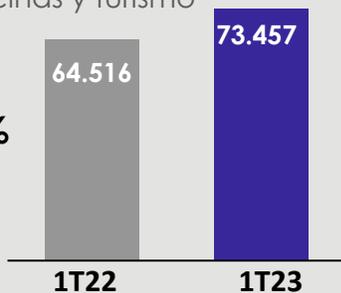
+13,6%

Aumento Ingresos

CHILE

- Alza de renta fija a/a
- Incremento del tráfico en Centros Comerciales (+530.000 visitas por sobre 1T22 en mall Costanera Center)
- Mayores ingresos por Estacionamientos y Sky Mirador, debido a un aumento del flujo de oficinas y turismo

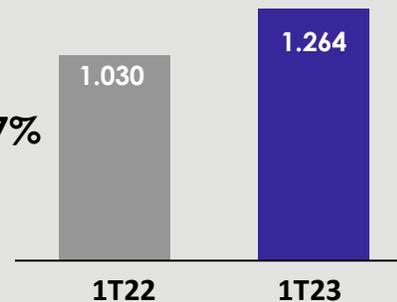
+13,9%



PERÚ

- Aumentó de 1.370 bps en la ocupación frente al 1T22 (Arequipa Center)
- Incremento de 10,6% de las visitas a/a

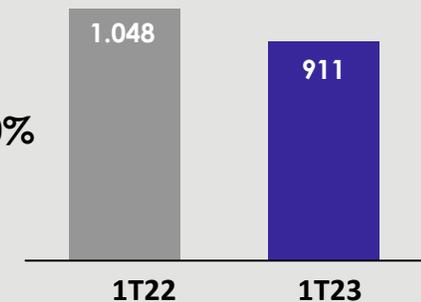
+22,7%



COLOMBIA

- Incorporación del Centro Comercial Altos del Prado
- Nueva área de diversión en Centro Comercial Limonar
- Caída de 13,0% por efecto de devaluación de CLP vs COP

-13,0%





2.6

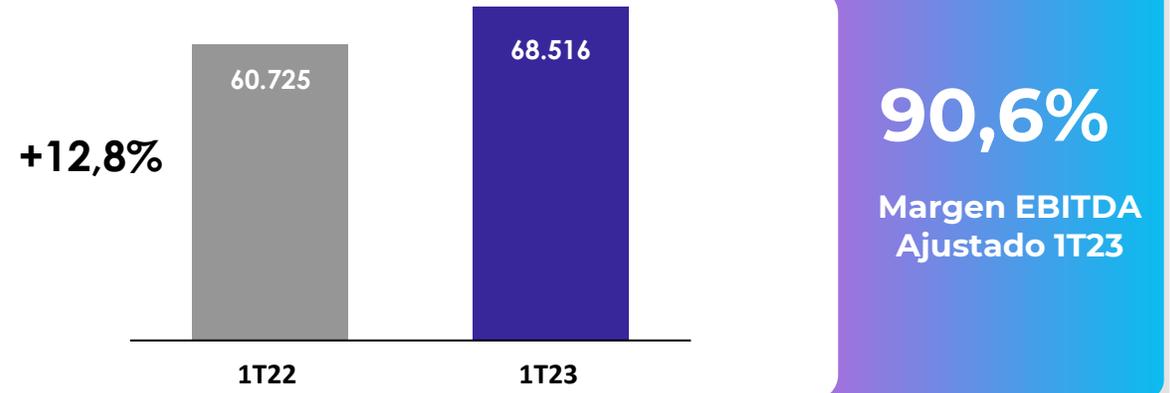
EBITDA Ajustado se Consolida sobre 90%



CLP MILLONES AL 31 DE MARZO 2023

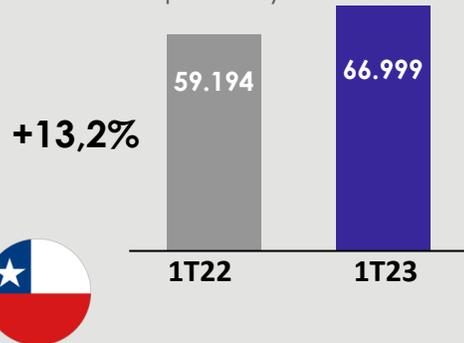
EBITDA Ajustado Consolidado

- Mayores ingresos comparativamente frente a 2022
- Actualización de mejores condiciones contractuales por firma de nuevos contratos
- Control de gastos, a pesar de presiones inflacionarias y de salarios



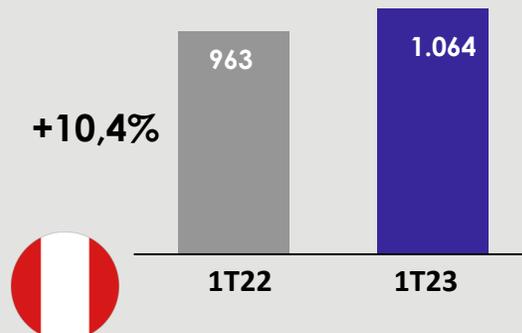
CHILE

- Aumento 13,2% a/a, producto del aumento de ingresos
- Renovación de contratos mas eficientes y con mejores condiciones comerciales
- Ahorros por mayor eficiencia en gastos



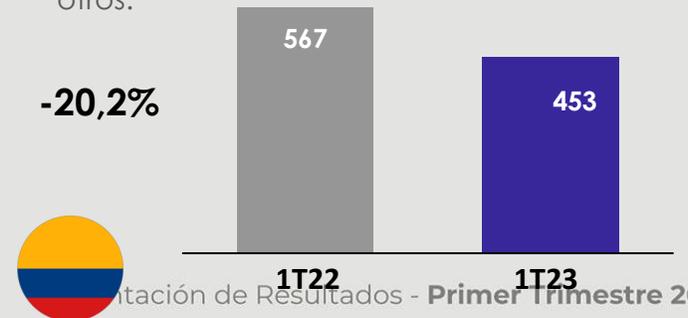
PERÚ

- Aumento 10,5% en soles peruanos y 10,4% en pesos chilenos vs el 1T22
- Se explica por una mayor dilución de gastos sobre ingresos



COLOMBIA

- Disminuyó 3,2% en COP y 20,2% en CLP a/a (efecto de la devaluación del CLP vs COP)
- Mayores costos por la apertura de Altos del Prado
- Mayores gastos por estacionamientos, entre otros.





2.7

Sólidos Ratios Competitivos



AL 31 DE MARZO 2023

SSS

-12,1% 

+2,5% 

-3,1% 

SSR

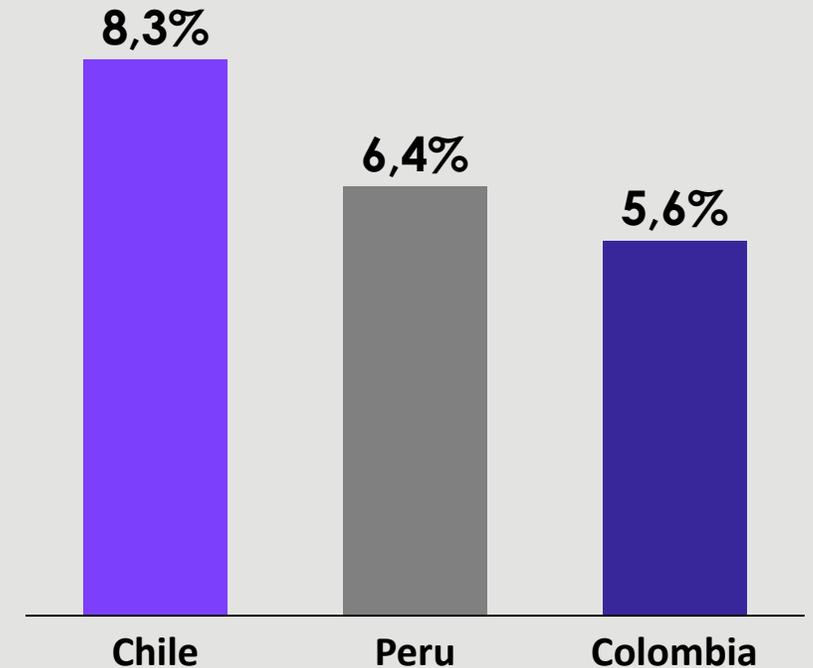
-4,5% 

+8,2% 

+22,9% 

Costo Ocupación

De los **más competitivos** del mercado.





2.8

Estructura de Capital Conservadora



CLP millones	Mar 23	Dic 22	Mar 22
Deuda Financiera Bruta	684.315	674.550	610.590
Duración (años)	11,5	11,7	12,2
Caja	151.121	98.965	121.010
Deuda Financiera Neta	533.194	575.585	489.581

(en veces) ³	Mar 23	Dic 22	Mar 22
Utilidad / Total Activo	0,04	0,04	0,05
Utilidad / Total Patrimonio	0,07	0,07	0,07
DFN / EBITDA Ajustado LTM	2,00	2,23	2,25

2,0 veces

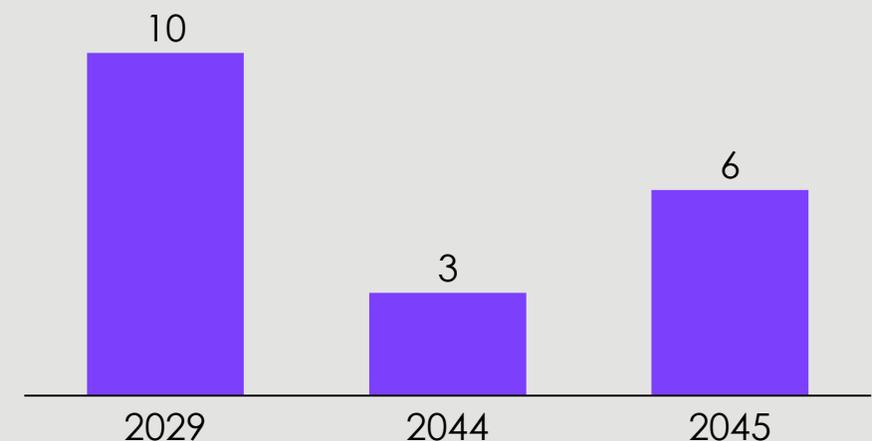
de los menores DFN/EBITDA Ajustado de la industria

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

- Al 31 de marzo de 2023, **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 **11,5 años**;
- El costo promedio de la deuda es 1,54%¹

Holgado

calendario de amortizaciones²



Presentación de Resultados - **Primer Trimestre 2023** | 13

⁽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.



03

Avances en Sostenibilidad





3.1 Avances de Sostenibilidad



Generar conciencia medioambiental: El 100% de los centros comerciales de Cencosud Shopping en Chile se sumaron voluntariamente a “La Hora del Planeta”, acción promovida por el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF).

Marketing responsable ambiental: Costanera Center participó del Festival Lollapalooza con 4 *stand* –fabricado con materiales reciclados- que contaban con paneles solares, abasteciendo más del 80% de la energía a través de Energías Renovables No Convencionales (ERNC).

Biblioteca Libre: Programa que buscó promover e incentivar la lectura a través de diferentes actividades en distintos centros comerciales de Chile. Participaron 3.600 asistentes y se intercambiaron más de 7.000 libros de manera 100% gratuita.

Mes de la Mujer Alto Las Condes: En marzo se llevó a cabo la campaña #SintamosMásAlto, orientada a generar espacios que puedan promover y visibilizar la evolución de la mujer, generando distintas actividades que permitieran celebrarlas.



4

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.

