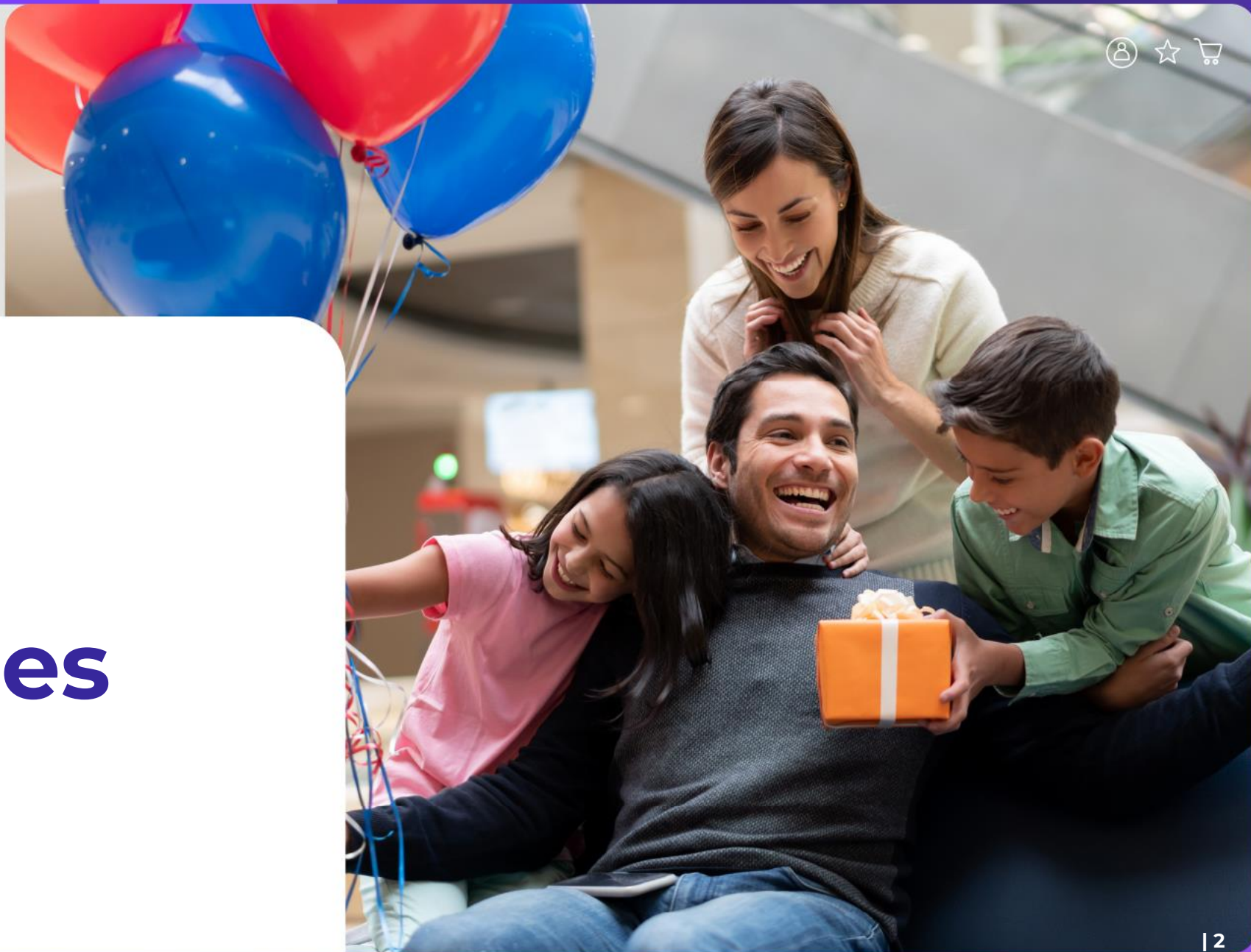




Presentación de Resultados

Tercer Trimestre 2023





01

Eventos Relevantes 3T23





1.1

Avances del trimestre



Presentador Oficial de Lollapalooza 2024 por segundo año consecutivo

- El primer día se agotó la **preventa #1** asociada al descuento de Costanera Center
- Para reconocer la preferencia de los clientes, se **distribuyeron 15.000 códigos de descuento** a través de la aplicación Mi Mall
- El evento tendrá lugar del 15 al 17 de marzo de 2024 en el Parque Bicentenario de Cerrillos

#COMUNIDAD

Lanzamiento “Espíritu Shopping”

Se lanzó el proyecto “Espíritu Shopping”, iniciativa que **reunió a Startups** medianamente consolidadas y con **planes de expansión internacional** de las industrias de *retail* o *Real Estate*.

- **Objetivo:** Identificar y acceder a nuevas tecnologías y soluciones que generen nuevas experiencias a clientes y *stakeholders*
- **Pilares:** Búsqueda de experiencias, disrupción, vinculación y entorno, Escalabilidad y Trazabilidad

#INNOVACIÓN



Van Gogh Immersive Art Experience



Portal La Dehesa fue el centro donde se desarrolló Van Gogh Immersive Art Experience, una **experiencia multisensorial** que ofrece a los visitantes una muestra de imágenes proyectadas, invitándolos a **sumergirse al interior de las pinturas**. Se destacó como un viaje sensorial a través del arte descubriendo el mundo mágico de Vincent Van Gogh.

#EXPERIENCIAS

Noches de Invierno

Se realizó una campaña que transformó las noches de invierno en noches de **entretención para disfrutar en familia** con:

- **música en vivo**
- **shows**
- **stand-up**
- los mejores **DJs**

#ENTRETENCIÓN



Celebración del 8º Aniversario de Sky Costanera

En agosto se conmemoró el **octavo aniversario** del **Sky Costanera**. El evento contó con la asistencia de más de 300 personas, ofreciendo **música de DJs en vivo**, **concursos** para clientes y una **experiencia única** con vistas de 360° desde 300 metros de altura.

#TRADICIÓN





02

Resultados 3T23



CLP millones	3T23	3T22	Var. (%)	9M23	9M22	Var. (%)
Ingresos	78.252	70.664	10,7%	230.545	204.918	12,5%
EBITDA Ajustado (NOI)	71.209	61.532	15,7%	207.418	181.785	14,1%
% EBITDA Ajustado (NOI)	91,0%	87,1%	392 bps	90,0%	88,7%	126 bps
Resultado No Operacional	3.893	-20.927	N.A.	-17.601	-61.975	-71,6%
Utilidad Líquida Distribuible	54.943	39.140	40,4%	93.047	74.189	25,4%
FFO	58.249	51.513	13,1%	172.212	149.536	15,2%



Ingresos: crecieron un **10,7% a/a**, reflejando una mayor tasa de ocupación en Chile y Perú, con un aumento consolidado de 51 bps, la renovación de contratos bajo condiciones más favorables, la colocación de más de 1.600 m² de oficinas, y mayores ingresos de Sky Costanera y estacionamientos.

FFO (Funds From Operations): registró un **incremento del 13,1%** en comparación con el 3T22, alcanzando los CLP 58.249 millones. Este aumento se debe principalmente a un crecimiento del 15,0% en la ganancia bruta anual, impulsado por el incremento de ingresos y la reducción del costo de venta.

EBITDA Ajustado (NOI): aumentó un **15,7%** frente al 3T22, logrando un margen de 91,0%, lo que representa una mejora de 392 bps a/a. Este crecimiento refleja una mayor eficiencia operativa, evidenciada por un incremento del margen bruto al 97,0% y una reducción del 1,0% en gastos de administración y ventas –motivada por una mejor gestión de deuda– a pesar de las presiones inflacionarias y ajustes salariales en la región.

Utilidad Líquida Distribuible: registró un **aumento del 40,4%** a/a, reflejando un desempeño favorable tanto en los Resultados Operacionales como No Operacionales.



2.2

Impuesto y Resultado No Operacional



Durante el 3T23, el **Resultado No Operacional** registró un total de CLP 3.893 millones, en contraste con los CLP -20.927 millones del 3T22. Esta mejora se explica principalmente por una menor pérdida en el Resultado por Unidades de Reajuste, atribuible a la disminución en la variación de la UF durante el 3T23 frente al 3T22.

El **Impuesto a la Renta** del período fue de CLP -19.347 millones, comparado con los CLP -1.886 millones del 3T22. El incremento a/a es producto de un impacto negativo derivado de los **impuestos diferidos** generados por otros conceptos distintos a la revaluación de activos. Adicionalmente, se registró un aumento del 45,0% en el **Impuesto corriente**, asociado al aumento de la utilidad a/a.

Resultado No Operacional	3T23	3T22	Var. (%)	9M23	9M22	Var. (%)
Costo Financiero Neto	601	-674	N.A.	-112	-3.950	-97,2%
Diferencias de tipo de cambio	5.403	1.949	177,3%	3.688	4.491	-17,9%
Resultado por Unidades de Reajuste	-2.111	-22.201	-90,5%	-21.176	-62.515	-66,1%
Resultado No Operacional	3.893	-20.927	N.A.	-17.601	-61.975	-71,6%
Impuesto a la Renta	3T23	3T22	Var. (%)	9M23	9M22	Var. (%)
Impuesto diferido revaluación de activos	774	-450	N.A.	1.276	2.298	-44,5%
Impuesto diferido otros conceptos	-6.625	7.873	N.A.	-8.807	23.046	N.A.
Impuesto corriente	-13.497	-9.308	45,0%	-34.945	-28.157	24,1%
Total	-19.347	-1.886	926,1%	-42.476	-2.813	1410,1%



2.3 Principales cifras operacionales



Tasa Ocupación: aumentó 51 bps a/a, atribuido a mejoras en la tasa de ocupación de Perú (+1.328 bps a/a) y Chile (+34 bps a/a), **Este crecimiento llevó a la Compañía a alcanzar los niveles más altos de ocupación de los últimos 3 años.**

Visitas: alcanzaron a 28,5 millones durante el trimestre, lo que representa **un aumento del 5,2%** frente al 3T22. El centro comercial Costanera Center en Chile destacó logrando un crecimiento a/a del 8,4% y acogiendo a más de 500.000 nuevos visitantes.

Ventas de locatarios: se mantuvieron estables (-0,5%) frente al año 2022, reflejando un entorno de consumo aún contraído. No obstante, los sectores que fueron más afectados durante la pandemia mostraron recuperaciones interanuales a/a.

SSR: En Chile, el SSR medido en UF registro una caída del 1,9% a/a producto de la disminución del arriendo variable. En CLP, el SSR creció un 5,7%, impulsado principalmente por el **aumento de los ingresos provenientes de arriendo fijo**. Por otro lado, en Colombia y Perú se registraron incrementos de 10,9% y 9,1% respectivamente, en moneda local.



1.344.894

m²
GLA total



98,4%

ocupación
+51 bps vs 3T22



-0,5%

% ventas
vs 3T22



+5,2%

visitas
28,5 millones



5,7%

SSR en Chile
(-1,9% en UF)

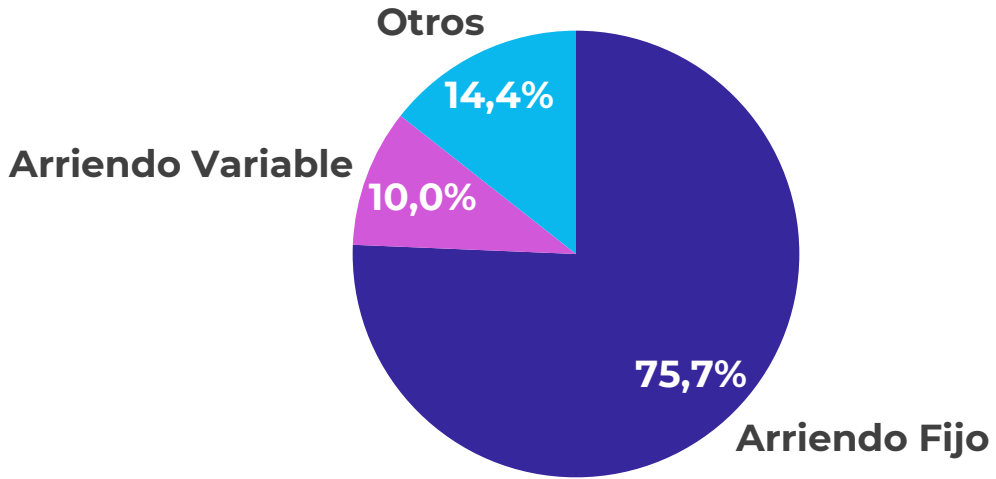
9,1%

SSR Perú

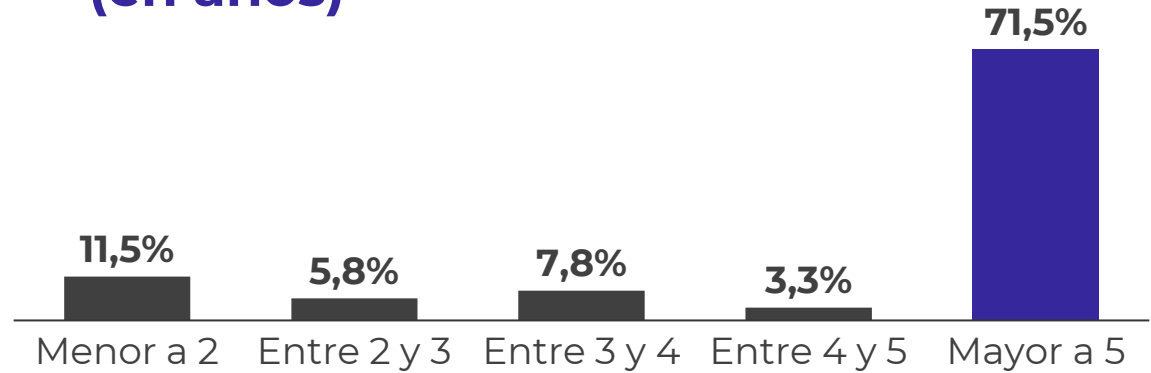
10,9%

SSR Colombia

Composición de ingresos



Duración de los contratos (en años)



71,5%
Vence a más de 5 años

11,3 años¹
Promedio de duración

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

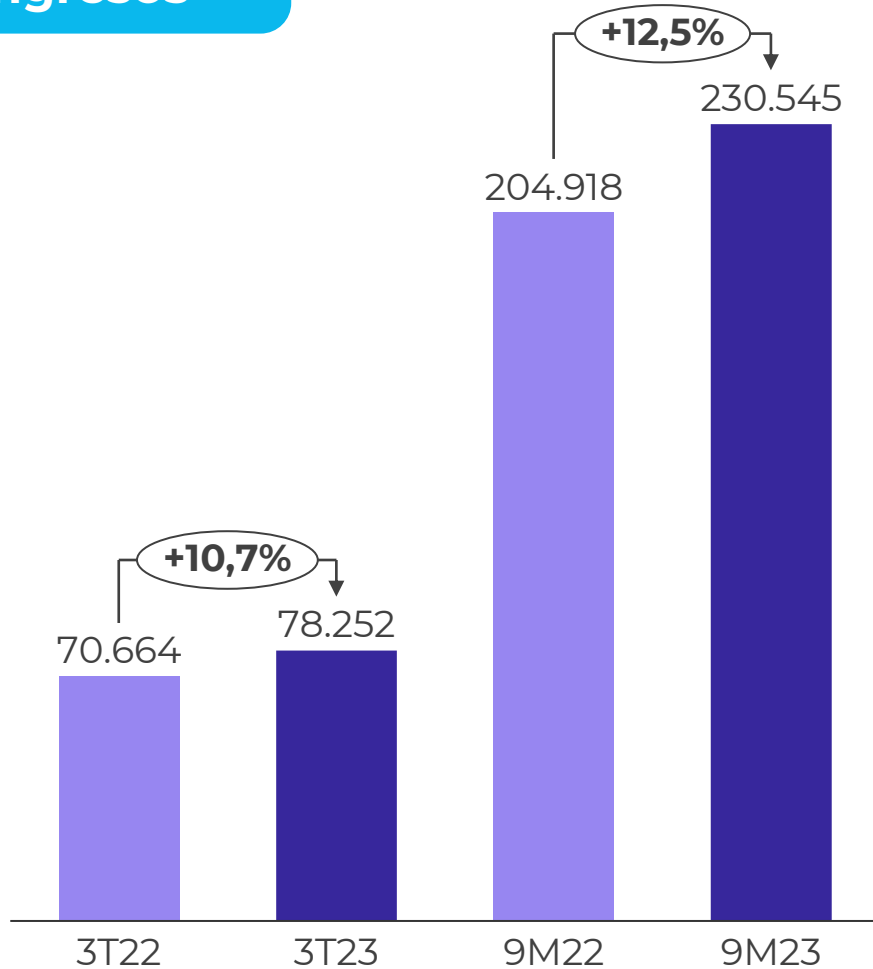


2.5

Ingresos con crecimientos de doble dígito en los tres países



Ingresos



*Cifras en CLP MM

INGRESOS

Consolidados Cencosud Shopping

+10,7%



Destaca por

- > **Mayor tasa de ocupación de los últimos 3 años, alcanzando un 98,4%**
- > **Recuperación del turismo y flujo peatonal** en los negocios asociados, como estacionamientos y Sky Costanera
- > Reactivación de la **comercialización de oficinas**: colocación de más de **1.600 m²** durante el trimestre
- > Renovación de contratos vencidos, logrando **mejores condiciones comerciales**



2.6

EBITDA Ajustado llega a 91,0% pese a entorno económico desafiante



EBITDA Ajustado

Consolidado Cencosud Shopping

+15,7%



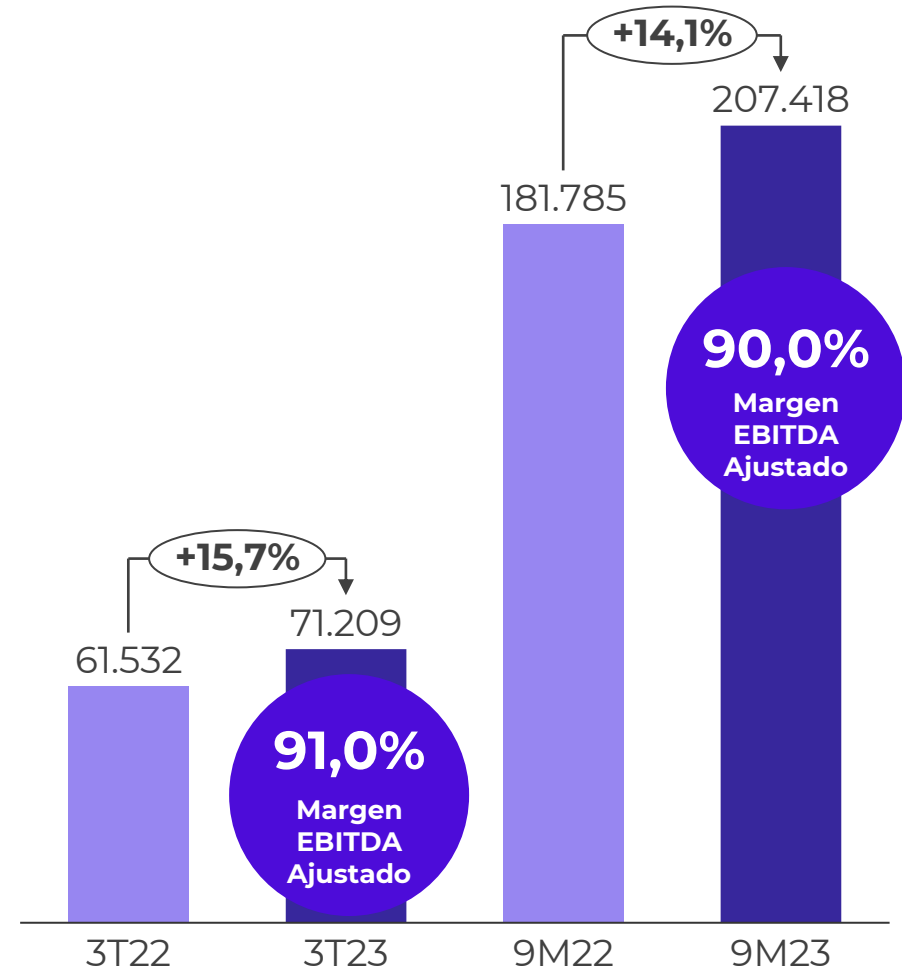
Destaca por

- > **Alza del margen bruto**, alcanzando un 97,0% (+361 bps a/a)
- > **Disminución gastos de administración y venta** frente al 3T22, impulsado por un mayor control de gastos, pese a presiones inflacionarias y de salarios
- > **Mejor nivel de cobranza** producto del fortalecimiento en la gestión de cobranzas



*Cifras en CLP MM

EBITDA Ajustado





2.7

Chile – crecimientos doble dígito en ingresos y EBITDA Ajustado



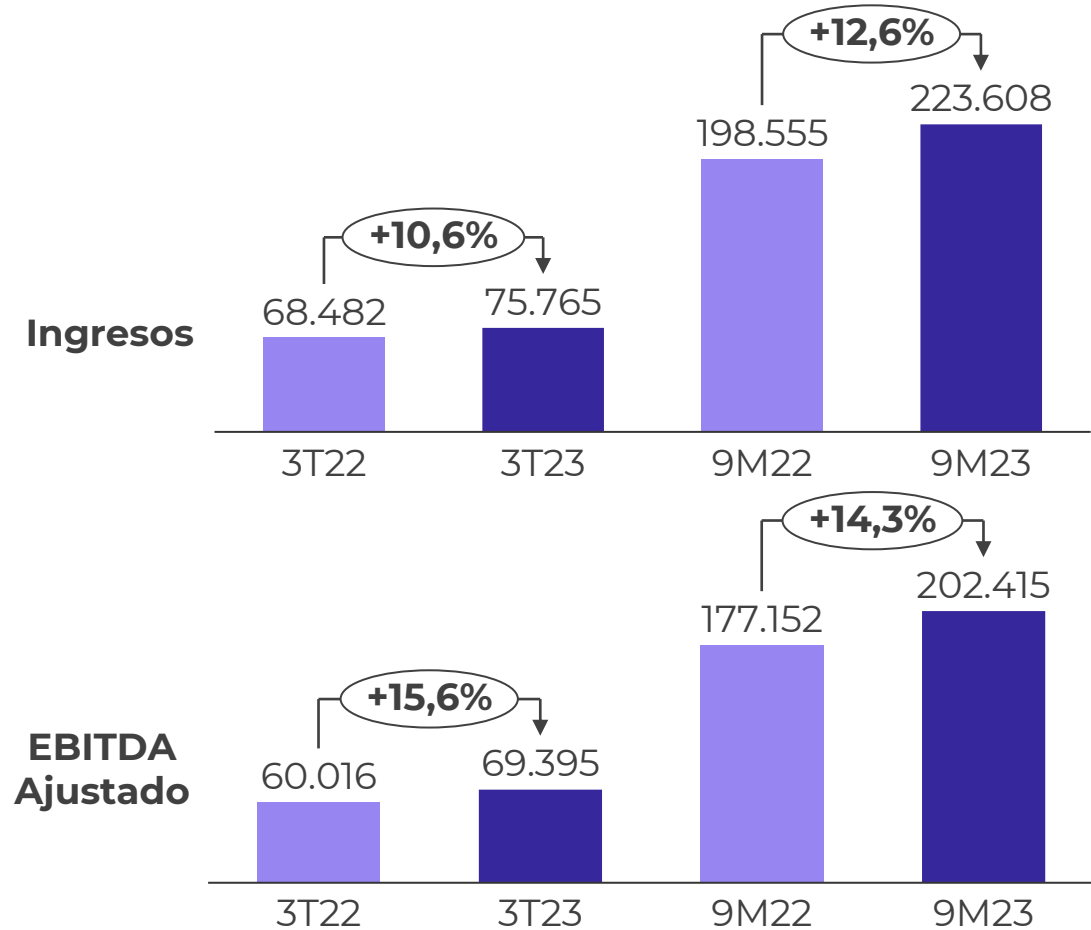
Chile

Ingresos +10,6%

- > Nivel de ocupación de 99,0% (+34 bps a/a)
- > Mayores ingresos de Sky Costanera y estacionamientos impulsados por aumento de visitas (+4,6% a/a)
- > Arriendo de más de 1.600 m² de oficinas. Ocupación llega a 71,3% (+347 bps a/a)

EBITDA Ajustado +15,6%

- > Aumento de los ingresos
- > Mayor eficiencia operativa a pesar de presiones inflacionarias y de salarios
- > Mejor gestión de deuda, implicando menor provisión de cartera vencida



2.8 Perú – mayor ocupación en 3 años



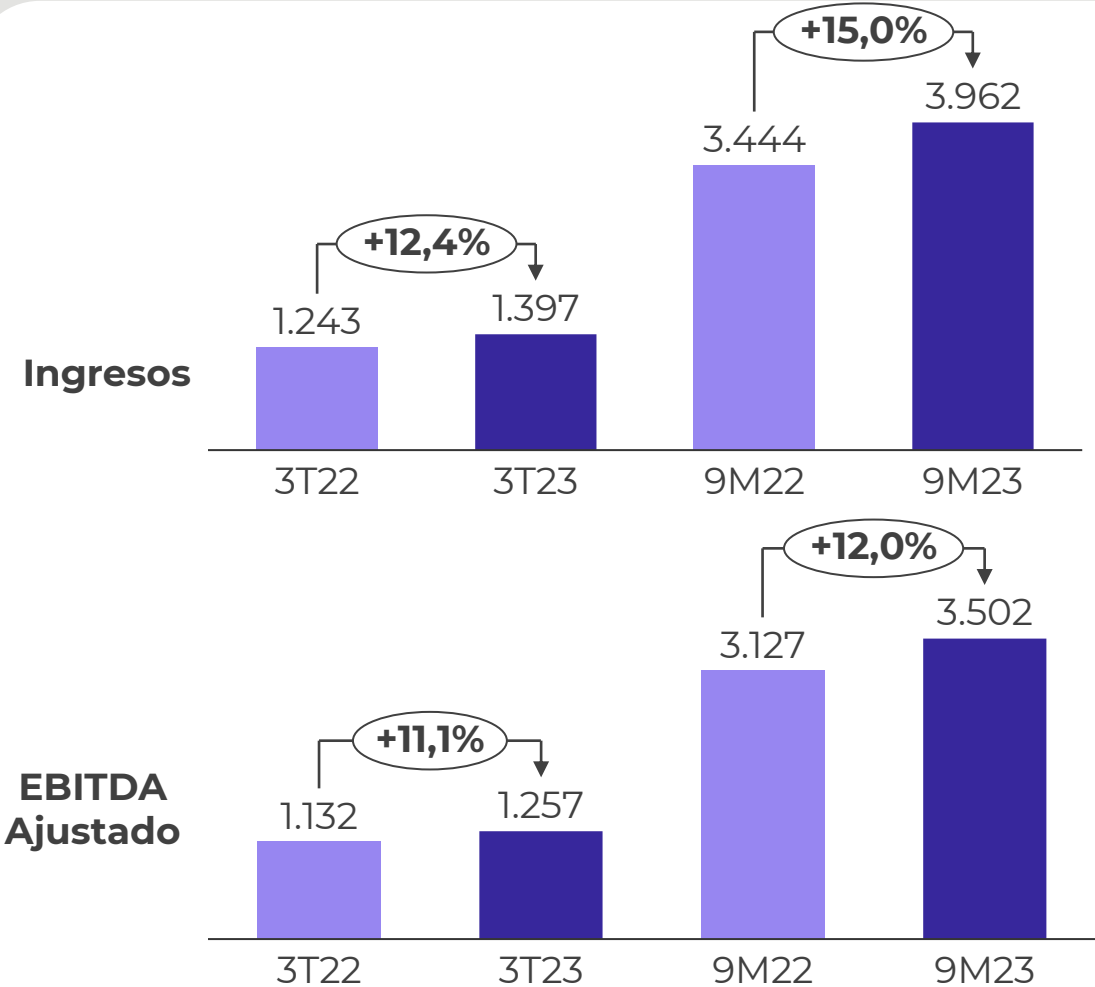
Perú

Ingresos +12,4%

- > Aumento de 1.328 bps en la ocupación
- > Término de las restricciones asociadas a pandemia
- > Incremento de las visitas en 26,7% a/a

EBITDA Ajustado +11,1%

- > Crecimiento de doble dígito de los ingresos
- > Mejora de 1.263 bps del margen bruto



2.9 Colombia – mejora en rentabilidad



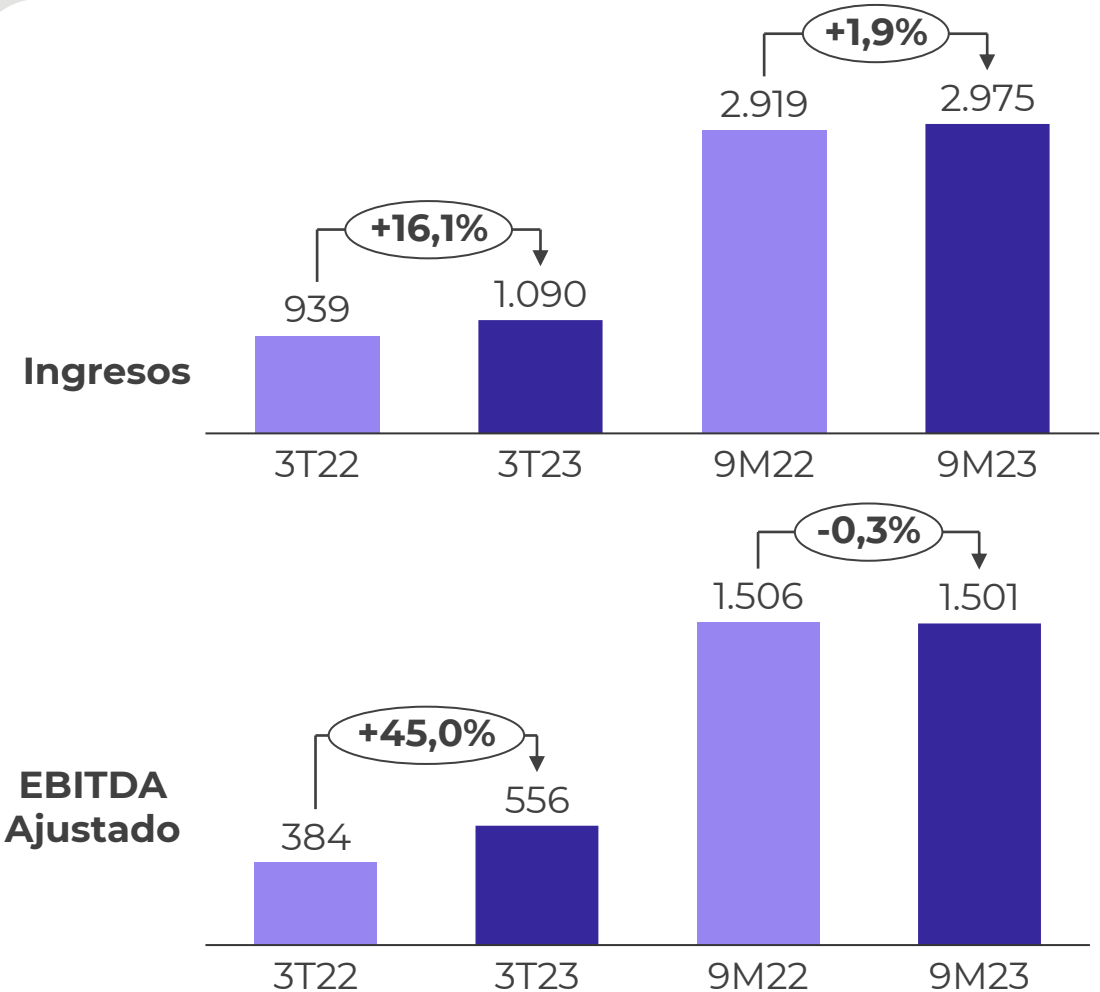
Colombia

Ingresos +16,1%

- > Mejor desempeño de Centros Comerciales Altos del Prado y La 65
- > Ingresos impulsados por SSR de 10,9%

> EBITDA Ajustado +45,0%

- Reducción del gasto en Altos del Prado por medidas de eficiencia en seguridad y limpieza
- > En moneda local, registra un crecimiento de 47,3% producto de aumento de margen bruto en 20,9%



2.10 Competitivo Costo de Ocupación



SSS¹



-8,6 %



-0,6 %



-1,4 %

SRR¹



-1,9 %

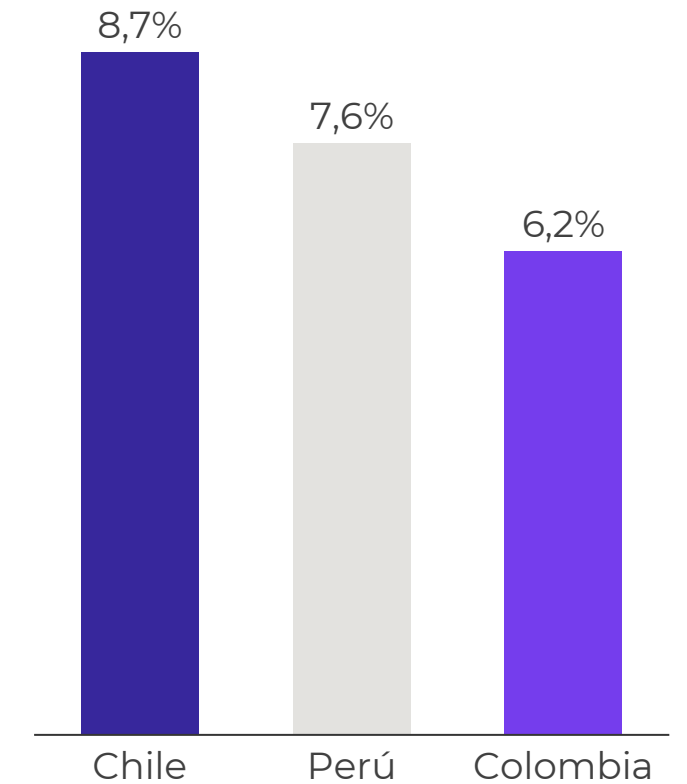


9,1 %



10,9 %

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

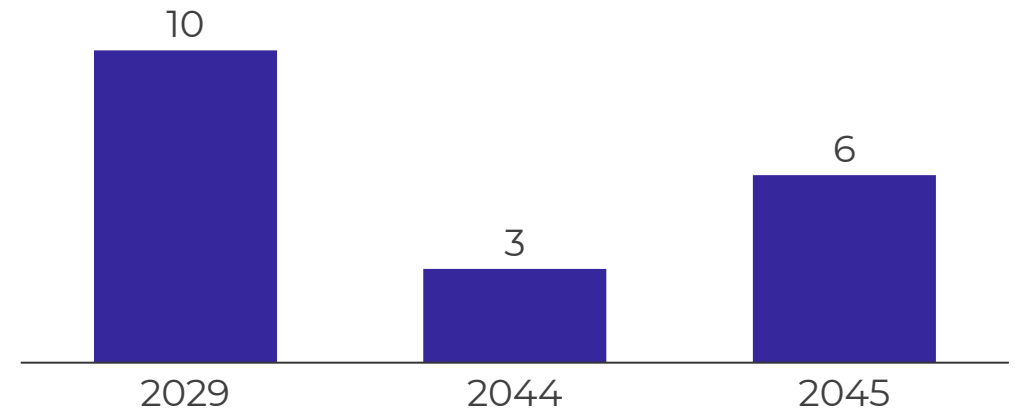


Indicadores Financieros	Unidad	SEPT 23	DIC 22	SEPT 22
Deuda Financiera Bruta	CLP MM	696.115	674.550	659.133
Duración (años)	años	10,9	11,7	11,8
Caja	CLP MM	193.082	98.965	162.008
Deuda Financiera Neta	CLP MM	503.033	575.585	497.126
DFN(3) / EBITDA Ajustado LTM	Veces	1,8	2,2	1,9

Indicadores Financieros	Unidad	SEPT 23	DIC 22	SEPT 22
Total Pasivos / Patrimonio	veces	0,5	0,5	0,5
Razón de Liquidez ⁴	veces	2,2	2,1	2,4
Razón de Endeudamiento ⁵	veces	0,3	0,3	0,3
EBITDA LTM / Gastos Financieros LTM	veces	22,4	20,9	21,5
FFO LTM / DFN	%	46,5%	36,7%	41,6%
Utilidad LTM / Total Activo	%	5,2%	4,5%	3,8%
Utilidad LTM / Total Patrimonio	%	7,8%	6,8%	5,7%

- Al 30 de septiembre de 2023, el **100% de la deuda** de la Compañía estaba pactada a tasa fija. Esta deuda corresponde a obligaciones con el público en UF
- La duración de la deuda es de **10,9 años**
- El costo promedio de la deuda es **1,54%**¹

Perfil de Amortizaciones²



1,8
veces

De los menores **DFN³ / EBITDA Ajustado** de la industria

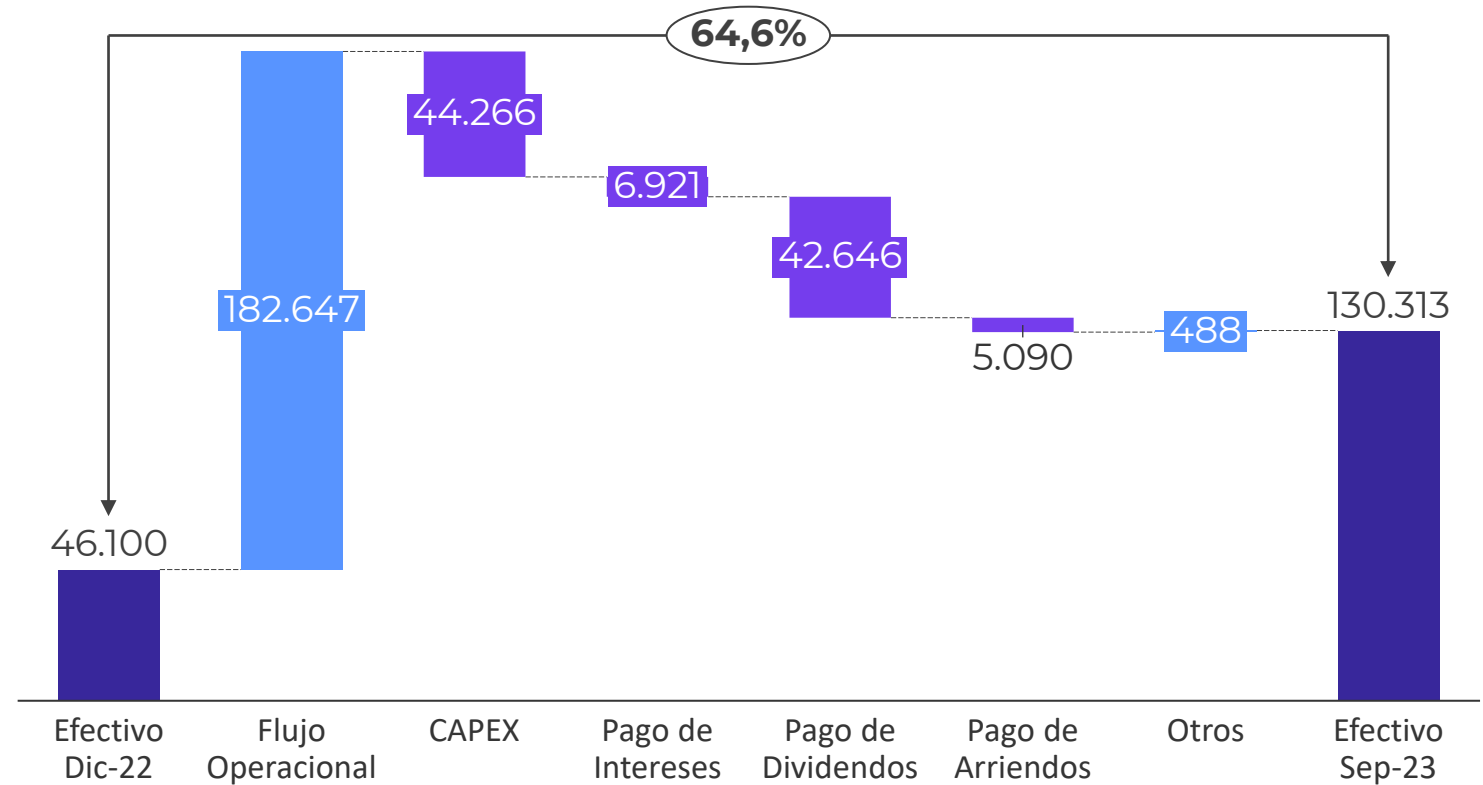


2.12 Generación de Caja septiembre 2023 vs diciembre 2022

El **efectivo** aumentó **64,6%** desde diciembre 2022, permitiendo a la Compañía continuar desarrollando su Plan de Inversión 2023-2027

El flujo de caja proveniente de actividades de operación del período 9M23 ha sido **9,8% superior** al período 9M22

Al 30 de septiembre de 2023, la Compañía había repartido **CLP 42.646 millones en dividendos** para sus accionistas





03

Avances en Sostenibilidad





3.1 Avances en Sostenibilidad



Feria Mercado Emprende, Edición Costumbrista



La reciente edición de Mercado Emprende celebró la cultura y las tradiciones chilenas, apoyando a **más de 1.000 familias emprendedoras** y enriqueciendo la experiencia en los centros comerciales con exhibiciones de arte y espectáculos folclóricos. Las tres versiones de este evento en 2023 alcanzaron **más del 90%** en la medición de CSAT¹ reafirmando el compromiso con el apoyo a emprendedores locales y la promoción de la identidad cultural.

Iniciativas de Inclusión Laboral en Alto Las Condes



A través de colaboraciones con la escuela Paul Harris, se organizaron jornadas de inclusión laboral en Costanera Center y Alto Las Condes, contribuyendo al **desarrollo de habilidades profesionales entre los estudiantes**.



⁽¹⁾ Customer Satisfaction Score.

Becas de soporte educativo

En el marco de los pilares estratégicos de innovación y sostenibilidad, con foco en integración y desarrollo comunitario, se entregaron **2.500 becas educativas** a jóvenes de establecimientos municipales, quienes podrán acceder a un sistema de aprendizaje digital personalizado. Esto, por medio de la alianza con la plataforma educativa Pixarron, fue posible beneficiar a más de **35 colegios** en las comunas de La Florida, Ñuñoa, La Reina, Lo Barnechea, Osorno y Providencia.



Campañas de Vacunación en Mall Portal

En un esfuerzo por **fortalecer la salud pública**, se desarrollaron campañas de vacunación contra la **influenza** y **COVID-19** en seis centros comerciales de tres regiones, evidenciando el enfoque en el bienestar de la comunidad mediante alianzas multisectoriales.



The Ropantic Show

Este evento convocó a **1.500 personas** en una iniciativa de moda sostenible, logrando la reutilización de **2 toneladas** de ropa y facilitando el intercambio de **4.500 prendas**, promoviendo así la sostenibilidad y el consumo responsable.



Campaña “Alto al Cáncer”

Con la destacada estrella de fútbol nacional **Christiane Endler** como embajadora, la Compañía lanzó la campaña “Alto al Cáncer” en asociación con Alto Las Condes, promoviendo la concientización sobre la mamografía y el autoexamen.

- Por primera vez **en regiones**
- Más de **1.500 mamografías**



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.

