



PRESENTACIÓN CORPORATIVA

Marzo 2023





1.
ACERCA DE
CENCOSUD
SHOPPING

1.1 CIFRAS DESTACADAS



112

Millones de visitas¹

89,8%

Margen NOI

98,3%

Ocupación

1.338.626 m²

Superficie Arrendable (GLA)

CLP 4.368.724

Venta Locatarios
(millones)

US\$ 3.735

Ventas Locatarios
anuales / m²

Cifras LTM a marzo 2023

+2.000
Locales en

40

Centros Comerciales



33



4



3

20

Ciudades

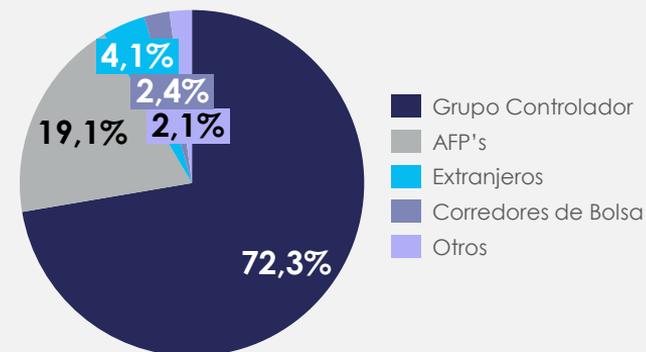
+1,4 MM
Seguidores en
redes sociales²

PRINCIPALES CIFRAS¹

	LTM 1T23	Año 2022
GLA (m ²)	1.338.626	1.346.312
Ventas locatarios (USD MM)	5.000	5.009
Ingresos (USD MM)	339	329
Visitas (MM)	112	111
Ocupación	98,3%	97,8%
EBITDA (USD MM)	304	296
FFO (USD MM)	251	242
Utilidad neta de rev activos (USD MM)	189	183

Clasificación de Riesgo Local:

Feller.Rate AA+

 Humphreys AA+
ESTRUCTURA DE PROPIEDAD²

Presentación Corporativa – Primer Trimestre 2023

COLOMBIA

- 2 Centros Comerciales
- 2 Power Centers
- Banco terrenos (70.792 m²)
- GLA total: 64.930 m²

CHILE¹

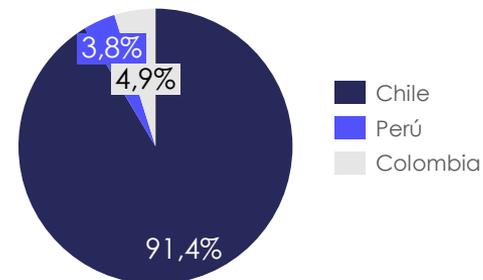
- 11 Centros Comerciales
- 22 Power Centers
- Complejo oficinas Costanera Center
- Banco terrenos (663.079 m²)
- GLA total: 1.223.141 m²



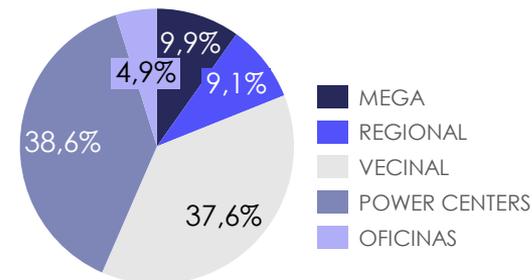
PERÚ

- 1 Centro Comercial
- 2 Power Centers
- Banco terrenos (16.254 m²)²
- GLA total: 50.555 m²

GLA POR PAÍS ³



GLA POR FORMATO ³



1. GLA de Chile incluye 65.000 m² de oficinas del Complejo Costanera Center.

2. Incluye terreno de La Molina, el cual se mantiene en proceso de habilitación para su pronta apertura.

3. Participación determinada sobre el total de GLA reportado por la Compañía (1.338.626 m²) a marzo de 2023.



2.
DESTACADOS
DE INVERSIÓN



- 1** | **Estrategia basada en 4 pilares:** Conocimiento del Cliente, Innovación, Emprendimiento y Sostenibilidad, y Crecimiento y Rentabilidad.
- 2** | **Portafolio Best-in-class** con ubicaciones privilegiadas en Chile y creciente exposición en Perú y Colombia.
- 3** | **Atractivo plan de crecimiento:** Se estima expandir GLA en 25% entre 2023 y 2027.
- 4** | **Propuesta de valor** diferenciadora por contar con ubicaciones en áreas densamente pobladas en la ciudad, así como la fortaleza de las tiendas anclas.
- 5** | **Enfoque comercial** con énfasis en generación de valor a largo plazo a través de optimización de ingresos, estabilidad de flujos y recuperación de gastos.
- 6** | **Operador más eficiente del sector** respaldado por un balance financiero robusto para avalar crecimiento futuro.



3.
**ESTRATEGIA
CORPORATIVA**

3.1 ESTRATEGIA CORPORATIVA



CONOCIMIENTO DEL CLIENTE

- Desarrollar ventajas competitivas para maximizar ventas e ingresos;
- A través de una gestión sustentada en datos y modelos analíticos.

INNOVACIÓN

- Fundar una propuesta de valor distintiva para asegurar la preferencia y lealtad de clientes y locatarios en el tiempo.

EMPRENDIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD

- Liderar la industria, generando un impacto positivo en las comunidades, siendo un motor de emprendimiento y desarrollo.

CRECIMIENTO Y RENTABILIDAD

- Maximizar colocación de GLA.
- Valorar el potencial inmobiliario y generar nuevos ingresos recurrentes con negocios sinérgicos.



3.2 SOSTENIBILIDAD



GOBIERNO CORPORATIVO

Aspectos de:

- Gobierno corporativo
- Compliance
- Gestión ética
- Gestión de riesgo
- Seguridad de la información.



- Efectividad del Directorio.
- Código de Ética y Compliance.
- Gestión de riesgo.
- Cuidado y protección de los datos de clientes.
- Protección de la información y Ciberseguridad.
- Modelo de Prevención del Delito de la Ley 20.393.



PERSONAS

Aspectos de:

- Colaboradores
- Clientes
- Comunidades en las que se encuentran las instalaciones.



- **Locatarios y Clientes:** a través del impacto en la comunidad, experiencia memorable, campañas de marketing y foco omnicanal.
- **Colaboradores:** con un equipo comprometido, compromisos éticos, culturas fuertes y centradas en las personas y talento individual;
- **Comunidad:** estrategia de relacionamiento comunitario, incentivos de emprendimiento y desarrollo de proveedores.



PROPIEDAD

Aspectos de:

- Calidad
- Inocuidad
- Seguridad
- Cadena de abastecimiento.



- **Innovación:** tecnología al servicio del vínculo personalizado, entrega de soluciones acorde a necesidades de clientes.
- **Experiencia:** puntos de encuentro para visitantes, generación de vínculos con marcas y propuestas dinámicas.
- **Rentabilidad:** eficiencia operacional, crecimiento y optimización comercial.
- **Sostenibilidad:** experiencia memorable, conciencia medioambiental, equipo comprometido, integración ASG y desarrollo comunitario.



PLANETA

Aspectos de:

- Impactos ambientales de las operaciones.



- Conciencia medioambiental.
- Compromiso con el cambio climático.
- Gestión de emisiones.
- Gestión de residuos valorizables.
- Gestión del agua y energía.

3.3 ESTRUCTURA DE COSTOS OPTIMIZADA Y EFICIENCIA EN LA GENERACIÓN DE ECONOMÍAS DE ESCALA



1



Administración eficiente de gastos de C. Comerciales

- Costos de áreas comunes transferidos a locatarios.
- Alta tasa de ocupación conduce a la reducción de gastos para CSSA.
- El 100% de los gastos centralizados de *marketing* están cubiertos por el fondo de publicidad cargado a locatarios.
- Ahorros por volumen de negocio (p. ej. Ahorros por negociaciones con proveedores) traspasados a locatarios.

2



Diseño, Capex y costos de mantención

- Cobros por una sola vez, por el diseño inicial de las tiendas, reduce costos futuros mayores.
- Dentro de los gastos comunes, los locatarios contribuyen al Fondo de Reserva, con el objetivo de cubrir *Capex* y Gastos de Mantenimiento (ascensores, escaleras, entre otros).

3



Beneficios de la relación con Cencosud

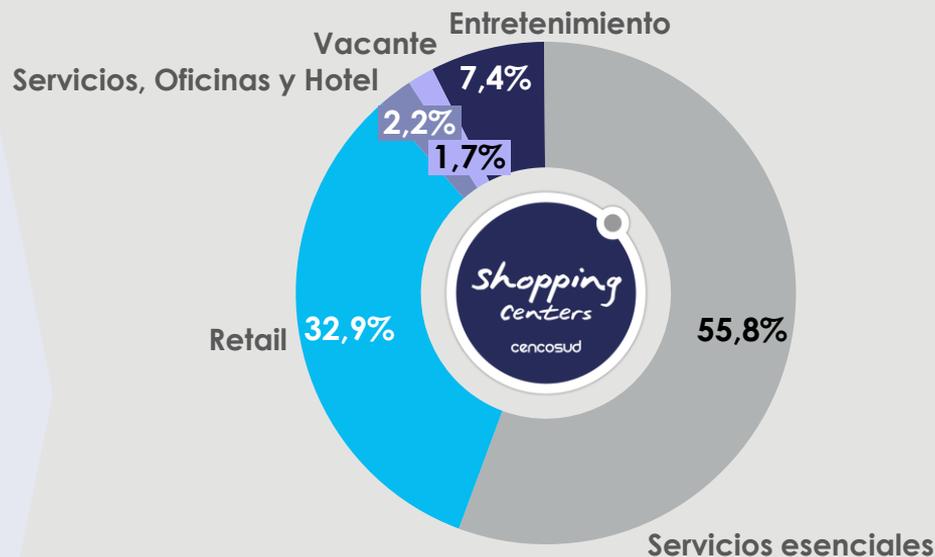
- Contratación eficiente, aprovechando las economías de escala de Cencosud.
- Contrato de prestación de servicios bajo condiciones de mercado para funciones de soporte.

ENTENDIMIENTO DE LAS NECESIDADES DE NUESTRO PÚBLICO DE INTERÉS

con foco en mejorar la experiencia de nuestros clientes

- 1 Monitoreo continuo de las necesidades y demandas de los visitantes, centrados en las últimas tendencias de moda, entretenimiento y uso mixto
- 2 Relación continua con locatarios a través de una plataforma virtual, encuestas periódicas, módulos de servicio al cliente y oficinas de administración ubicados en los Centros Comerciales
- 3 Transformación de espacios "transaccionales" a lugares de "encuentro" para vivir diferentes experiencias en cada uno de los Centros Comerciales
- 4 Estrategias y compromisos de relación con la comunidad en cada uno de los Centros Comerciales, generando espacios de desarrollo local, cultura y cuidado al medioambiente

DESGLOSE DE GLA POR CATEGORÍA (MARZO 2023)¹



¹ Entretenimiento: cines, centros de juegos, gimnasios y restaurantes. Retail: tiendas como H&M, Zara, Forever21, entre otras. Tiendas por departamento: Paris, Falabella, Ripley y La Polar. Servicios: lavanderías, peluquerías, agencias de viajes, servicios de pago. Oficinas incluye torres (m² habilitados) y oficinas colaboradores (ALC, CC, FLC).

30 AÑOS DE TRACK - RECORD CON 11X¹ DE CRECIMIENTO EN GLA

- ✓ Record de 6 aperturas en un año.
- ✓ Presencia en Perú desde 2008 y Colombia desde 2012.



Nota: GLA total al final de cada periodo basado en los activos adquiridos/abiertos. Considera GLA actual por activo.

¹ Calculado sobre el GLA de Alto Las Condes (121.215 m²) abierto en 1993.

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.

+25%
GLA adicional

+1.000

nuevas tiendas

US\$ 500

millones de
inversión

Render de futuro centro comercial en Vitacura, Chile



3.7 PROYECTOS EN CARPETA



GREENFIELD

- **Vitacura** (75.000 m² GLA): Será un espacio vecinal abierto, dirigido al área de entretenimiento, incluyendo cines, gimnasio y restaurantes.
- **San Juan Lirigancho** (107.000 m² GLA): Proyecto de gran escala, considera 7 niveles, 345 tiendas, terraza superior y 4 tiendas ancla.
- **La Molina** (40.000 m² GLA): Proyecto ya iniciado, con más de 140 locales y 4 niveles. Cuenta a la fecha con cerca del 50% de su GLA arrendado.



BROWNFIELD

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



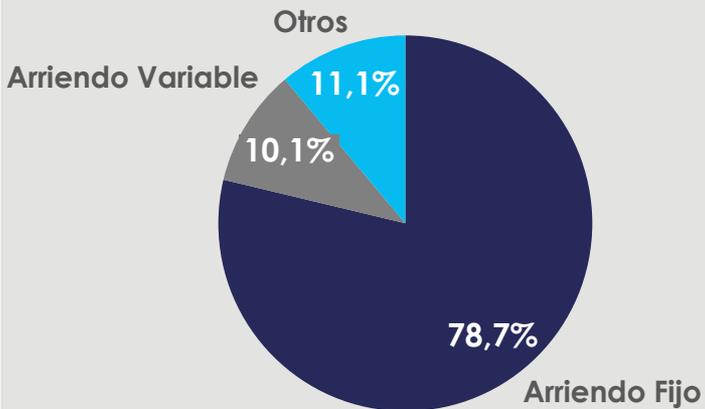
4.

ESTRUCTURA DEL **NEGOCIO**

4.1

ESTRUCTURA DE INGRESOS RESILIENTE

COMPOSICIÓN DE INGRESOS 1T23¹



TASA DE OCUPACIÓN

98,3%

+79 bps vs mar 22

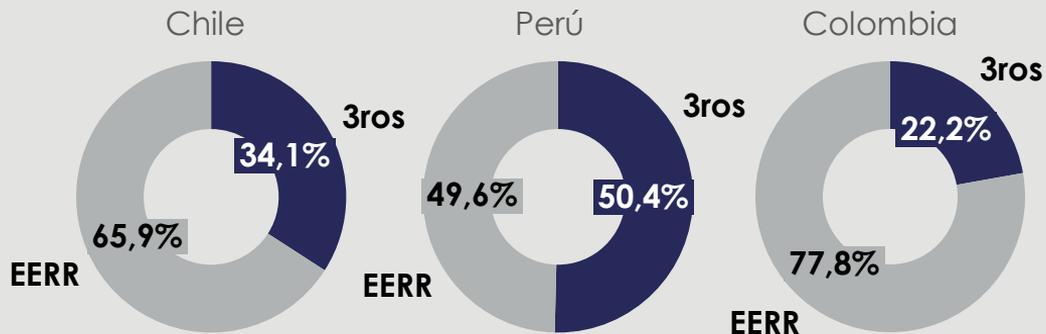
DURACIÓN DE LOS CONTRATOS

72,9%

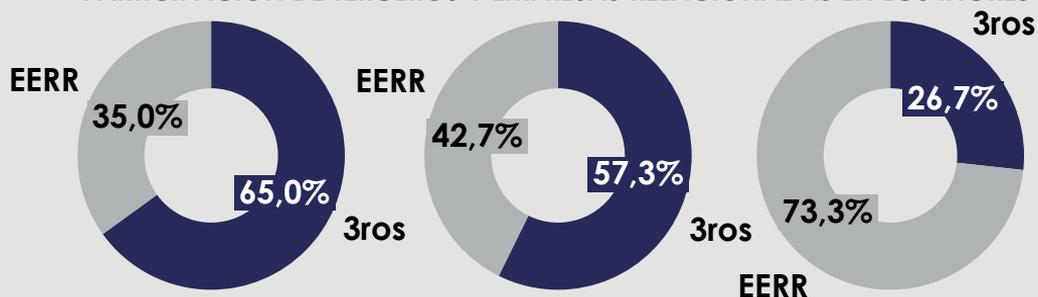
Contratos firmados
a más de 5 años



¹ Considera cifras YTD a marzo de 2023.

PARTICIPACIÓN DE TERCEROS Y EMPRESAS RELACIONADAS EN EL GLA¹

	Ocupación ²	Visitas ('000) ³
Chile	98,9%	109.276
Perú	94,8%	2.787
Colombia	90,3%	n.a.
Consolidado	98,3%	112.063

PARTICIPACIÓN DE TERCEROS Y EMPRESAS RELACIONADAS EN LOS INGRESOS⁶

	Ventas (CLP MM) ⁴	NOI (%) ⁵
Chile	4.209.262	90,4%
Perú	87.272	87,1%
Colombia	72.190	47,9%
Consolidado	4.368.724	89,8%

1 No incluye 43.988 m² construidos de oficinas, las cuales actualmente se encuentran sin recepción final de la Municipalidad de Providencia.

2. La ocupación consolidada de Chile y Total Cencosud Shopping excluyen metros cuadrados de oficinas. Cifras a marzo 2023.

3 Visitas LTM marzo 2023 / 4. Ventas LTM marzo 2023 denominadas en millones de pesos chilenos (CLP).

5. % NOI LTM marzo 2023 / 6. Participación en ingresos de terceros y relacionadas determinada con los doce meses terminados en marzo de 2023.

4.3 SÓLIDA POSICIÓN FINANCIERA DE CENCOSUD SHOPPING



SÓLIDA POSICIÓN FINANCIERA

CLP millones	mar-23	dic-22	mar-22
Deuda Financiera Bruta (CLP millones)	684.315	674.550	610.590
Duración (años)	11,5	11,7	12,2
Caja (CLP millones)	151.121	98.965	121.010
Deuda Financiera Neta (CLP millones)	533.194	575.585	489.581
DFN ¹ / EBITDA Ajustado LTM (veces)	2,0	2,2	2,3

El **100%** de la deuda está pactada a una tasa de **interés fija**, en UF, correspondiente a deuda con el público a un costo promedio de 1,54%.



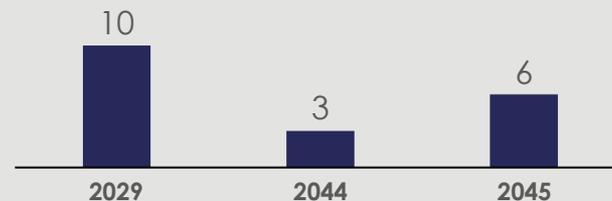
- **Directorio** electo en JOA del 23 de abril 2021, conformado por 7 integrantes, 5 de la controladora y 2 independientes, presidido por **Manfred Paulmann**.
- El 26 de abril de 2023 se realizó la **Junta Ordinaria de Accionistas**, donde se aprobó repartir un dividendo equivalente a CLP 85 por acción, representando un 90,7% de las utilidades líquidas distribuibles.
- La Compañía anunció este trimestre la aprobación de un **Plan de Inversión por US\$ 500 millones** a 5 años. Este plan será financiado a través de **generación propia de caja**.

mar-23	CLP MM	USD MM ¹
Activos totales	4.071.675	5.151
Patrimonio	2.690.605	3.404
Deuda Financiera Bruta	684.315	866
Caja	151.121	191
Deuda Financiera Neta	533.194	675

(en veces)	mar-23	dic-22	mar-22
Total Pasivos / Patrimonio	0,5	0,5	0,5
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	2,5	2,1	2,6
Total Pasivos / Total Activos	0,3	0,3	0,3
Utilidad / Total Activo	0,04	0,04	0,05
Utilidad / Total Patrimonio	0,1	0,1	0,07

- La Compañía cuenta con la menor ratio Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado del mercado.
- Baja estructura de costos financieros (costo promedio de la deuda 1,54%²).
- Duración de la deuda de 11,5 años.

PERFIL DE AMORTIZACIONES (UF MILLONES)



1. Cifras expresadas en USD a tipo de cambio de cierre de marzo 2023.

2. 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.



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.

