

cenco^o
malls

Presentación de Resultados

Primer Trimestre 2024



**Cencosud
Shopping S.A.**

01
Eventos
Relevantes
IT24



1.1 Eventos Relevantes IT24

01

Nueva Identidad: Cenco Malls

Como parte de la evolución del negocio y un nuevo enfoque estratégico, a través de esta nueva identidad se busca optimizar la experiencia de quienes visitan los centros comerciales, potenciando la excelencia y el vínculo con los clientes y la comunidad. A la fecha todos los medios digitales de los centros comerciales de Cenco Malls en Chile ya reflejan este cambio, y 3 de los más importantes centros comerciales cuentan con nueva gráfica, en línea con la identidad visual de la marca.

02

La Junta Ordinaria de Accionistas elige Directorio por el periodo 2024 – 2027

El 25 de abril, la Junta Ordinaria de accionistas eligió a los nuevos miembros del directorio, el cual quedó compuesto por 5 miembros no independientes: José Raúl Fernández, Stefan Krause, Manfred Paulmann, Peter Paulmann y Jaime Soler. Además de dos miembros independientes propuestos por AFP Hábitat: María Susana Carey y Eduardo Novoa.

03

Sebastián Bellocchio es designado como nuevo CEO de Cenco Malls

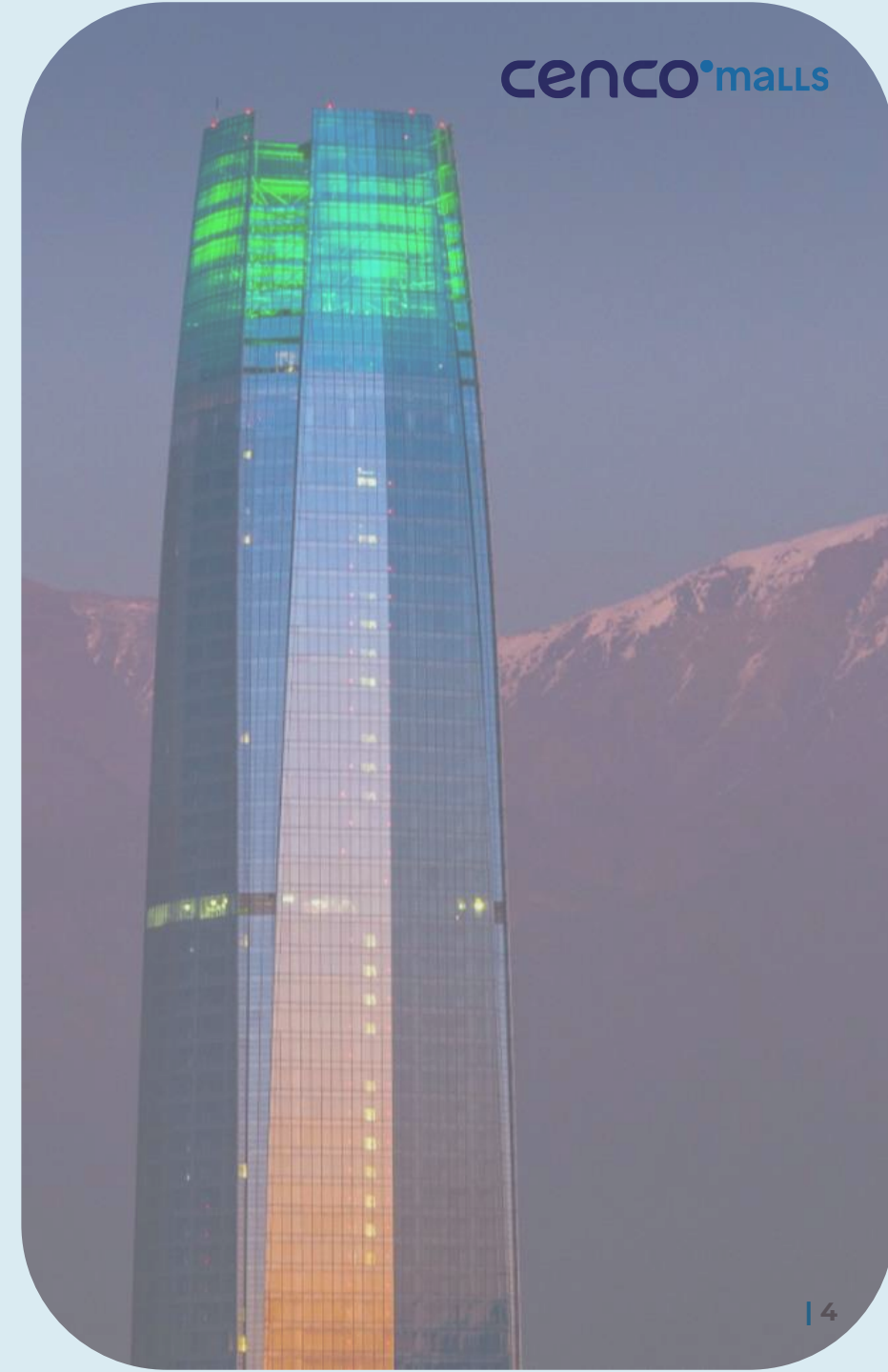
El 29 de febrero, el directorio de la Compañía designó al Sr. Sebastián Bellocchio como nuevo Gerente General, en reemplazo de Rodrigo Larraín, quien había renunciado el 26 de enero de este año para asumir el cargo de CEO de Cencosud S.A. El Sr. Bellocchio, quien anteriormente ocupaba el cargo de Gerente Comercial, cuenta con una extensa experiencia dentro de la empresa.



1.2 Eventos Relevantes IT24

04 **Presentadores oficiales de Lollapalooza 2024**
En marzo de 2024 se llevó a cabo una nueva edición de Lollapalooza, donde "Cenco Malls" fue el presentador oficial. Se entregaron descuentos a través de la app Mi Mall para los usuarios.

05 **Alianza de Sky Costanera con la escuela de arquitectura de la USACH**
La Compañía inauguró la exposición del curso "Observación y Dibujo de la Ciudad", donde se presentaron los dibujos creados por los estudiantes desde el mirador, ofreciendo una perspectiva única de Santiago y mostrando sus percepciones individuales y colectivas sobre el entorno urbano.



1.3 Avances Plan de Inversión

01 2ª Etapa Cenco La Molina – Perú
En enero se iniciaron las obras de la 2ª etapa de Cenco La Molina, en Perú, buscando convertirse en el centro comercial más grande del distrito en los próximos años. En su 1ª etapa, el mall alcanzó una superficie arrendable de aproximadamente 14.000 m². Una vez completado, el centro comercial superará los 40.000 m².

02 Remodelación del 5º nivel en Cenco Costanera – Chile
El sector gastronómico de Cenco Costanera se encuentra bajo una renovación estratégica que ampliará la oferta gastronómica del mall, modernizando el ambiente y la funcionalidad del patio de comidas.

03 Habilitación de Oficinas Cenco Costanera – Chile
Con el objetivo de impulsar la ocupación de las oficinas de las Torres Costanera y Vitacura, se ofrecen espacios semi habilitados que permiten a los arrendatarios personalizar sus espacios, distribuyendo el costo de habilitación a lo largo de la duración del contrato.

04 Remodelación patio de comidas Cenco Florida – Chile
Comenzó la remodelación del patio de comida en Cenco Florida Center, rediseñando el estándar y estética para mejorar la experiencia del cliente, introduciendo una oferta gastronómica diversa.

05 Cenco Costanera BIKE – Chile
En línea con estándares modernos de movilidad urbana y el compromiso de la Compañía con la sostenibilidad, comenzaron las obras para la construcción de un nuevo ciclero en Cenco Costanera, espacio que permite almacenar más de 840 bicicletas.



Render de Costanera BIKE



02
Resultados
1T24

2.1 Resumen Ejecutivo 1T24

Ingresos: incrementaron 8,4% a/a, impulsados por la colocación de más de 20.000 m², manteniendo una tasa de ocupación consolidada de 98,3%. Las renovaciones de los contratos bajo condiciones más favorables, sumado al aumento en ventas de Sky Mirador y *Parking* contribuyeron a la mejora vs 1T23.

FFO (Funds From Operations): registró una **baja de 0,2% a/a**, llegando a los CLP 58.577 millones en el trimestre. Lo anterior, se explica por un incremento del 82,1% en la utilidad del periodo, contrarrestado por una mayor revaluación de activos.

EBITDA Ajustado (NOI): aumentó 6,8% frente a 1T23, junto a un **Margen EBITDA de 89,3%**, como resultado de los mayores ingresos, parcialmente compensado por un mayor nivel de gastos para el robustecimiento y apoyo al crecimiento del negocio.

Utilidad líquida distribuible: alcanzó los CLP 54.539 millones, lo que representa un incremento del 23,3% interanual, producto de un mayor resultado operacional y variaciones favorables de tipo de cambio y unidades de reajuste.

CLP millones	1T24	1T23	Var. (%)
Ingresos	82.016	75.632	8,4%
EBITDA Ajustado (NOI)	73.204	68.516	6,8%
% EBITDA Ajustado (NOI)	89,3%	90,6%	-133 bps
FFO	58.577	58.689	-0,2%
Utilidad neta de revaluación de activos	54.529	44.029	23,8%
Utilidad Líquida Distribuible	54.539	44.244	23,3%



2.2 Principales cifras operacionales



98,3%

Tasa de Ocupación
-6 bps vs 1T23



+8,9%

Visitas
30,8 millones



+6,2%

Ventas de Locatarios
vs 1T23



SSR

2,7% Chile ⁽¹⁾

2,3% Perú

3,3% Colombia

Tasa Ocupación

Se mantiene en 98,3%, en línea vs 1T23 (-6 bps a/a), a pesar del incremento de más de 20.000 m² de nuevo GLA desde marzo de 2023.

Visitas

Aumentaron 8,9% frente al 1T23 debido a mejoras en Chile y Perú, destacando Cenco Costanera, Cenco Osorno, Cenco Ñuñoa y Cenco Temuco. En Perú, las visitas aumentaron 79,0% a/a, explicado principalmente por la apertura de Cenco La Molina.

Ventas de locatarios

Registró un crecimiento en el trimestre de 6,2% a/a, explicado por una recuperación del consumo en general, destacando la recuperación de tiendas satélites, restaurantes y locatarios asociados a entretenimiento.

SSR

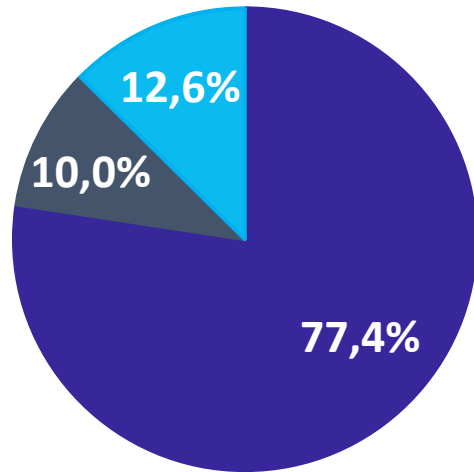
El SSR en Chile creció medido en CLP un 2,7%. En el caso de Perú y Colombia, la mejora en SSR a/a se explica principalmente por mejores condiciones comerciales, sumado a la mayor inflación.

¹ Medido en CLP. Al calcularlo en UF (unidad de cuenta ajustable por inflación en Chile) este sería de -1,4%.

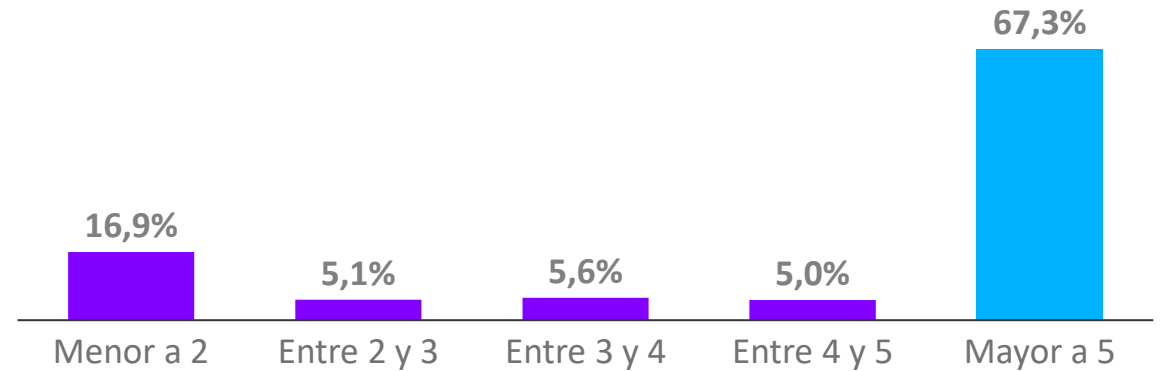
2.3 Estructura de Ingresos Resilientes

Composición de ingresos

■ Arriendo Fijo ■ Arriendo Variable ■ Otros



Duración de los contratos (en años)



67,3%

Vence a más de 5 años

~11 años ⁽¹⁾

Promedio de duración



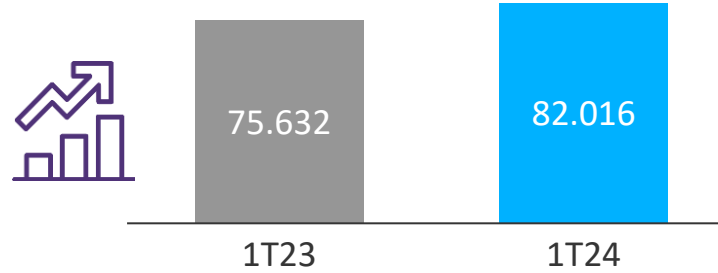
¹ Promedio ponderado de los contratos en base a su GLA.

2.4 Ingresos Crecen Doble Dígito en Perú y Colombia cenco^omalls

CLP millones al 31 de marzo 2024

Ingresos Consolidados

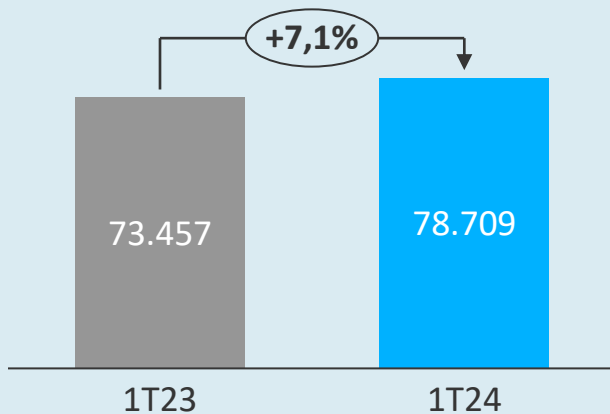
- Sólida tasa de ocupación a nivel consolidado
- Colocación de más de 20.000 m² a/a
- Mayores ingresos de Sky Costanera y *Parking*



**Ingresos vs 1T23
+8,4%**

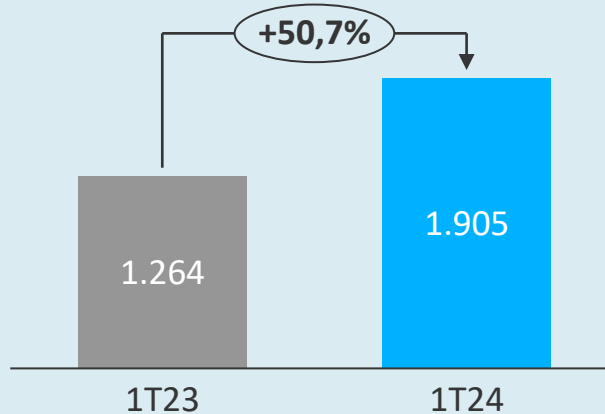
CHILE

- Incremento de más de 12.000 m²
- +15 bps tasa de ocupación
- Aumento de las ventas de los locatarios en 5,5%



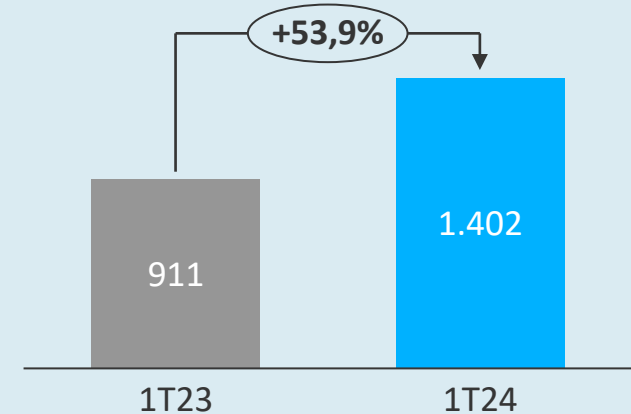
PERÚ

- Apertura Cenco La Molina (+10.000 m²) vs 1T23
- +33,8% a/a de visitas en Cenco Arequipa



COLOMBIA

- Mayor ingreso proveniente de terceros
- Mejor desempeño de Cenco Limonar y Cenco Altos del Prado

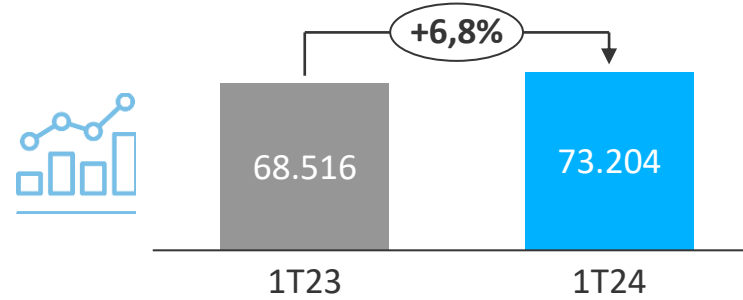


2.5 EBITDA Ajustado crece 6,8% a/a

CLP millones al 31 de marzo 2024

EBITDA Ajustado Consolidado

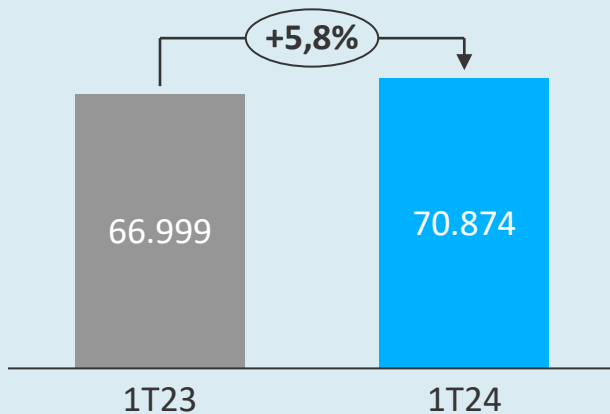
- Mayores ingresos comparado con 1T23
- Mejor resultado operacional



Margen EBITDA Ajustado 89,3%

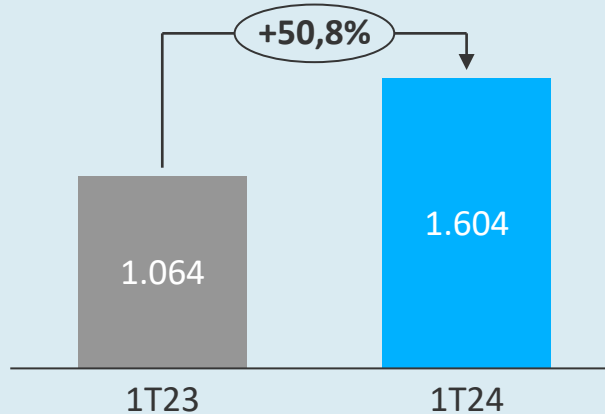
CHILE

- Aumento de 5,8% a/a, producto de los mayores ingresos
- Margen EBITDA ajustado de 90,0% en 1T24



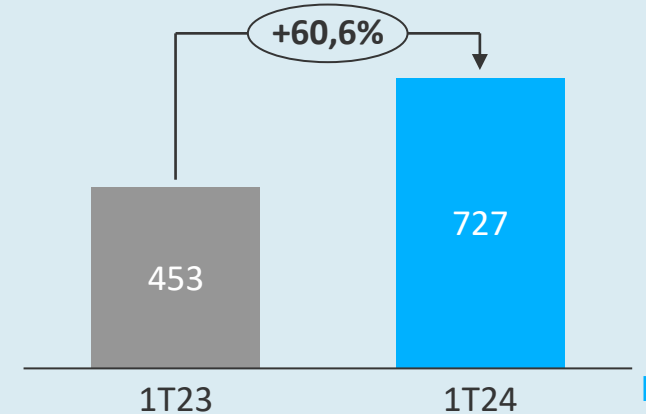
PERÚ

- Expansión de 733 bps a/a en el margen bruto
- Mayores ingresos por la apertura de Cenco La Molina









COLOMBIA

- Crecimiento de 53,4% en la ganancia bruta
- Compensado por un aumento de gastos



2.6 Costo de ocupación en niveles sanos

SSS	
	+4,6% ⁽¹⁾
	-9,1%
	-11,1%

SSR	
	+2,7% ⁽¹⁾
	+2,3%
	+3,3%



¹ Medido en CLP. Al calcularlo en UF (unidad de cuenta ajustable por inflación en Chile) el SSS y SSR serían de 0,5% y -1,4%, respectivamente.

2.7 Impuesto y resultado no operacional



El **Resultado No Operacional** mejoró un 93,0% producto de una menor pérdida por Resultado por Unidades de Reajuste y por diferencias favorables en el tipo de cambio.

El **Impuesto a la Renta**, por su parte, registró un importe negativo de CLP 20.052 millones producto de una disminución de CLP 6.499 millones del Impuesto diferido asociado a la revaluación de activos en comparación a lo registrado en 1T23.

RESULTADO NO OPERACIONAL	1T24	1T23	Var. (%)
Costo Financiero Neto	-731	-581	26,0%
Diferencias de tipo de cambio	5.675	-2.615	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	-5.802	-9.002	-35,5%
Resultado No Operacional	-858	-12.197	-93,0%

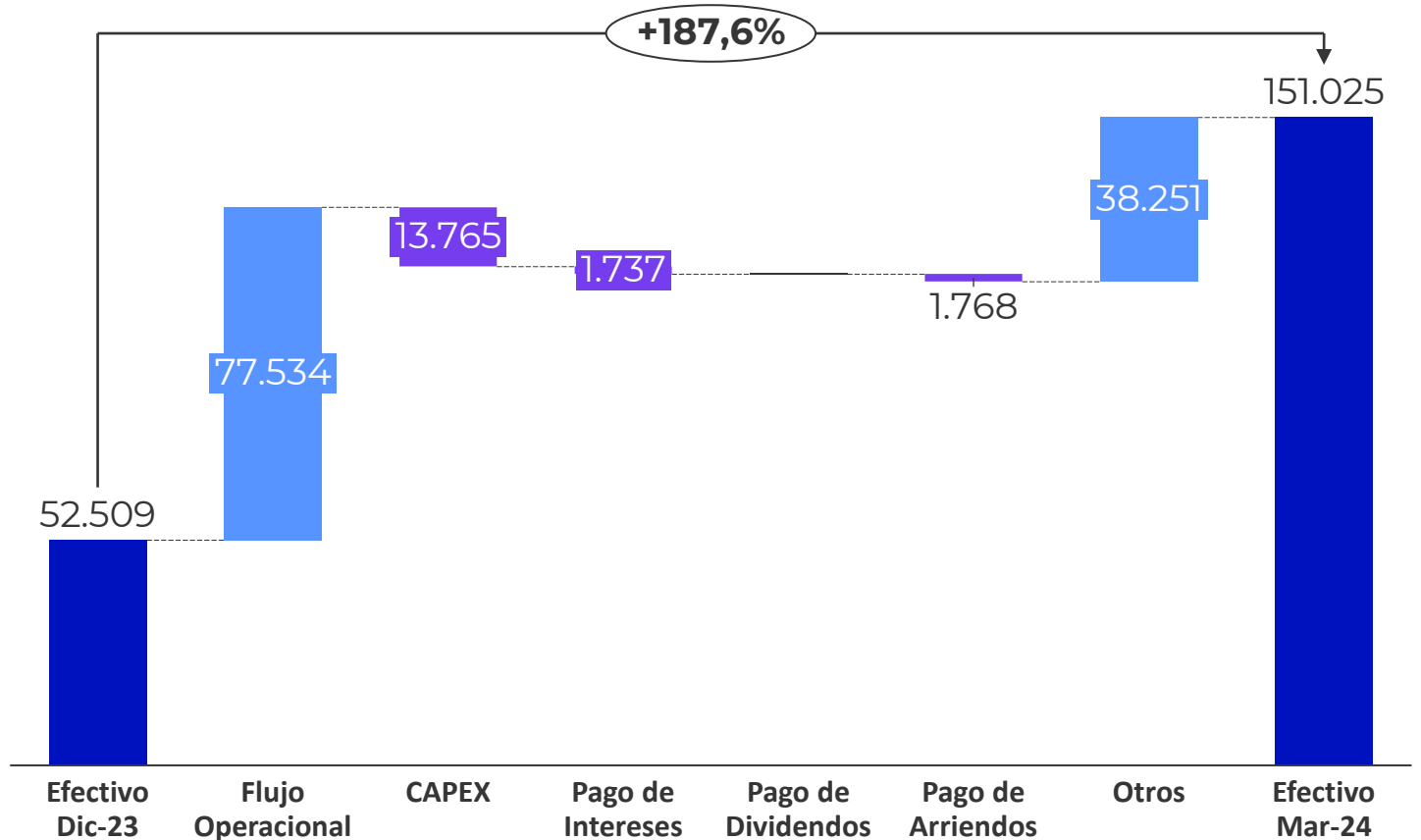
IMPUESTO A LA RENTA	1T24	1T23	Var. (%)
Impuesto diferido rev. de activos	-2.305	4.194	N.A.
Impuesto diferido otros conceptos	-3.921	-3.024	29,7%
Impuesto corriente	-13.826	-9.209	50,1%
Total	-20.052	-8.039	149,4%

2.8 Generación de Caja acumulado a marzo 2024

Flujo de Efectivo

El efectivo **aumentó 187,6%** desde diciembre 2023, principalmente debido al aumento neto del flujo operacional por CLP 77.534 millones.

Frente al 1T23, el flujo de efectivo proveniente de **actividades de operación ha aumentado 6,2%**, explicado por los mayores cobros procedentes de la prestación de servicios.



* Cifras en CLP millones

2.9 Estructura de capital

Indicadores Financieros	Unidad	MAR 24	DIC 23	MAR 23
Deuda Financiera Bruta	CLP MM	713.175	706.458	674.550
Duración (años)	años	10,6	10,8	11,7
Caja	CLP MM	184.348	116.450	98.965
Deuda Financiera Neta	CLP MM	528.827	590.008	575.585
DFN ⁽³⁾ / EBITDA Ajustado LTM	veces	1,8	2,1	2,0

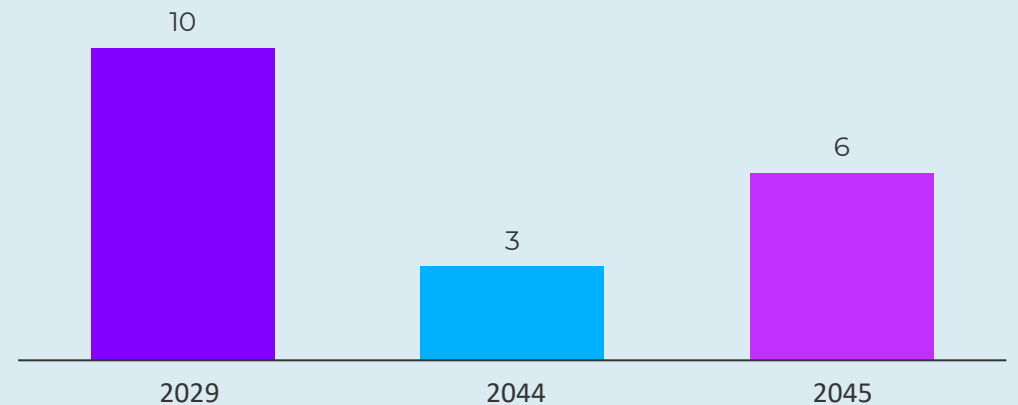
Indicadores Financieros	Unidad	MAR 24	DIC 23	MAR 23
Total Pasivos / Patrimonio	veces	0,5	0,5	0,5
Razón de Liquidez ⁽⁴⁾	veces	2,2	2,2	2,5
Razón de Endeudamiento ⁽⁵⁾	veces	0,3	0,3	0,3
EBITDA LTM / Gastos Financieros LTM	veces	22,6	22,4	21,1
FFO LTM / DFN	%	43,3%	38,8%	41,1%
Utilidad LTM / Total Activo	%	5,1%	4,5%	4,3%
Utilidad LTM / Total Patrimonio	%	7,6%	6,8%	6,5%

**1,8
veces**

De los menores DFN / EBITDA Ajustado de la industria

- Al 31 de marzo 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 **10,6 años**
- El costo promedio de la deuda es **1,54% ⁽¹⁾**

Deuda a largo plazo ⁽²⁾



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 Deuda Financiera Neta. ⁴ Activos Corrientes / Pasivos Corrientes. ⁵ Total Pasivos / Total Activos



03

Avances en Sostenibilidad

3.1 Avances en Sostenibilidad



Nuevo proyecto en Gestión de Residuos 2.0

Promoviendo la cultura de reciclaje, los centros comerciales y oficinas en Colombia habilitaron contenedores para reciclar: Aerosoles, baterías y luminarias. Además, se potenció el uso de papel reciclado para imprimir en las oficinas, reforzando la cultura ambiental con charlas y capacitaciones internas generando conciencia medioambiental entre colaboradores, logrando un 33% de ahorro en resmas.



Iluminación con eficiencia energética

En el estacionamiento de Cenco Altos del Prado, se impulsó el uso eficiente de las luces programándolas para aprovechar la luz natural. A su vez, las luces de áreas comunes del segundo nivel se mantienen de forma permanente al 50%, para emplear luz natural en las zonas del mall. Como parte del compromiso medioambiental, toda la iluminación de oficinas y baños se activa con sensores de movimiento.



Igualdad de Género y Día de la Mujer

En una alianza gubernamental, junto al Ministerio de la Mujer, se potenció la igualdad de género entre las comunidades mediante equipos especializados otorgando información y activaciones dinámicas para la concientización de igualdad de género. Además, se celebró el día de la mujer, en los centros comerciales con iniciativas conmemorativas, para la interacción con los visitantes.



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