



# Presentación de Resultados

Segundo trimestre 2023





01

# Eventos Relevantes 2T23



# 1.1

# Avances estratégicos del trimestre



## #INNOVACIÓN



1<sup>er</sup> lugar por innovación tecnológica en importante premio internacional

- Mall Costanera Center fue reconocido en Londres por su pantalla interactiva 3D de 19x9 metros
- Reconocimiento fue en la categoría RLI Innovation in Technology Award
- Pantalla interactiva más grande de Latinoamérica

## #EFICIENCIA

### Portal de Locatarios B2B

- Lanzamiento de nuevo portal de locatarios B2B, avanzando en pilar estratégico de innovación, enfocado en experiencia de clientes y locatarios
- Centraliza las interacciones con los locatarios, mejorando su experiencia y facilitando el acceso a herramientas y responsabilidades de su día a día



Presentación

## #DIFERENCIACIÓN



### Emporio Alto Las Condes

- Nuevo espacio en el mall Alto Las Condes de tiendas boutique creadas por mujeres chilenas, en el cual se ofrecen productos innovadores, tales como decoración, accesorios, ropa y mucho más

<sup>(1)</sup>Premios Global RLI Awards por revista Retail & Leisure International.



# 1.2 Avances estratégicos del trimestre



## #EXCLUSIVIDAD

### Promociones exclusivas en app Mi Mall

- App Mi Mall continúa sumando desarrollos y funcionalidades. Durante el trimestre, incorporó un motor de descuentos y promociones exclusivas, así como los descuentos en entradas para Lollapalooza, evento en el cual la Compañía continuará siendo presentador oficial



## #INNOVACIÓN



### Motor de venta Sky Costanera

- Sky Costanera desarrolló internamente un sistema unificado de venta (a través de app, página web y presencial), mejorando experiencia al cliente, funcionalidades y tiempos de respuesta

## #SOSTENIBILIDAD

### Premio de *Green Spirit*

- Cencosud Shopping ha sido reconocido con el premio *Green Spirit* por sus acciones sostenibles en Lollapalooza Chile 2023. Con un enfoque integral, se implementaron iniciativas sociales y ambientales de gran impacto

## #INNOVACIÓN

### Office Flex Florida Center

- La Compañía inauguró su nueva propuesta de oficinas flexibles, Office Flex, en Florida Center, dando así el puntapié inicial de este nuevo negocio



## 1.3 *Brownfields*

### Limonar

Remodelación y ampliación del centro comercial Limonar (Cali, Colombia), permitiendo comercializar 12.500 m<sup>2</sup> adicionales de GLA.

- Nueva terraza gastronómica y de entretenimiento al aire libre
- 3.300 m<sup>2</sup> de áreas comunes
- Inicio de obras: 2S23
- Apertura estimada: 2S24
- GLA incremental: 12.500 m<sup>2</sup>



### Portal Osorno

Ampliación de 2.500 m<sup>2</sup> incrementales con enfoque en entretenimiento y retail.

- A la fecha: apertura parcial de primeros locales habilitados
- Apertura total estimada: 2S23



### Portal Temuco

Ampliación de centro comercial para aprovechar alto interés de locatarios en esa ubicación.

- Inicio de obras: 2S23
- Apertura estimada fase 1: 2S24
- GLA incremental: 16.700 m<sup>2</sup>



## Planta baja (anillo)

En planta baja de Costanera Center se completó el pasillo, formando un anillo, al reducir el espacio de la tienda de Mejoramiento del Hogar, Easy y habilitar espacio para nuevas tiendas.

- Obra finalizada
- Apertura estimada: 2S23
- GLA incremental: 2.757 m<sup>2</sup>

## Dark Store

*Dark Store* que estará ubicado en el piso -5 (actualmente cerrado). En un comienzo abastecerá a Jumbo.

- Inicio de obras: 2S23
- Apertura estimada: 1S24
- GLA incremental: 8.437 m<sup>2</sup>

## Otros proyectos

En 2023 se iniciarán otros 2 proyectos en Costanera Center, que buscan incrementar la oferta gastronómica y fortalecer la propuesta y atender a la demanda incremental por espacio en este centro comercial

- GLA incremental: 5.000 m<sup>2</sup>
- Apertura estimada: 2S23 – 1S24





# 1.5 Greenfields: Vitacura y La Molina



## Centro comercial Vitacura

Este proyecto orientado al barrio, la familia, el deporte, la cultura, la entretención y el emprendimiento incluye:

- Incorpora en torno a **75.000 m<sup>2</sup>** de GLA
- Mix de tiendas exclusivas, supermercado, tiendas por departamento, mejoramiento del hogar, cine, sala de teatro, una laguna autosustentable, polo gastronómico, entre otros
- Considera abastecimiento en un 100% en base a energías limpias (ERNC) y puntos de reciclaje y puntos de carga de vehículos eléctricos y +4.000 bicicleteros



## Centro comercial La Molina

Proyecto de aproximadamente **41.000 m<sup>2</sup>** ya cuenta con su 1ª etapa terminada, con locales comerciales habilitados, y en preparación para su próxima apertura al público





# 1.6 Entretención



## Entretención 2023

Proyecto	GLA m <sup>2</sup>
Costanera Center <sup>(1)</sup>	2.500
Florida Center <sup>(2)</sup>	3.600
Portal Ñuñoa <sup>(2)</sup>	1.300
Portal Osorno <sup>(2)</sup>	600
<b>TOTAL</b>	<b>8.000</b>

# 8.000 m<sup>2</sup>

Nuevos espacios de  
entretención en 2S23

- **Florida Center y Portal Ñuñoa:** Se habilitarán 3.600 m<sup>2</sup> y 1.300 m<sup>2</sup> de GLA, respectivamente, destinados a zona de entretención y gimnasios
- **Costanera Center<sup>(1)</sup>:** Se incrementarán 2.500 m<sup>2</sup> de GLA destinados para entretención
- **Portal Osorno:** Se incrementan 600 m<sup>2</sup> de GLA para zona de juegos



(1) Este proyecto ya está considerado en los mencionados en la slide N° 6. (2) No representan GLA incremental, ya que son m<sup>2</sup> considerados en el GLA total actualmente.



02

# Resultados 2T23





## 2.1 Resumen Ejecutivo 2T23



CLP millones	2T23	2T22	Var. (%)	6M23	6M22	Var. (%)
Ingresos	76.661	67.661	13,3%	152.293	134.255	13,4%
EBITDA Ajustado (NOI)	67.694	59.529	13,7%	136.210	120.254	13,3%
% EBITDA Ajustado (NOI)	88,3%	88,0%	32 bps	89,4%	89,6%	-13 bps
Resultado No Operacional	-9.297	-23.948	-61,2%	-21.494	-41.048	-47,6%
Utilidad Líquida Distribuible	46.787	36.941	26,7%	91.031	75.394	20,7%
FFO	55.274	47.421	16,6%	113.963	98.023	16,3%



**Ingresos: aumentaron 13,3% a/a**, impulsados por el aumento en la tasa de ocupación (llegando a 98,4%), y el crecimiento de ingresos de Sky Costanera, oficinas y estacionamientos. Los centros comerciales de la Compañía lograron un crecimiento en las visitas de 4,6% a/a producto de la generación de nuevas experiencias, atracciones y nuevos proyectos de innovación.

**FFO (Funds From Operations):** registró un **aumento de 16,6%**, llegando a los CLP 55.274 millones en el trimestre. Este crecimiento a/a refleja la mejora en el flujo de las operaciones producto de la normalización del negocio y una mejora en margen bruto.

**EBITDA Ajustado (NOI): aumentó 13,7%** frente a 2T22, junto a un **Margen EBITDA de 88,3%**, como resultado de los mayores ingresos y la actualización con mejores condiciones de los nuevos contratos. Lo anterior fue parcialmente compensado por mayores gastos producto de la inflación a nivel regional.

**Utilidad líquida distribuible:** registró un aumento **de 26,7%** a/a, producto del incremento en el flujo de las operaciones y menor pérdida por unidades de reajuste, reflejando la caída a/a de la inflación en Chile.



## 2.2 Impuesto y resultado no operacional



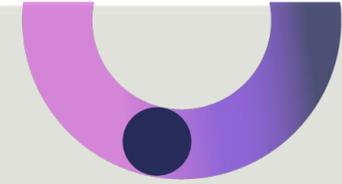
RESULTADO NO OPERACIONAL	2T23	2T22	Var. (%)	6M23	6M22	Var. (%)
Costo Financiero Neto	-133	-1.179	-88,8%	-713	-3.276	-78,2%
Diferencias de tipo de cambio	899	3.367	-73,3%	-1.715	2.542	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	-10.064	-26.136	-61,5%	-19.065	-40.314	-52,7%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>-9.297</b>	<b>-23.948</b>	<b>-61,2%</b>	<b>-21.494</b>	<b>-41.048</b>	<b>-47,6%</b>
<b>Impuesto a la Renta</b>	<b>2T23</b>	<b>2T22</b>	<b>Var. (%)</b>	<b>6M23</b>	<b>6M22</b>	<b>Var. (%)</b>
Impuesto diferido revaluación de activos	-3.692	3.119	N.A.	502	2.748	-81,7%
Impuesto diferido otros conceptos	841	12.263	-93,1%	-2.183	15.173	N.A.
Impuesto corriente	-12.239	-10.896	12,3%	-21.449	-18.849	13,8%
<b>Total</b>	<b>-15.091</b>	<b>4.486</b>	<b>N.A.</b>	<b>-23.129</b>	<b>-927</b>	<b>2394,3%</b>



- El **Resultado No Operacional** mejoró un 61,2% producto de una menor pérdida por *Resultado por Unidades de Reajuste*, explicado por una menor variación de la UF durante el trimestre en comparación a 2022. Además, el **Costo Financiero Neto** fue de **CLP 133 millones** comparado con los CLP 1.179 millones registrados en 2T22.
- El **Impuesto a la Renta**, por su parte, registró un importe negativo por CLP 15.091 millones producto de una disminución del *Impuesto diferido por otros conceptos distintos a revaluación de activos* por CLP 11.422 millones. Además, se registró un **mayor Impuesto Corriente** por **CLP 1.343 millones** en comparación a 2T22.



## 2.3 Principales cifras operacionales



**Tasa Ocupación:** aumentó 68 bps impulsado por la expansión de 1.373 bps en la tasa de ocupación de Perú, como consecuencia de la ocupación de un local por más de 7.000 m<sup>2</sup> en Arequipa Center.

**Visitas:** aumentó 4,6% frente al 2T22 producto de una recuperación del turismo, beneficiando principalmente al centro comercial Costanera Center, en Chile, el cual registró un incremento de 4,1% en visitas a/a. A nivel consolidado, la Compañía registró cerca de 27 millones de visitas en el trimestre.

**Ventas de locatarios:** registró una caída de 0,9%, explicado principalmente por los menores niveles de consumo en Chile, parcialmente compensado por la recuperación en ventas de locatarios impactados durante la pandemia del COVID-19.

**SSR:** disminuyó en Chile, explicado por la caída del consumo en 2T22, implicando menores ingresos por renta variable. En el caso de Colombia y Perú, el crecimiento a/a se explica por los mayores niveles de inflación.



1.341.770

m<sup>2</sup> de GLA total



98,4%

ocupación +68bps vs 2T22



-0,9%

ventas vs 2T22



+4,6%

visitas, alcanzando 27 millones



-3,3%

SSR en Chile

8,2% SSR Perú

9,3% SSR Colombia

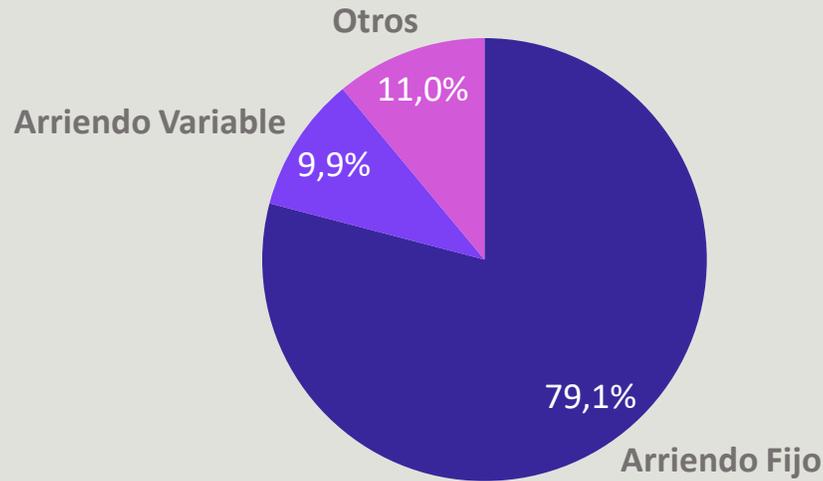


## 2.4

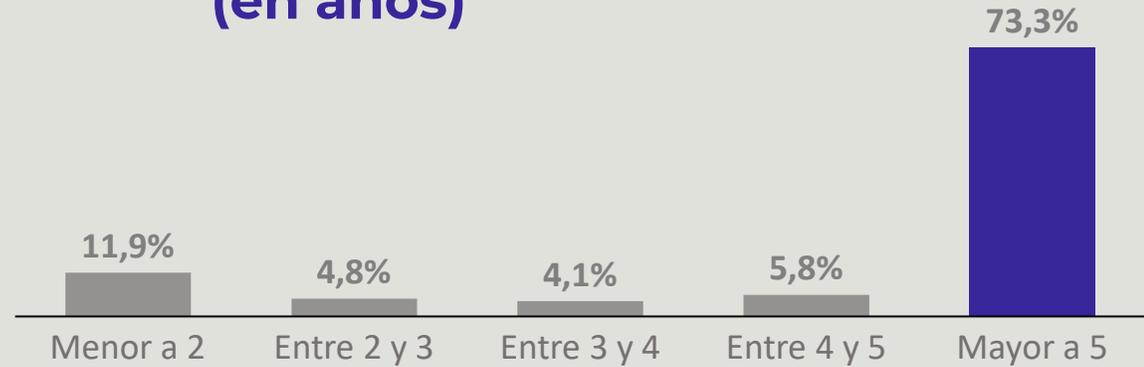
# Estructura de ingresos resiliente



### Composición de ingresos



### Duración de los contratos (en años)



**73,3%**  
Vence a más de 5 años

**~12 años<sup>1</sup>**  
Promedio de duración

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

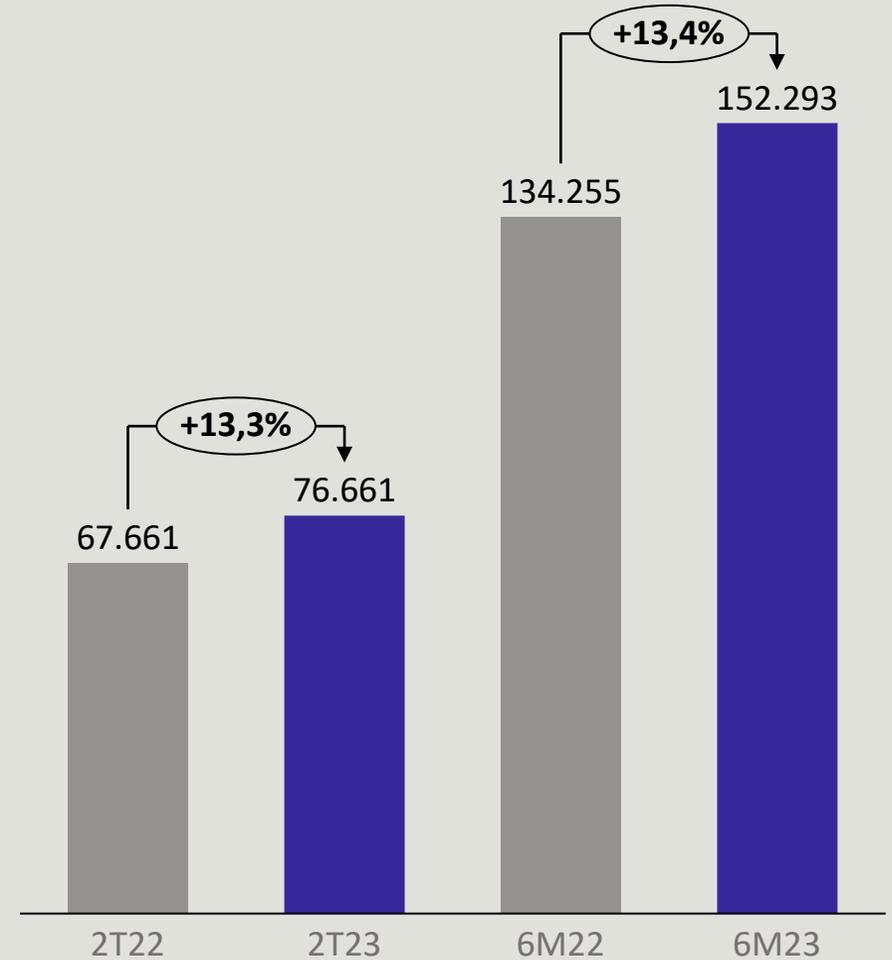


## 2.5 Ingresos – crecimiento de doble dígito



### Ingreso Consolidado

- Mayores ingresos provenientes del arriendo fijo
- Aumentó la ocupación en centros comerciales de Chile y Perú
- Fin de descuentos en arriendo a los locatarios
- Recuperación del flujo de los centros comerciales





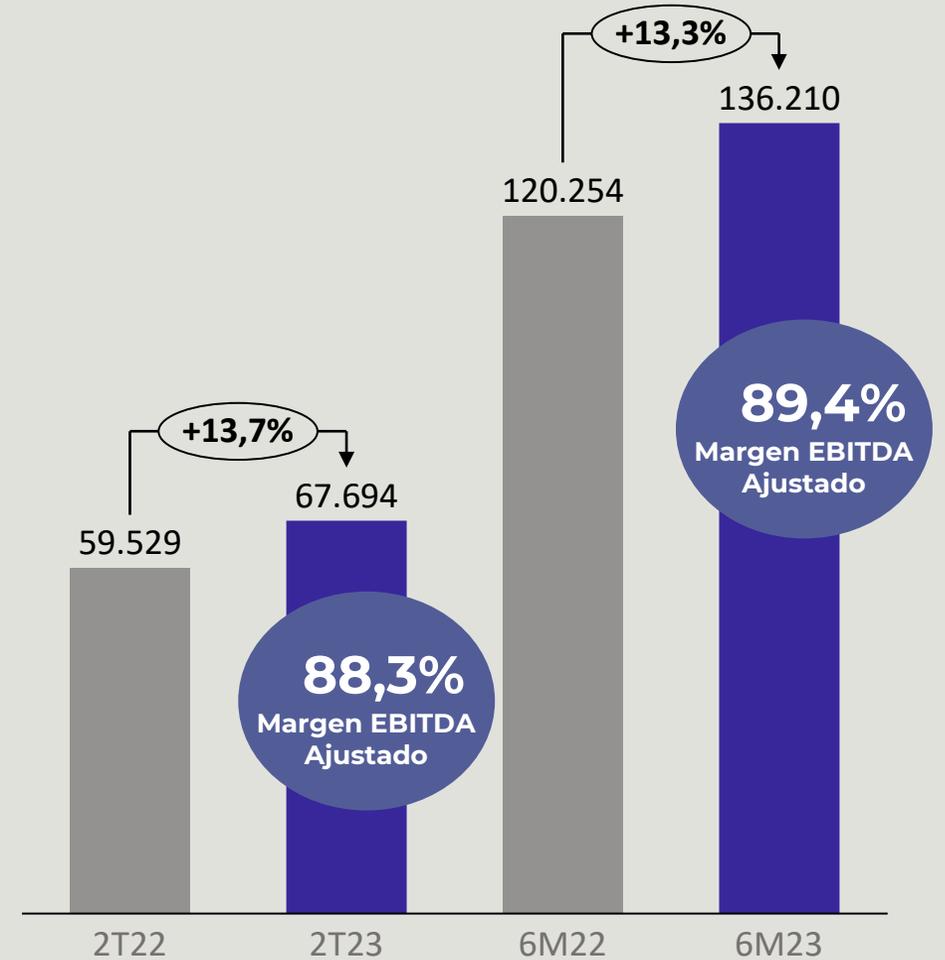
## 2.6

# EBITDA Ajustado mejora 32 bps a/a



## EBITDA Ajustado Consolidado

- Mayores ingresos comparativamente frente a 2022
- Mejores condiciones comerciales de nuevos contratos
- Control de gastos, a pesar de presiones inflacionarias y de salarios
- Fin de las restricciones asociadas al COVID-19





## 2.7 Chile – sólido desempeño



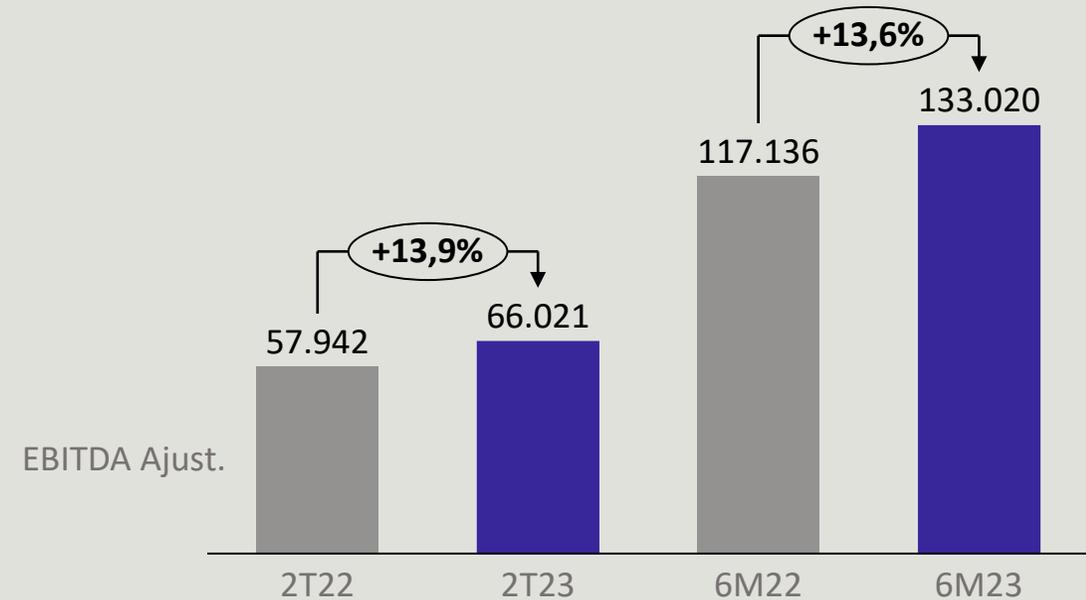
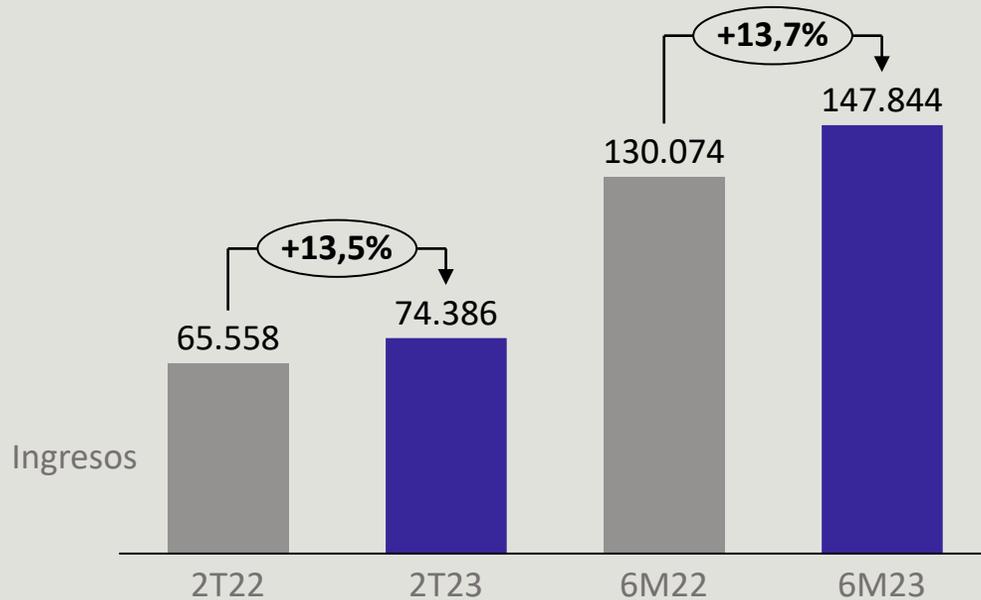
### Ingresos

- Alza de ingresos provenientes de arriendo fijo
- Aumento del tráfico impulsado por turismo
- Mayores ingresos de estacionamientos y Sky Mirador



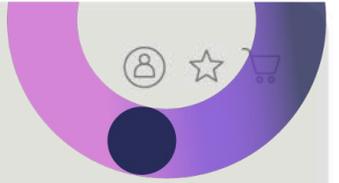
### EBITDA Ajustado

- Aumento de la inflación
- Mejores condiciones comerciales en los nuevos contratos firmados
- Eficiencias y capacidad de mantener los costos a pesar de inflación





## 2.8 Perú – mayor ocupación



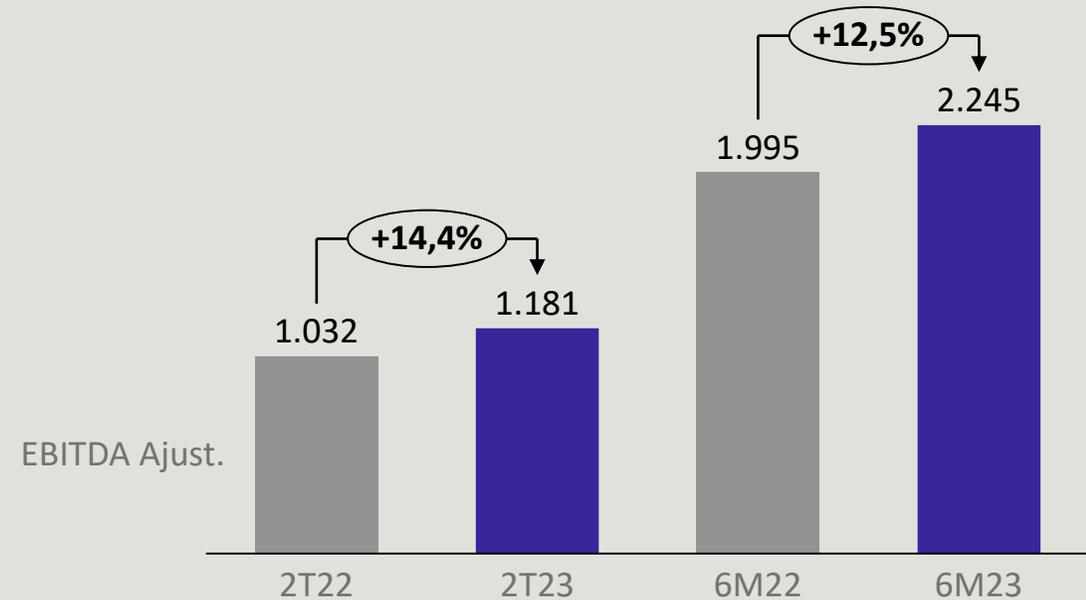
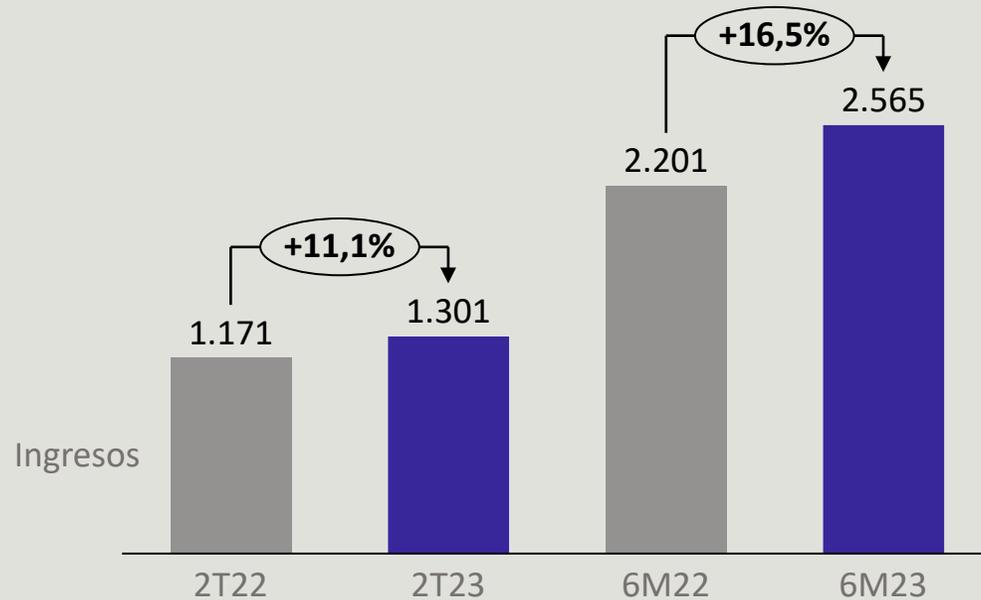
### Ingresos

- Incremento en visitas y turismo
- Menos restricciones frente a 2T22
- Término de descuentos en arriendo



### EBITDA Ajustado

- Disminución de gastos
- Mejora en los costos y aumento de la ocupación
- Expansión del margen bruto de 1.853 bps comparado con 2T22





## 2.9

# Colombia – crecimiento en ingresos



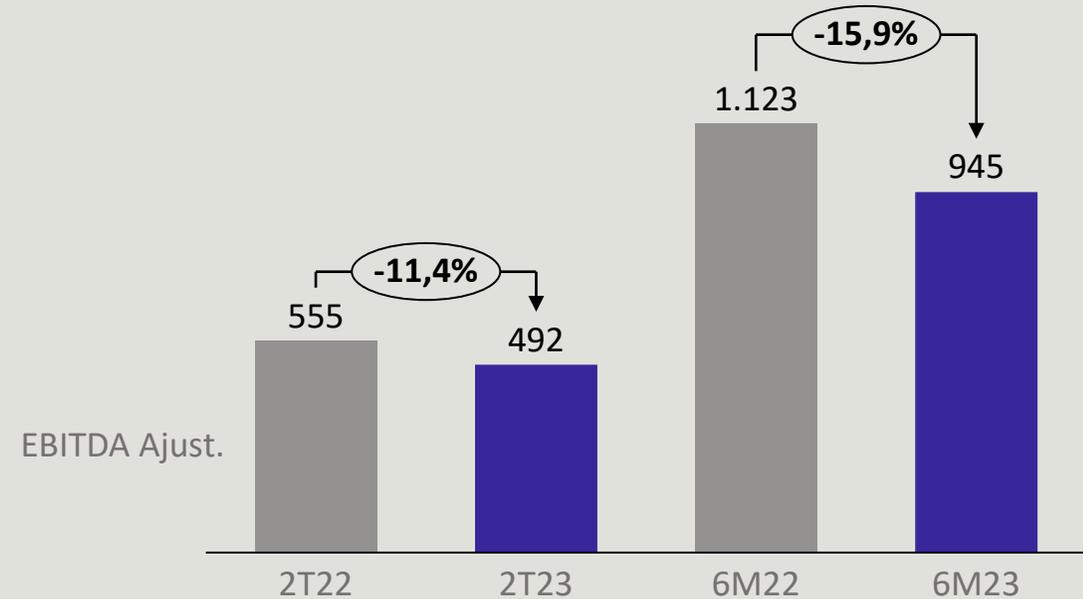
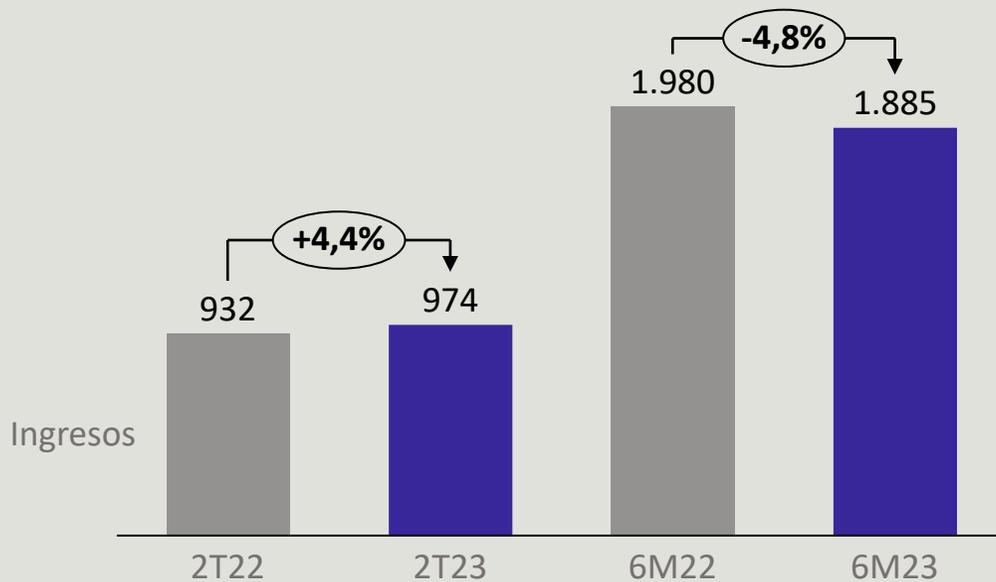
### Ingresos

- Aumento de ocupación de Altos del Prado
- Aumento del ingreso por arriendo de terceros



### EBITDA Ajustado

- Aumento del gasto por la apertura de Altos del Prado
- En moneda local, registra un crecimiento de 4,8% producto de aumento de margen bruto en 23,5%





2.10

# Ratios sólidos y competitivos



SSS<sup>1</sup>



-11,4 %



5,3 %



-2,9 %

SSR<sup>1</sup>



-3,3 %

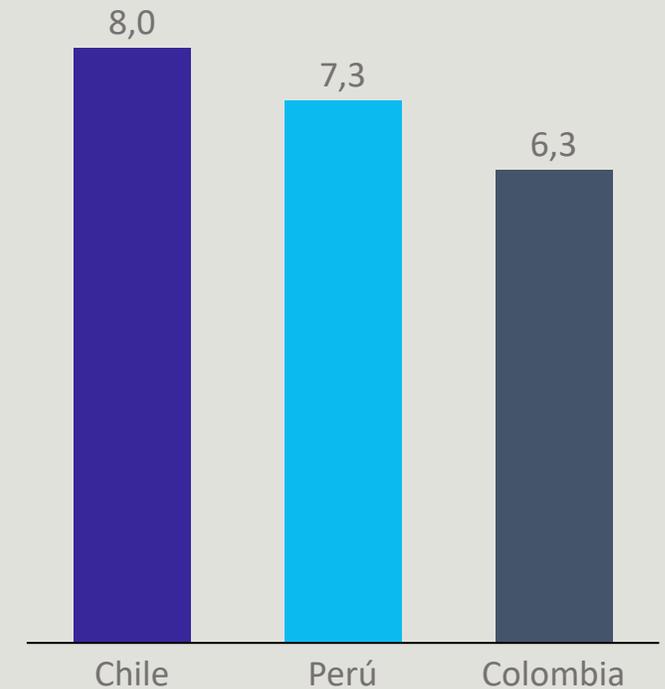


8,2 %



9,3 %

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)



## 2.11

# Estructura de capital



CLP millones	JUN 23	DIC 22	JUN 22
Deuda Financiera Bruta	693.184	674.550	635.812
Duración (años)	11,3	11,7	12,1
Caja	135.799	98.965	112.560
Deuda Financiera Neta	557.385	575.585	523.252

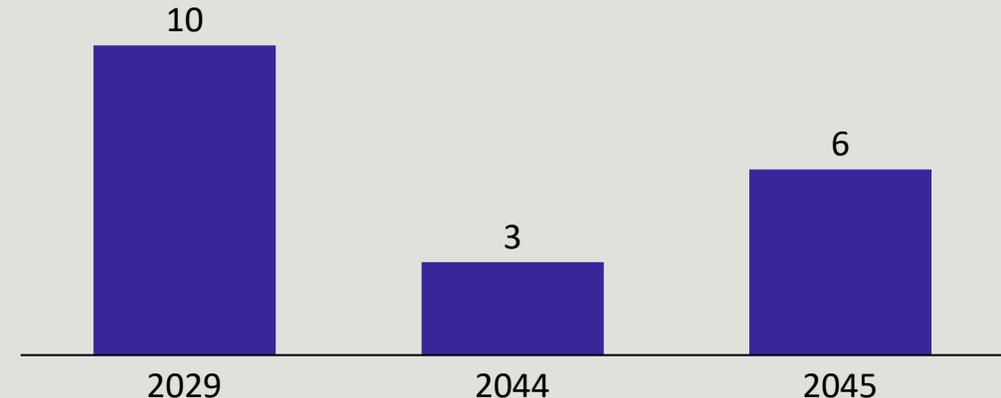
(en veces)	JUN 23	DIC 22	JUN 22
Utilidad LTM / Total Activo	0,0	0,0	0,0
Utilidad LTM / Total Patrimonio	0,1	0,1	0,0
DFN / EBITDA Ajustado LTM	2,0	2,2	2,1

- Al 30 de junio 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 **11,3 años**
- El costo promedio de la deuda es **1,54%**<sup>1</sup>

**2**  
**veces**

De los menores DFN / EBITDA Ajustado de la industria

## Deuda a largo plazo<sup>2</sup>



<sup>(1)</sup>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. <sup>(2)</sup>Considera amortizaciones de capital. Valores en millones de UF.



03

# Avances en Sostenibilidad





## 3.1

# Avances en Sostenibilidad



## Reutilización de aguas grises en Portal La Dehesa

Reutilización del 100% de las aguas grises provenientes de lavamanos y duchas para el mantenimiento de nuevos jardines sostenibles, en línea con el compromiso ambiental de la Compañía de reducir el consumo de agua en el centro comercial.

## Nuevos jardines sostenibles en Portal La Dehesa



La Compañía ha avanzado en su compromiso con el uso eficiente de agua, avanzado en la implementación de 4.270 m<sup>2</sup> jardines secos con 18.000 nuevas especies, reduciendo el consumo de agua de 10 litros por m<sup>2</sup> a 3 litros por m<sup>2</sup>.

## Puntos de reciclaje y eventos de monitoreo



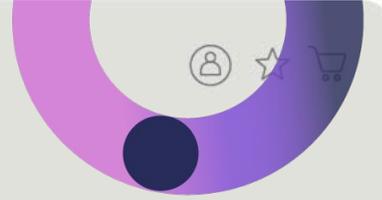
Se lanzó un proyecto de reciclaje en las áreas comunes dentro de Portal Rancagua. Cada cliente puede reciclar residuos, apoyado por eventos de monitoreo de reciclaje que promueven la reutilización y reducen el impacto ambiental.





## 3.2

# Avances en Sostenibilidad



## Mercado Emprende

Se llevó a cabo una nueva edición de la feria de emprendimiento que se centró en la sostenibilidad, la innovación social y el papel de las madres en la creación de sus propios negocios.



## Biblioteca Libre



A lo largo de todo Chile, facilitamos el intercambio de libros de forma gratuita en 10 de nuestros centros comerciales. Esto permite el acceso y la participación cultural de nuestros clientes, con un enfoque sostenible en la reutilización de libros.



## Eventos de adopción comunitaria en Portal Belloto

En asociación con la fundación local de bienestar animal, Quilperrier, este año el foco fue promover la tenencia responsable de mascotas y encontrar hogares para perros y gatos de la municipalidad de Quilpué.



## 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 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.

