



PRESENTACIÓN CORPORATIVA

Junio **2023**





1.

ACERCA DE
CENCOSUD
SHOPPING

1.1 Cifras Destacadas

LTM a junio 2023



113

Millones de visitas⁽¹⁾

89,9%

Margen NOI



98,4%

Ocupación

1.341.770 m²

Superficie Arrendable (GLA)



CLP 4.359.183

Venta Locatarios (millones)

US\$ 3.762

Ventas Locatarios Anuales / m²



+2.000

Locales en

40

Centros Comerciales



33



4



3

20

Ciudades

+1,4 MM

Seguidores en redes sociales⁽²⁾

⁽¹⁾ La cifra de visitantes abarca un total de 12 Centros Comerciales. ⁽²⁾ Cantidad de seguidores registrados hasta junio de 2023.

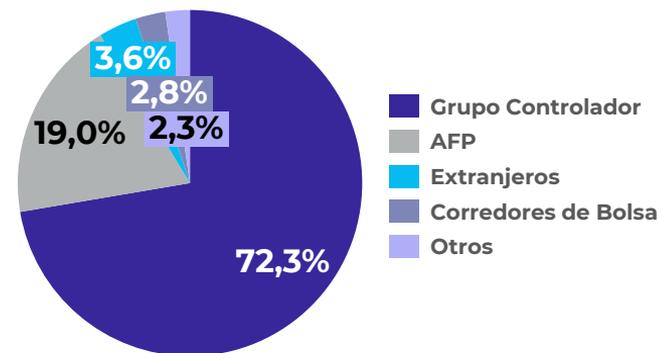
1.2 CencoShopp en una Mirada



Principales Cifras⁽¹⁾

	LTM jun 23	Año 2022
GLA (m ²)	1.341.770	1.346.312
Venta locatarios (US\$ MM)	5.047	5.009
Ingresos (US\$ MM)	353	329
Visitas (MM)	113	111
Ocupación	98,4%	97,7%
EBITDA (US\$ MM)	317	296
FFO (US\$ MM)	263	242
Utilidad neta de Rev. Activos (US\$ MM)	203	183

Estructura de Propiedad⁽²⁾



Clasificación de Riesgo Local:

Feller.Rate AA+



Humphreys AA+

Volumen promedio diario transado 2T23

US\$ 1.977.753 (+126,7% a/a)

⁽¹⁾ Cifras expresadas en US\$ a tipo de cambio promedio LTM a junio 2023 (US\$ 863,68) y promedio año 2022 (US\$ 873,19). ⁽²⁾ Estructura de propiedad al 30.06.2023.

1.3 Negocio Diversificado por País y Formato



COLOMBIA

- 2 Centros Comerciales
- 2 Power Centers
- Banco terrenos (70.792 m²)
- GLA total: 64.893 m²

CHILE⁽¹⁾

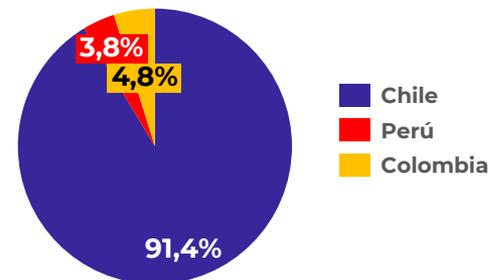
- 11 Centros Comerciales
- 22 Power Centers
- 1 Complejo de Oficinas Costanera Center
- Banco terrenos (663.079 m²)
- GLA total: 1.225.813 m²



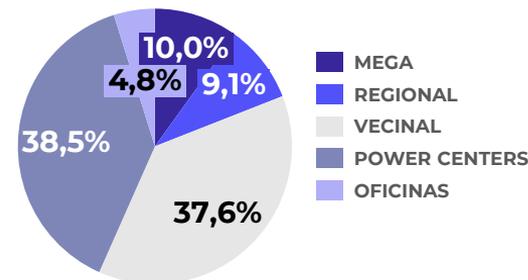
PERÚ

- 1 Centro Comercial
- 2 Power Centers
- Banco terrenos (16.254 m²)⁽²⁾
- GLA total: 51.063 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 (1.341.770 m²) a junio de 2023.

1.4 Estructura Organizacional & Directorio

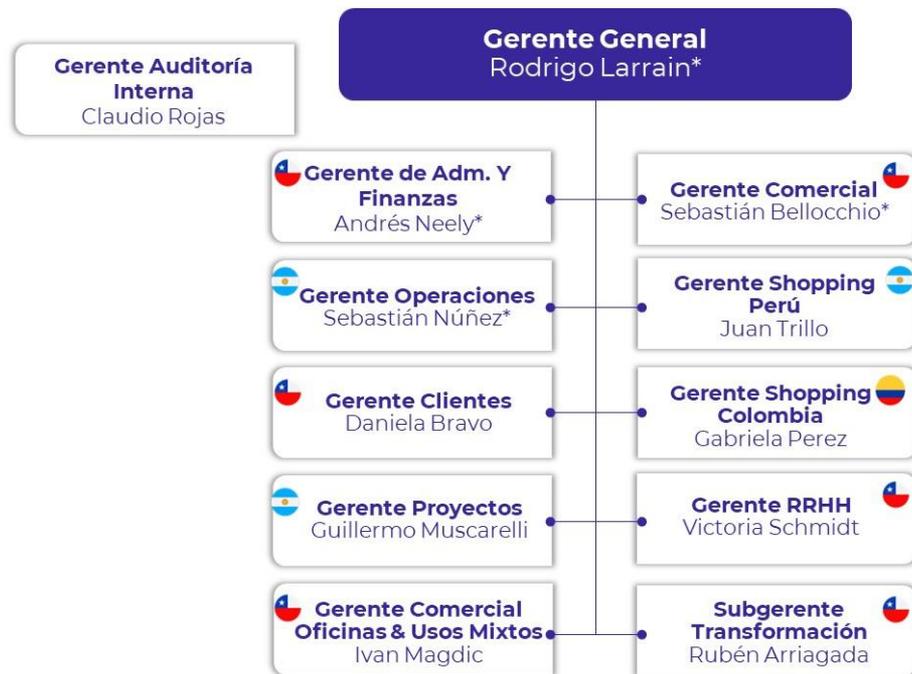


Directorio

Nombre	Cargo
Manfred Paulmann Koepfer	Presidente
Peter Paulmann Koepfer	Director
Matías Videla Solá	Director
Stefan Krause Niclas	Director
José Raúl Fernandez	Director
Rafael Fernandez Morandé	Director Independiente
Victoria Vasquez García	Director Independiente

Directorio electo en la Junta Ordinaria de Accionistas del 23 de abril 2021, conformado por 7 integrantes, 5 de la controladora y 2 independientes, presidido por **Manfred Paulmann**.

Estructura Organizacional





2.
ESTRATEGIA
CORPORATIVA

2.1 Diferenciación Estratégica:

5 Factores Clave



1

Estrategia basada en 4 pilares

Conocimiento del Cliente, Innovación, Emprendimiento y Sostenibilidad y Crecimiento y Rentabilidad.

2

Propuesta de valor

Propuesta de valor destacada por su calidad premium, ubicándose en zonas de alta densidad poblacional y contando con sólidas tiendas anclas en la oferta de su portafolio.

3

Enfoque comercial

Centrado en la creación de valor a largo plazo mediante la maximización de ingresos, la estabilidad en los flujos de efectivo y la eficiente recuperación de gastos.

4

Portafolio *Best-in-class*

Ubicaciones privilegiadas en Chile y creciente exposición en Perú y Colombia.

5

Líder en eficiencia financiera

Sustentado por una sólida estructura financiera que respalda el potencial de crecimiento a futuro.

2.2 Pilares Estratégicos



2.3 Cultura Centrada en el Cliente



Entendimiento de las necesidades del público de interés

con enfoque en la mejora de la experiencia del cliente

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

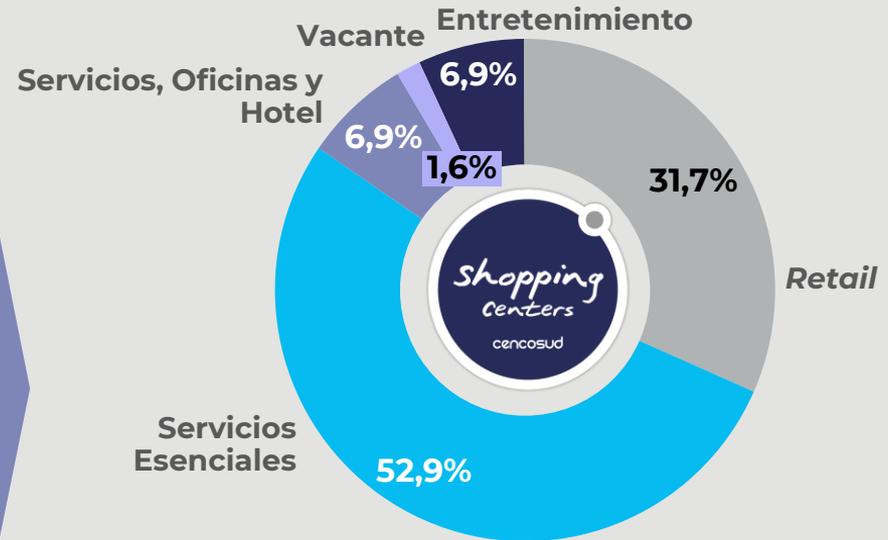
3

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, generando espacios de desarrollo local, cultura y cuidado al medioambiente

Desglose de GLA por Categoría (junio 2023)



¹ **Entretenimiento:** cines, centros de juegos, gimnasios y restaurantes.
Retail: tiendas como H&M, Zara, Forever21, Paris, Falabella, Ripley La Polar, entre otras. **Servicios:** lavanderías, peluquerías, agencias de viajes, servicios de pago.

2.4 Eficiencia en Costos y Economías de Escala



1

Administración eficiente de gastos de Centros Comerciales



- Traspaso de costos de áreas comunes a locatarios
- Un elevado nivel de ocupación contribuye a la minimización de los gastos operativos para Cencosud Shopping
- Ahorros por volumen, beneficiados por la capacidad de negociación de Cencosud, compartidos con locatarios (negociaciones con proveedores de servicios, entre otros)

2

Diseño, Capex y costos de mantenimiento



- Cobro único por diseño inicial de las tiendas ofrece la ventaja de estandarizar y asegurar aspectos críticos como seguridad y climatización
- Locatarios aportan al Fondo de Reserva para Capex y mantenimiento (ascensores, escaleras, etc.)
- Locatarios tienen la responsabilidad de efectuar mantenimientos periódicos en sus establecimientos para contribuir al atractivo general del Centro Comercial

3

Beneficios de la relación con Cencosud



- Optimización en contratación mediante las economías de escala de Cencosud
- Acuerdos de servicio bajo términos de mercado para funciones de apoyo
- Posibilidad de acceder a una infraestructura tecnológica más robusta y a inversiones en innovación que se realizan a nivel de grupo

2.5 Pilares de Sostenibilidad



GOBIERNO CORPORATIVO

1. Gobierno corporativo
2. Compliance
3. Gestión ética
4. Gestión de riesgo
5. 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

1. Colaboradores
2. Locatarios y Clientes
3. Comunidad



- **Colaboradores:** equipo dedicado, compromisos éticos, cultura centrada en personas y talento individual
- **Locatarios y Clientes:** impacto comunitario, experiencia destacada, marketing y enfoque omnicanal
- **Comunidad:** enfoque en relaciones, fomento del emprendimiento y desarrollo proveedor



PROPIEDAD

1. Calidad e Inocuidad
2. Innovación y Experiencia
3. Seguridad y Rentabilidad
4. Cadena de Abastecimiento



- Altos estándares de construcción que impactan la propiedad
- Soluciones tecnológicas centradas en el cliente
- Espacios de encuentro y ofertas de marca dinámicas
- Eficiencia operacional y optimización comercial
- Seguridad integral y experiencia ambientalmente consciente
- Enfoque en cadena de abastecimiento sostenible



PLANETA

1. Impactos ambientales de las operaciones



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

2.6 Plan de Expansión: Estrategia de Desarrollo en *Brownfield*



1 Limonar

Remodelación y ampliación del centro comercial Limonar (Cali, Colombia), permitiendo comercializar 12.500 m² adicionales de GLA

- Nueva terraza gastronómica y de entretenimiento al aire libre
- 3.300 m² de áreas comunes
- **Inicio de obras:** 2S23
- **Apertura estimada:** 2S24
- **GLA incremental:** 12.500 m²



2 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 m²

3 Portal Osorno

Ampliación de 2.500 m² incrementales con enfoque en entretenimiento y *retail*

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

2.7 Plan de Expansión: Iniciativas *Greenfield*



1 La Molina

Proyecto de aproximadamente 41.000 m² ya ha concluido su primera fase, con locales comerciales listos y a la espera de su próxima inauguración al público.

2 Vitacura

El proyecto enfocado en comunidad, familia, deporte, cultura y emprendimiento ofrece:

- 75.000 m² de GLA
- *Mix* de tiendas exclusivas, supermercado, tiendas por departamento, mejoramiento del hogar, cine, sala de teatro, laguna autosustentable, polo gastronómico, entre otros
- Abastecimiento en un 100% en base a energías renovables (ERNC), puntos de reciclaje y carga para vehículos eléctricos, más de 4.000 bicicleteros





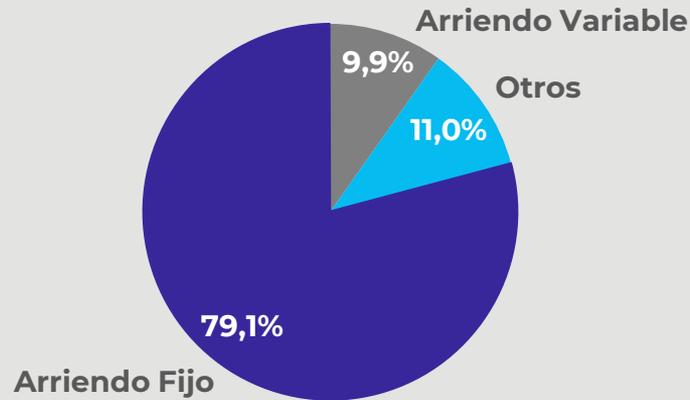
3.

ESTRUCTURA DEL **NEGOCIO**

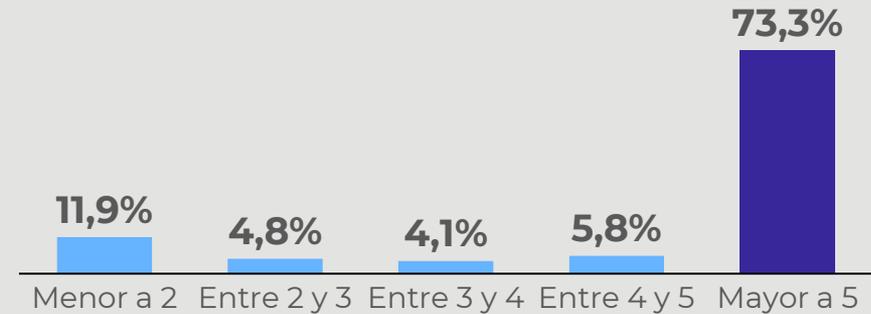
3.1 Estructura de Ingresos Resiliente al 2T23



Composición de Ingresos



Duración de los Contratos



Tasa de Ocupación **98,4%**
+68 bps
vs jun 22

73,3%
vence a más de 5
años

~12 años
Promedio de
duración

3.2 Principales Métricas del Portafolio de Activos 👤 ☆ 🛒

Participación de Terceros y Relacionadas en Ingresos y GLA⁽¹⁾



	Ocupación ⁽²⁾	Visitas ⁽³⁾ ('000)
Chile	99,0%	110.373
Perú	94,9%	2.896
Colombia	91,0%	N.A.
Consolidado	98,4%	113.296

	Ventas ⁽⁴⁾ (CLP MM)	NOI (%) ⁽⁵⁾
Chile	4.201.903	90,5%
Perú	87.746	87,8%
Colombia	69.535	45,6%
Consolidado	4.359.183	89,9%

⁽¹⁾ GLA: Participación en ingresos de terceros y relacionadas determinada con los doce meses terminados en junio de 2023.

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

⁽³⁾ Visitas LTM a junio 2023. / ⁽⁴⁾ Ventas LTM a junio 2023. ⁽⁵⁾ % NOI LTM a junio 2023.

3.3 Sólida Posición Financiera



JUN 23	CLP MM	US\$ MM ⁽¹⁾
Activos totales	4.108.332	5.125
Patrimonio	2.709.563	3.380
Deuda Financiera Bruta	693.184	865
Duración (años)	11,5	11,5
Caja	135.799	169
Deuda Financiera Neta	557.385	695
DFN ⁽¹⁾ / EBITDA Ajustado LTM (veces)	2,0	2,0

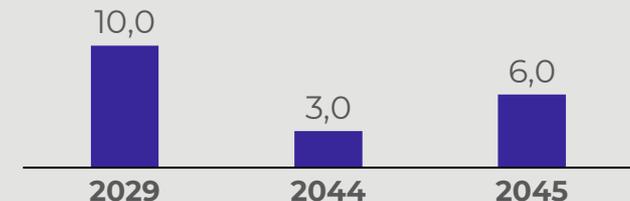
(en veces)	JUN 23	DIC 22	JUN 22
Total Pasivos / Patrimonio	0,5	0,5	0,5
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	2,2	2,1	2,3
Total Pasivos / Total Activos	0,3	0,3	0,3
Utilidad / Total Activo (%)	5,0%	4,5%	2,9%
Utilidad / Total Patrimonio (%)	7,5%	6,8%	4,3%

⁽¹⁾ Cifras expresadas en US\$ a tipo de cambio de cierre de junio 2023 (CLP/US\$ 801,66).

⁽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.

- La Compañía ostenta el más bajo índice de Deuda Financiera Neta/EBITDA Ajustado en el sector
- 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%⁽²⁾
- La duración de la deuda es de 11,5 años
- En la Junta Ordinaria de Accionistas del 26 de abril de 2023, se aprobó un dividendo de CLP 85 por acción, representando el 90,7% de las ganancias líquidas distribuibles de 2022

Perfil de Amortizaciones (UF millones)



☰ Disclaimer



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.

