

**cenco**  
malls

# Presentación de Resultados

Segundo Trimestre 2024



**01**  
**Eventos**  
**Relevantes**  
**2T24**



# 1.1 Eventos relevantes 2T24

## 01 Sky Costanera es reconocido como uno de los mejores destinos del mundo

El mirador más alto de Sudamérica, ubicado a 300 metros de altura en la Gran Torre Costanera en Santiago, fue destacado con el premio *Traveller's Choice 2024* de Tripadvisor, situándose entre el 10% de las mejores opciones que ofrece la aplicación de viajes en todo el mundo.

## 02 Cenco Malls fue reconocido en los Premios WINA por su campaña contra el cáncer de mama, "Alto al Cáncer"

Este reconocimiento al programa "Alto al Cáncer" se recibió por ser una campaña de alto impacto social, por su trayectoria y visibilidad, alineados además con el propósito de la marca Cenco Malls y su foco en bienestar para sus colaboradoras, proveedoras, locatarias y comunidades de Chile.

## 03 Alianza estratégica de Sky Costanera junto a CONAF para prevención de incendios forestales

Por medio de una alianza público-privada fue posible instalar cámaras inteligentes con termo sensores, capaces de detectar incendios forestales, facilitado por la altura de nuestra Gran Torre Costanera. De este modo, la Compañía contribuye directamente a la comunidad.



# 1.2 Avances Plan de Inversión 2023-2027

## 01 Apertura de nueva tienda Jumbo en el piso -5 de Cenco Costanera

En el piso -5 de Cenco Costanera, se abrieron las puertas de una nueva tienda Jumbo con más de 8.500 m<sup>2</sup> de superficie y 20.000 SKU disponibles con el objetivo de potenciar las ventas *online*. Este cuenta con procesos más eficientes para operar con mayor productividad, alcanzando un total de más 4.000 pedidos diarios a la fecha.

## 02 Avances en Cenco Florida

Como parte de la ejecución del Plan de Inversión, en el mall Cenco Florida se culminó la remodelación del patio de comidas, mejorando la propuesta gastronómica del mall. Además, la ubicación de la ex tienda Johnson se reconvirtió en un espacio que está en proceso de habilitar 11 nuevas tiendas, espacios comunes y un nuevo acceso desde el estacionamiento, expandiendo el GLA en 4.800 m<sup>2</sup>.

## 03 Habilitación de Costanera *Bike*

En línea con el foco de mejorar la experiencia de los visitantes, en la planta baja del Costanera Center se disponibilizó un nuevo complejo de bicicletas llamado Costanera *Bike*. En estos 1.700 m<sup>2</sup> de nuevo GLA, se contará con espacio para estacionar más de 800 bicicletas, con duchas, *lockers* y herramientas, además de 6 nuevos locales comerciales.

## 04 Nueva propuesta comercial Torres de Oficinas

En las torres de oficinas Costanera y Vitacura, se trabajó en la comercialización de espacios “semi-habilitados” desde 400 hasta 600 m<sup>2</sup>. Estos espacios incluyen oficinas, kitchenette y baños, con el objetivo de ampliar la oferta y satisfacer las nuevas necesidades de espacios, atrayendo así un mayor interés por parte de potenciales arrendatarios.

## 05 Nueva cubierta de Cenco Costanera

En Cenco Costanera se habilitó una nueva cubierta que genera eficiencia en el uso de energía por mayor aislación térmica, a su vez que contribuye a una mejor estética de la vista aérea de la torre y centro comercial.





02

Resultados

2T24

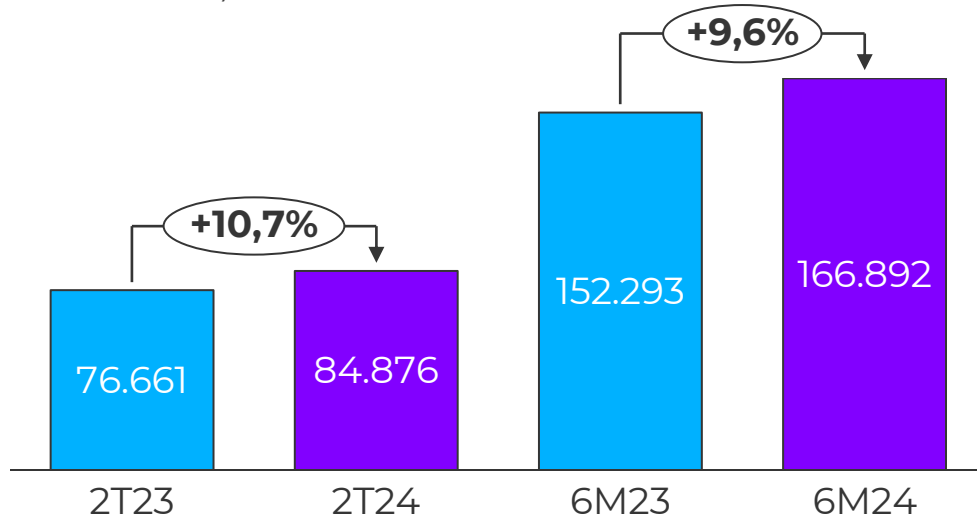
# 2.1 Resumen Ejecutivo 2T24



**91,2%**  
Margen EBITDA Ajustado

## Ingresos Consolidados

(millones de CLP)

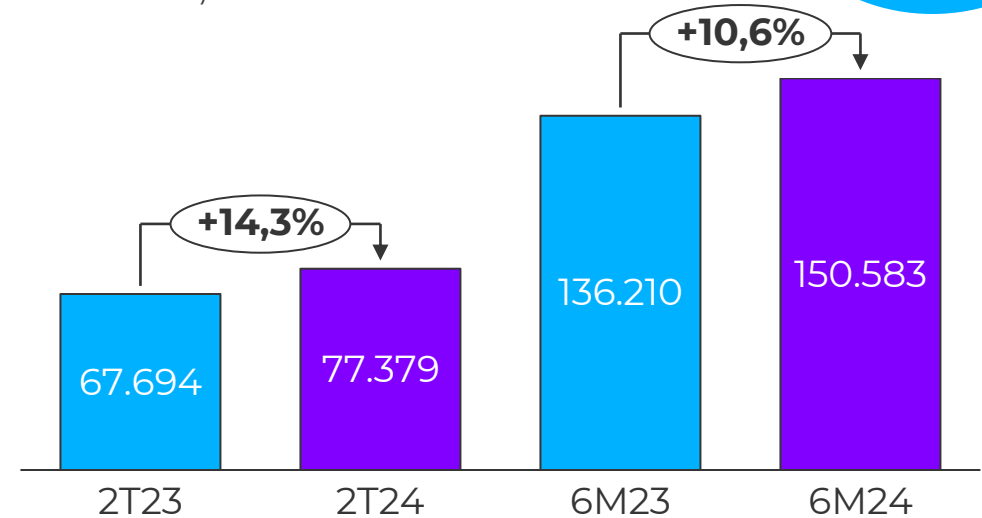


### Los Ingresos crecen 10,7%

- ▲ Mayor ingreso fijo, ingreso variable y negocios complementarios (*Parking* y *Sky Costanera*)
- ▲ Expansión de +28.000 m<sup>2</sup> vs 2T23

## EBITDA Ajustado Consolidado

(millones de CLP)



### El EBITDA Ajustado crece 14,3%

- ▲ Mayores ingresos
- ▲ Mejora en el margen bruto a/a
- ▲ Mayor control de gastos vs 2T23

# 2.2 Resumen Ejecutivo 2T24



› **FFO (Funds From Operations):** En el segundo trimestre 2024, el FFO aumentó 17,9% a/a, alcanzando un total de CLP 65.164 millones. La mejora frente a 2023 se explica en gran medida por un incremento del 12,2% de la ganancia bruta y una reducción de los gastos de administración y ventas frente al 2T23.

› **Utilidad líquida distribuible:** registró un aumento de **9,2%** a/a, producto del incremento en el flujo de las operaciones y menor pérdida por unidades de reajuste.

**+8.980 m<sup>2</sup>**  
de GLA de  
**entretención**  
vs 2T23



CLP millones	2T24	2T23	Var. (%)	6M24	6M23	Var. (%)
Ingresos	84.876	76.661	10,7%	166.892	152.293	9,6%
EBITDA Ajustado (NOI)	77.379	67.694	14,3%	150.583	136.210	10,6%
% EBITDA Ajustado (NOI)	91,2%	88,3%	286 bps	90,2%	89,4%	79 bps
FFO	65.164	55.274	17,9%	123.742	113.963	8,6%
Utilidad neta de rev. de activos	51.103	46.950	8,8%	105.632	90.999	16,1%
Utilidad Líquida Distribuible	51.100	46.787	9,2%	105.639	91.031	16,0%

## 2.3 Principales Cifras Operacionales



# 98,0%

**Tasa de Ocupación**  
-39 bps vs 2T23

### Tasa de ocupación

La tasa de ocupación a nivel consolidado disminuyó 39 bps a/a, lo cual se explica por la ampliación del GLA en más de 28.000 m<sup>2</sup> en los últimos 12 meses. En Perú, la ocupación cae a 89,6%, afectada por la apertura de Cenco La Molina y una caída en la ocupación de Cenco Arequipa.



# +8,1%

**Visitas**  
31,5 millones 2T24

### Visitas

Las visitas aumentaron un 8,1% en comparación con el segundo trimestre de 2023, impulsadas por nuevos espacios de entretenimiento en nuestros malls y la recuperación del turismo en Chile. Destacan los centros comerciales Cenco Costanera y Cenco Osorno. En Perú, la apertura de Cenco La Molina ha contribuido significativamente al incremento en el tráfico de visitantes.



# +7,2%

**Ventas de Locatarios**  
vs 2T23

### Ventas de locatarios

La venta de locatarios aumentó 7,2% a/a, indicando un alza en el consumo de bienes discretivos en Chile. Se destaca la mejora en el desempeño de tiendas satélites, restaurantes y el sector de entretenimiento, impulsadas por el mayor turismo en Chile.

## SSR



**6,3%**

**Chile (1)**

**-1,8%**

**Perú**

**5,1%**

**Colombia**

### SSR

El SSR en Chile muestra una mejora de 6,3% respecto a 2T23. En el caso de Perú, la caída en SSR es explicada por menores ingresos variables de terceros. En Colombia, el crecimiento del SSR de 5,1% fue impulsado por ajustes de contratos por inflación.

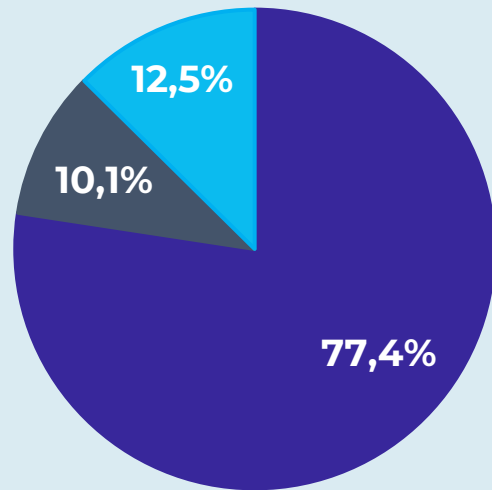
(1) Medido en CLP. Al calcularlo en UF (unidad de cuenta ajustable por inflación en Chile) este sería de 2,2%.



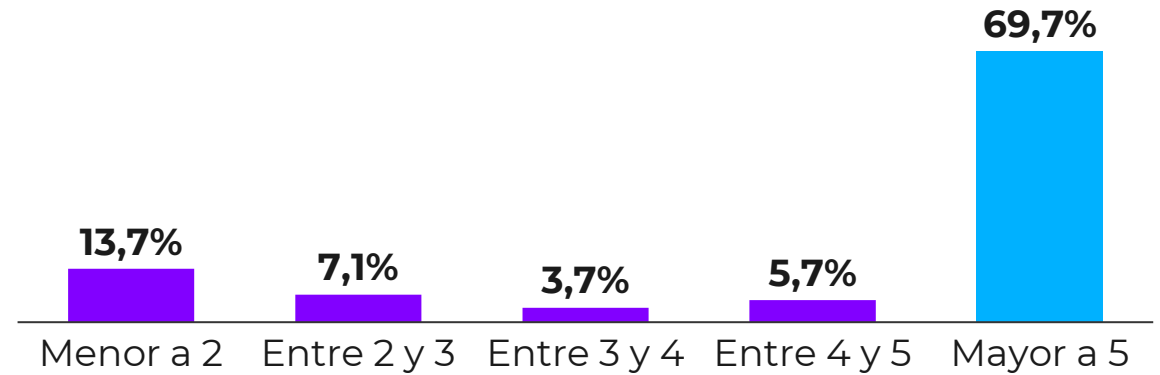
# 2.4 Estructura de Ingresos resiliente

## Composición de ingresos

■ Arriendo Fijo ■ Arriendo Variable ■ Otros



## Duración de los contratos (en años)



**69,7%**

Vence a más de 5 años

**~11 años <sup>(1)</sup>**

Promedio de duración



<sup>(1)</sup> Promedio ponderado de los contratos en base a su GLA.

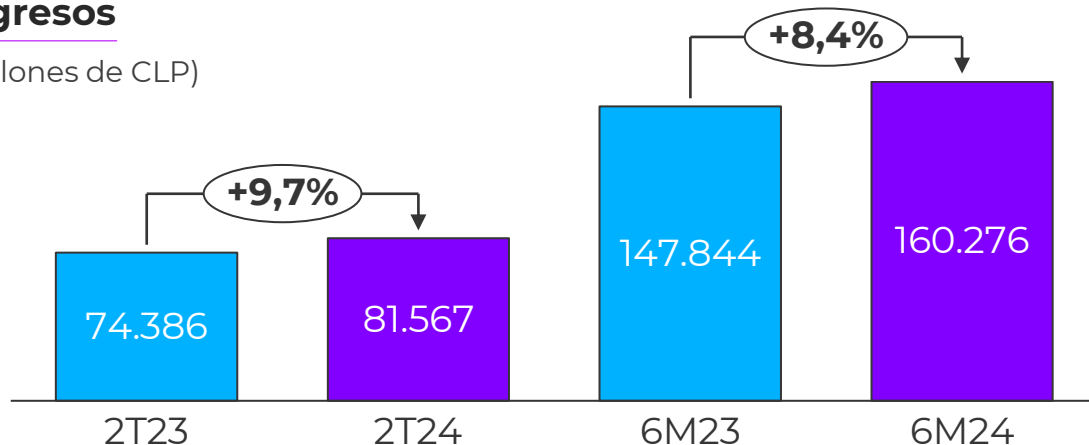
# 2.5 Incremento en más de 20.000 m<sup>2</sup> vs 2T23



## Chile

### Ingresos

(millones de CLP)



- Los **ingresos** aumentaron 9,7% frente al 2T23. Esta mejora se explica por la colocación de más de 20.000 m<sup>2</sup> de nuevo GLA, logrando una ocupación de 98,8% en el mismo periodo.

**+9,7%**

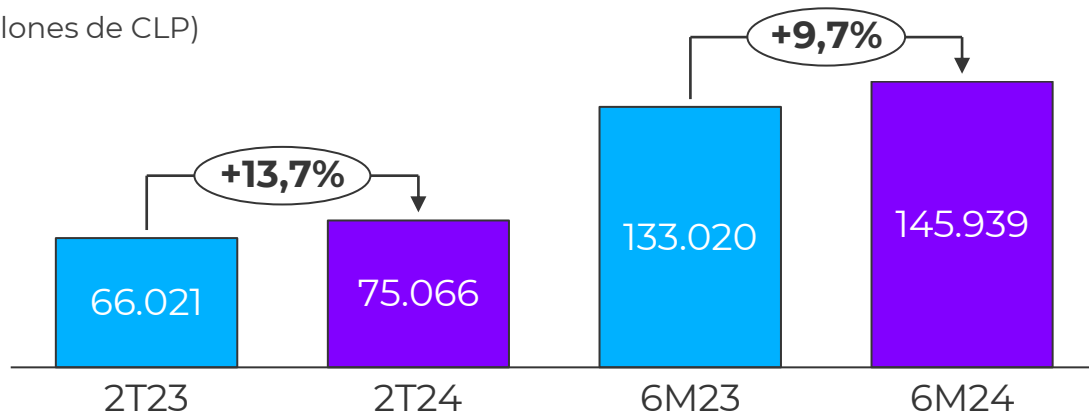
2T24

**+8,4%**

6M24

### EBITDA Ajustado

(millones de CLP)



- El **EBITDA Ajustado** aumentó 13,7%, logrando una mejora de 328 bps en el margen EBITDA Ajustado, llegando a 92,0%. Esta mejora se produce por la reducción de los gastos vs 2T23.

**+13,7%**

2T24

**+9,7%**

6M24

**92,0%**

Margen EBITDA Ajustado  
**+328 bps a/a**

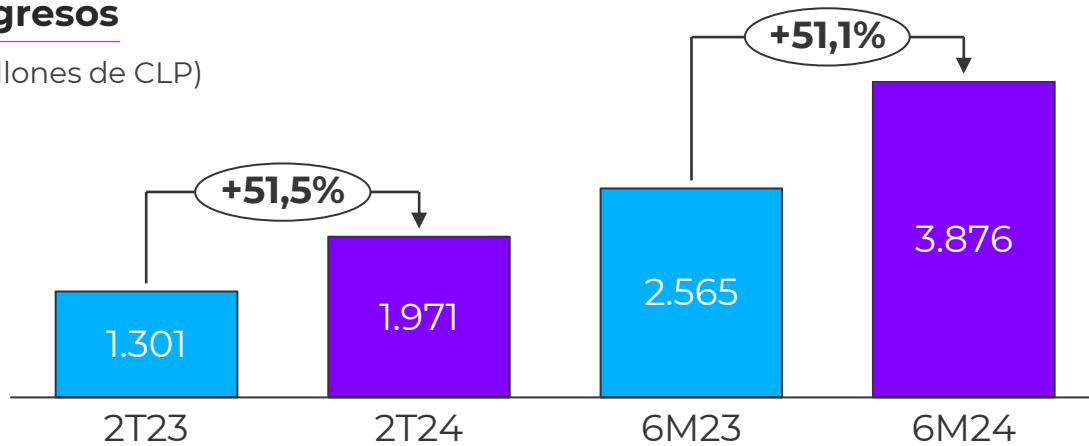
## 2.6 Aumento de Ingresos y EBITDA en 51,5% y 40,1%, respectivamente



### Perú

#### Ingresos

(millones de CLP)



- Los **ingresos** aumentaron 31,2% en PEN y 51,5% en CLP en comparación con el 2T23, explicado por la apertura de Cenco La Molina, con más de 60 locales operando, y mayor tráfico en Cenco Arequipa.

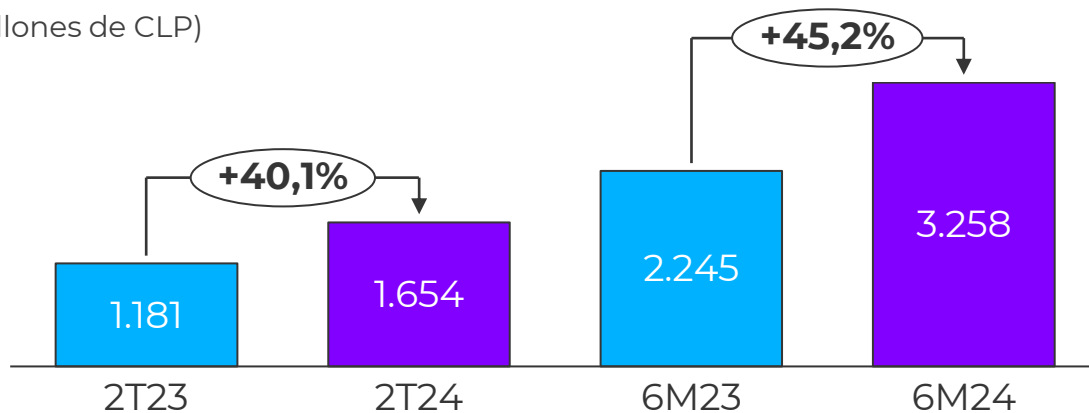
**+51,5%**  
2T24

**+51,1%**  
6M24

Variaciones a/a en CLP

#### EBITDA Ajustado

(millones de CLP)



- El **EBITDA Ajustado** aumentó 21,3% en moneda local y 40,1% en CLP a/a, explicado por el aumento de los ingresos frente al mismo trimestre de 2023, compensado parcialmente por un aumento del gasto asociado a la apertura de Cenco La Molina.

**+40,1%**  
2T24

**+45,2%**  
6M24

**83,9%**  
Margen  
EBITDA Ajustado  
-684 bps a/a

Variaciones a/a en CLP

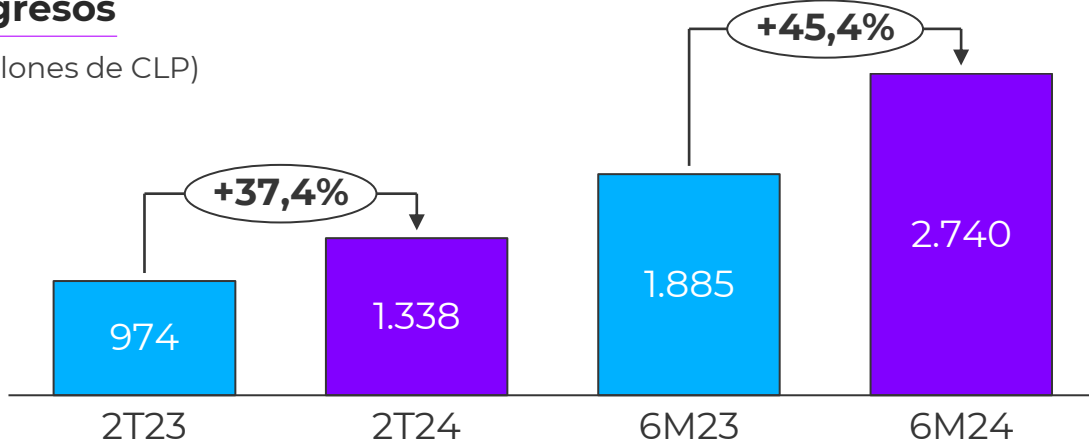
# 2.7 Expansión en la tasa de ocupación (+127 bps) Presentación de Resultados - 2T24



## Colombia

### Ingresos

(millones de CLP)



- Los **ingresos** aumentaron 5,0% en COP y 37,4% en CLP frente a 2T23. El crecimiento en moneda local se explica por la expansión de la tasa de ocupación en 127 bps (92,2%) y el aumento de la inflación a/a.

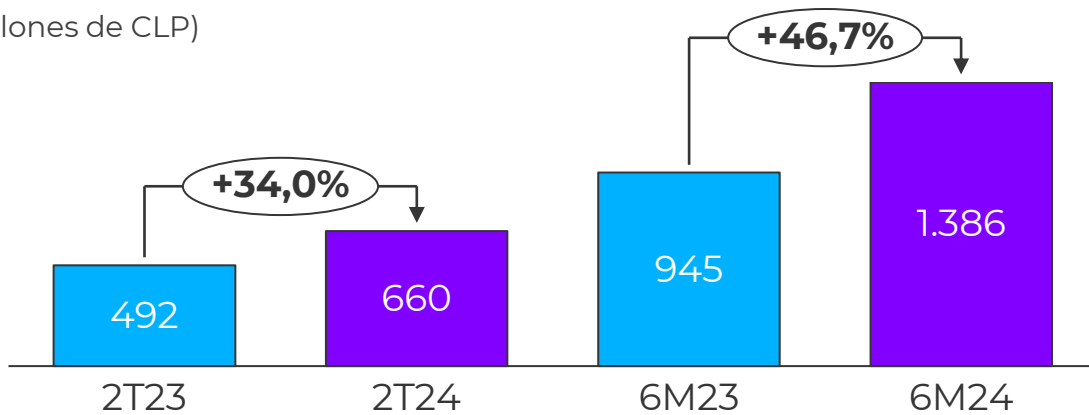
**+37,4%**  
2T24

**+45,4%**  
6M24

Variaciones a/a en CLP

### EBITDA Ajustado

(millones de CLP)



- El **EBITDA Ajustado** creció 2,3% en COP y 34,0% en CLP a/a reflejando una expansión del margen bruto de 175 bps, parcialmente compensado por un aumento en los gastos de administración y ventas.




**+34,0%**  
2T24

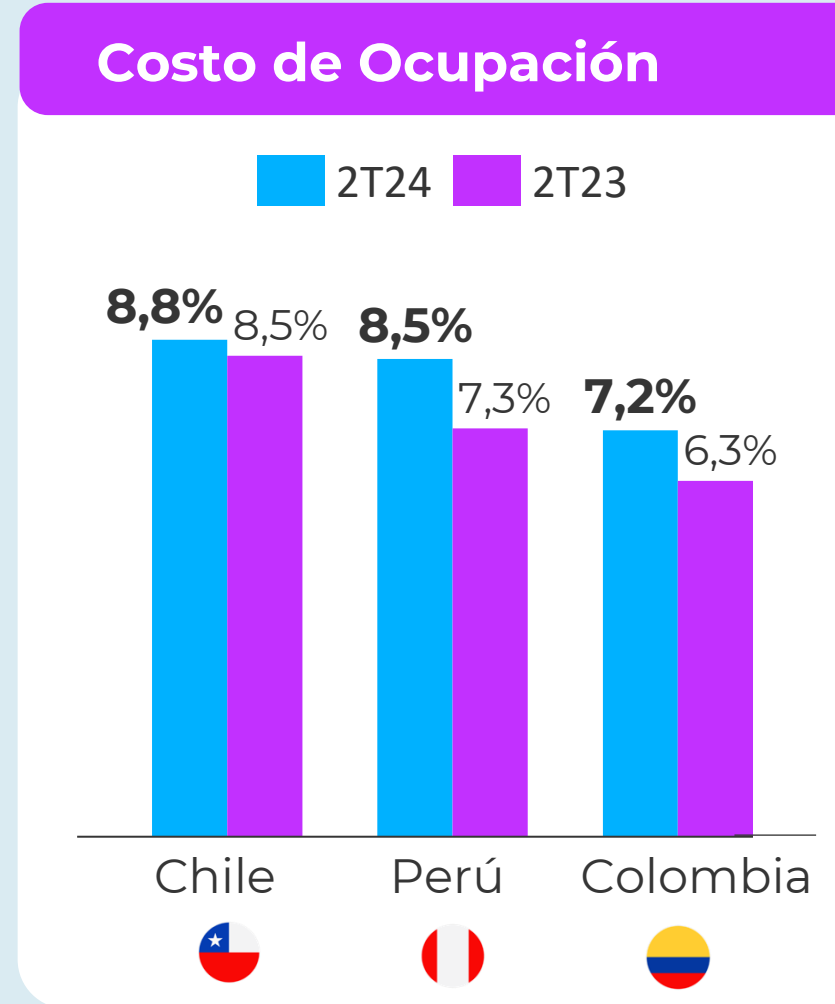
**+46,7%**  
6M24

**49,3%**  
Margen  
EBITDA Ajustado  
-128 bps a/a

Variaciones a/a en CLP

# 2.8 SSS, SSR y Costo de Ocupación

			
<b>SSS</b>	+6,0% <sup>(1)</sup>	-11,6%	-10,3%
<b>SSR</b>	+6,3% <sup>(1)</sup>	-1,8%	+5,1%



<sup>(1)</sup> Medido en CLP. Al calcularlo en UF (unidad de cuenta ajustable por inflación en Chile) el SSS y SSR serían de 1,9% y 2,2%, respectivamente.

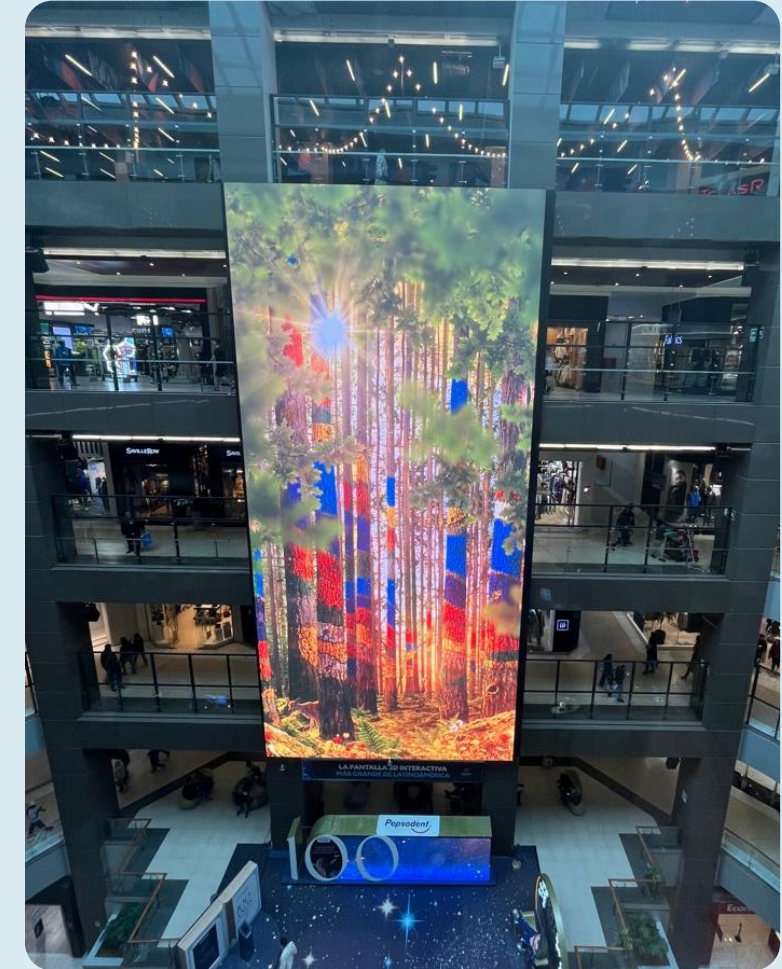
# 2.9 Impuesto y Resultado No Operacional

El **Resultado No Operacional** tuvo una caída de un 33,3% producto de mayores costos financieros y pérdidas por tipo de cambio.

El **Impuesto a la Renta**, por su parte, registró un aumento de CLP 4.895 millones (+32,4% vs 2T23) explicado principalmente por un aumento de 67,7% del Impuesto diferido asociado a la revaluación de activos en comparación a lo registrado en 2T23.

RESULTADO NO OPERACIONAL	2T24	2T23	Var. (%)	6M24	6M23	Var. (%)
Costo Financiero Neto	-996	-133	651,3%	-1.727	-713	142,2%
Diferencias de tipo de cambio	-2.154	899	N.A.	3.521	-1.715	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	-9.244	-10.064	-8,2%	-15.046	-19.065	-21,1%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>-12.393</b>	<b>-9.297</b>	<b>33,3%</b>	<b>-13.252</b>	<b>-21.494</b>	<b>-38,3%</b>

IMPUESTO A LA RENTA	2T24	2T23	Var. (%)	6M24	6M23	Var. (%)
Impuesto diferido rev. de activos	-6.193	-3.692	67,7%	-8.498	502	N.A.
Impuesto diferido otros conceptos	-2.663	841	N.A.	-6.585	-2.183	201,7%
Impuesto corriente	-11.129	-12.239	-9,1%	-24.955	-21.449	16,3%
<b>Total</b>	<b>-19.986</b>	<b>-15.091</b>	<b>32,4%</b>	<b>-40.038</b>	<b>-23.129</b>	<b>73,1%</b>

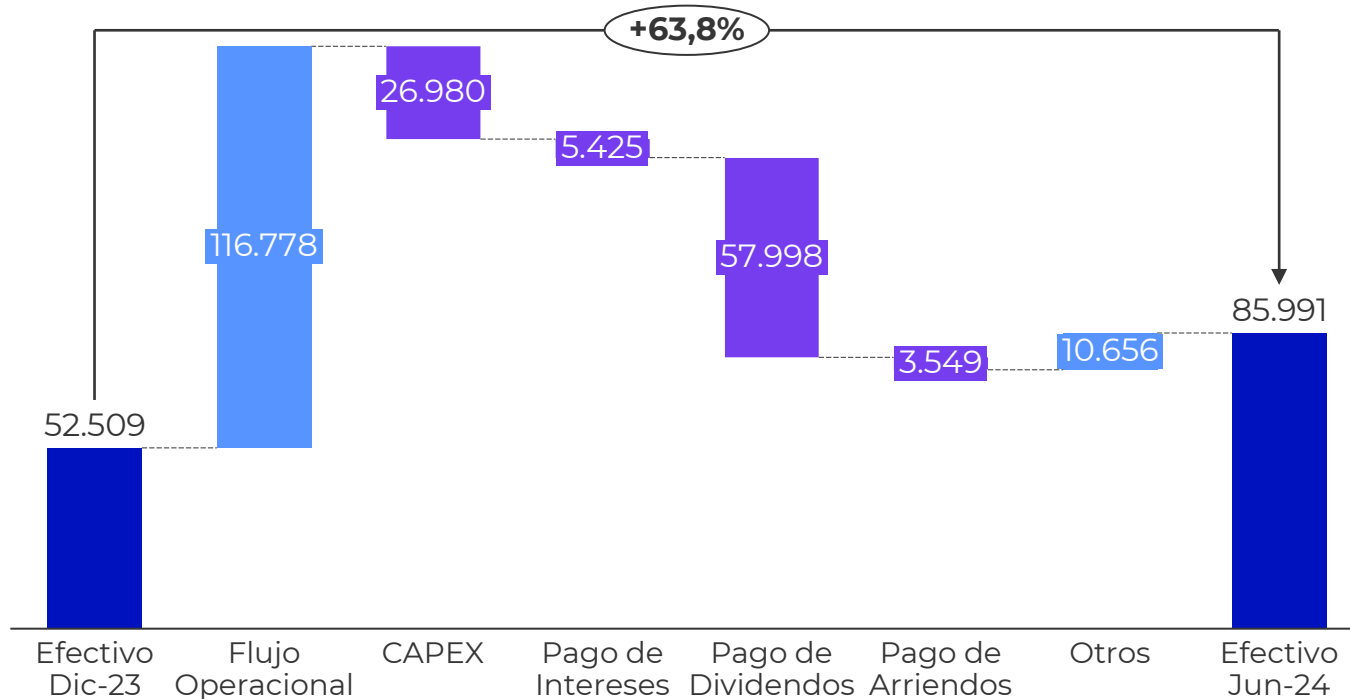


## Evolución de la posición de caja (1) (2)

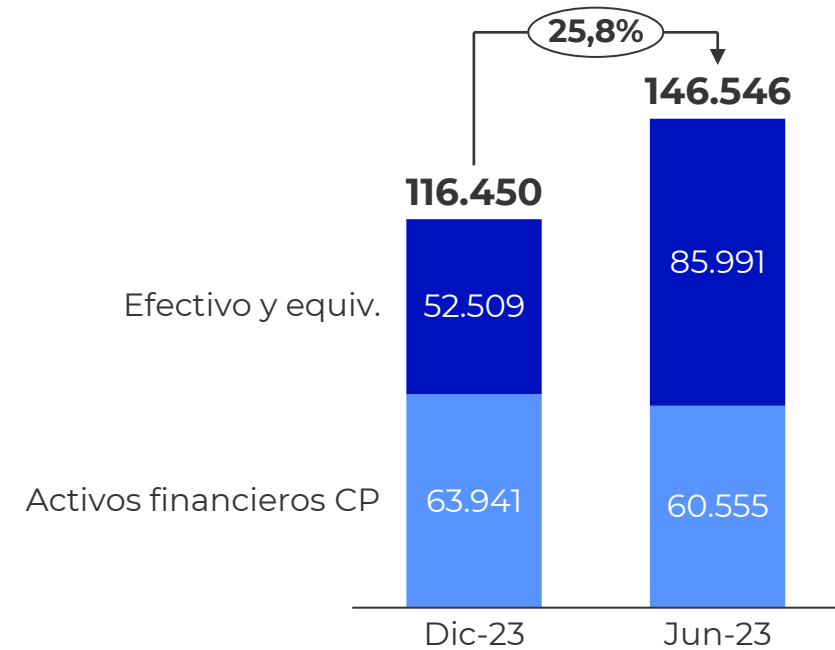
El efectivo y equivalentes **augmentó 63,8%** desde diciembre 2023 dada la significativa generación de caja de las operaciones. Lo anterior compensado por las inversiones de capital (Capex) y el pago de dividendos del período.

La **posición de caja crece 25,8%** desde diciembre de 2023 producto del aumento del efectivo, compensado por un mayor rescate de fondos mutuos.

### Efectivo y equivalentes



### Posición de caja



(1) Cifras en CLP millones. (2) Posición de caja considera Efectivo y equivalentes al efectivo + Activos financieros corrientes

## 2.11 Estructura de Capital

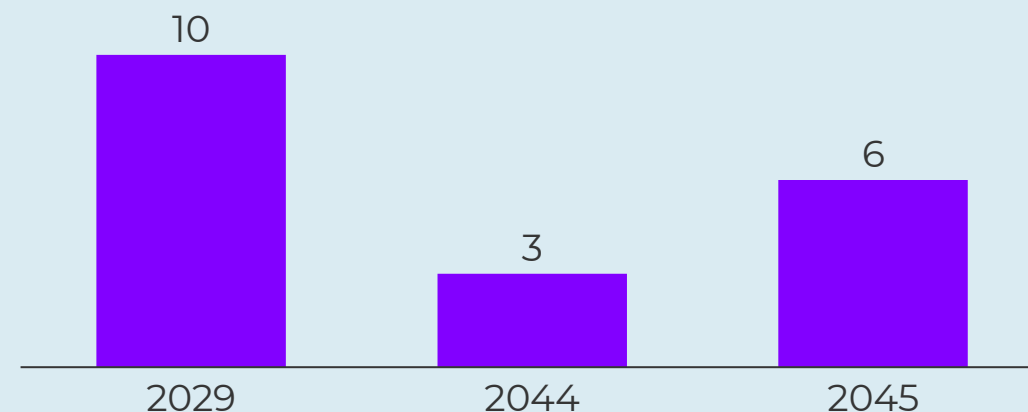
Indicadores Financieros	Unidad	JUN 24	DIC 23	JUN 23
Deuda Financiera Bruta	CLP MM	721.310	706.458	693.184
Duración	años	10,4	10,8	11,3
Posición de Caja	CLP MM	146.546	116.450	135.799
Deuda Financiera Neta	CLP MM	574.764	590.008	557.385
DFN <sup>(3)</sup> / EBITDA Ajustado LTM	veces	1,9	2,1	2,0

Indicadores Financieros	Unidad	JUN 24	DIC 23	JUN 23
Total Pasivos / Patrimonio	veces	0,5	0,5	0,5
Razón de Liquidez <sup>(4)</sup>	veces	2,0	2,2	2,2
Razón de Endeudamiento <sup>(5)</sup>	veces	0,3	0,3	0,3
EBITDA LTM / Gastos Financieros LTM	veces	23,2	22,4	21,6
FFO LTM / DFN	%	41,5%	38,8%	40,7%
Utilidad LTM / Total Activo	%	5,4%	4,5%	5,0%
Utilidad LTM / Total Patrimonio	%	8,1%	6,8%	7,5%

**1,9** DFN / EBITDA Ajustado  
veces

- Al 30 de junio de 2024, **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 promedio de la deuda es de **10,4 años**
- El costo promedio de la deuda es **1,54% <sup>(1)</sup>**

### 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. <sup>(3)</sup> Deuda Financiera Neta. <sup>(4)</sup> Activos Corrientes / Pasivos Corrientes. <sup>(5)</sup> Total Pasivos / Total Activos





**03**

# Avances en Sostenibilidad

# 3.1 Avances en Sostenibilidad

## 01 Capacitaciones Gestión de Residuos Cenco Malls

Durante el 2T24 se dio comienzo al proceso de formación y sensibilización respecto al reciclaje en 7 de los centros comerciales, a los equipos de operaciones y aseo. El foco es entregar herramientas y evaluar mejoras para potenciar el reciclaje de cartón, plásticos, latas, papeles y otros en nuestros centros comerciales.

## 02 Iniciativas que impulsan el bienestar y concientización de salud

- **Vacunatorio gratuito para la comunidad visitante en Cenco Malls:** se concretó una alianza público - privada en el marco del impulso al bienestar para el público en los centros comerciales Cenco El Llano, Ñuñoa, Florida, Valparaíso y Angamos. Logrando la administración de más de 4.000 dosis de vacunas contra la influenza.
- **Operativo de Exámenes Médicos Preventivos en Cenco Belloto y Cenco Osorno:** desde el inicio del año 2024, se coordinó una calendarización anual para potenciar la realización de EMP (exámenes médicos preventivos) a la comunidad para promover el cuidado médico y bienestar.

## 03 Conciencia Medioambiental (Colombia)

En Cenco Altos del Prado se optimizó el rendimiento y consumo de los aires acondicionados y en Cenco Limonar se instalaron más de 350 lámparas LED. Además, se implementó aislamiento térmico para optimizar la eficiencia energética, logrando un 10% de reducción en el consumo.



## 3.2 Avances en Sostenibilidad

### 04 Smart City Expo Santiago 2024

Cenco Malls participó con un stand que visibiliza mediante realidad virtual los nuevos espacios y novedades sostenibles que la empresa está desarrollando en sus centros comerciales. El fin de este evento fue compartir ideas y soluciones sobre cómo crear un futuro mejor para las ciudades y sus ciudadanos. Los principales proyectos presentados fueron:

- **Costanera Bike:** proyecto que busca conectar las principales ciclovías en el corazón de Santiago, incentivando la movilidad consciente.
- **Planta de Aguas Grises Cenco La Dehesa:** este proyecto ha permitido reutilizar el 100% del agua de lavamanos y duchas del centro comercial para mantener jardines de bajo consumo hídrico.



### 05 Impulsando la electromovilidad en Cenco Costanera

En alianza con la Municipalidad de Providencia, se inauguró un punto de taxis eléctricos para potenciar las experiencias sostenibles y reducir el impacto de Co<sub>2</sub>, impulsando operaciones y servicios conscientes con el medioambiente. Esta iniciativa cuenta con 24 espacios habilitados para taxis eléctricos.

# Información importante

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

Cenco Malls 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 Cenco Malls. 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.



cencosud<sup>®</sup>  
malls