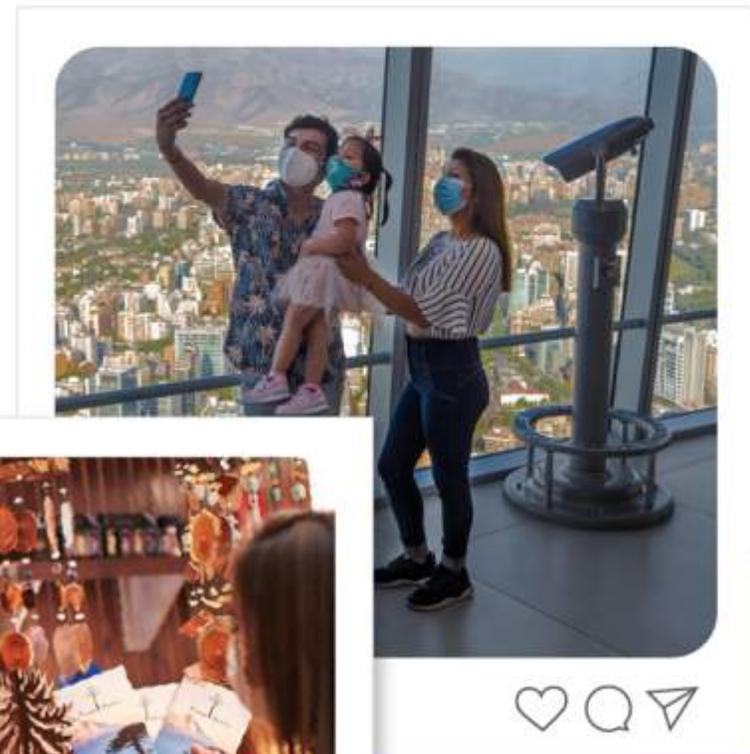
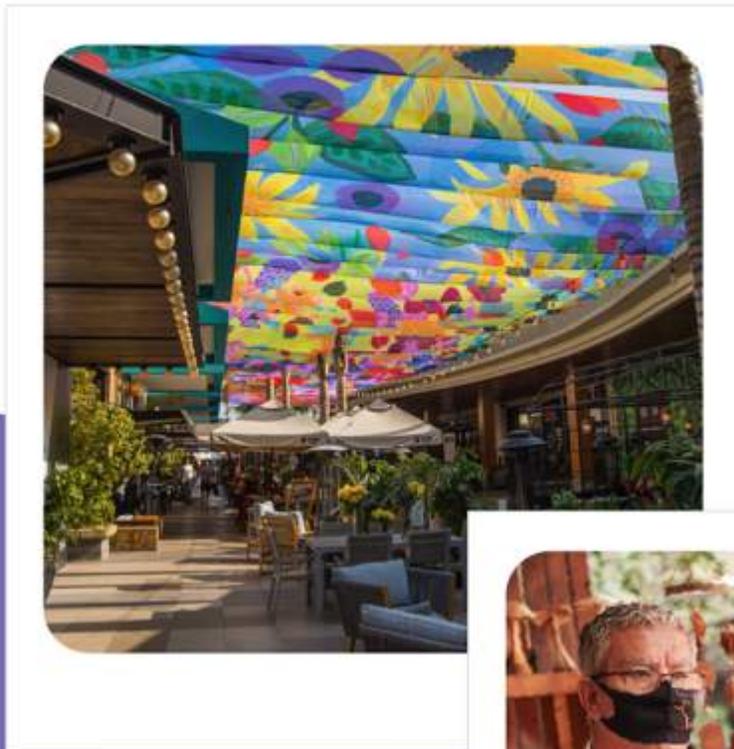




PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

Segundo trimestre - 2021



01. 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 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.

01.

Eventos Relevantes



01. Novedades del período

Oficinas Torre Costanera Center

- Ingresa nueva empresa a la Torre de Oficinas del complejo Costanera Center (**ocupando 1.553 m2**).
- A la fecha la **ocupación de las oficinas es de un 62,7%** de un total de 65.000 m2 recepcionados.

Sostenibilidad

Feria Mercado Emprende

- **Objetivo apoyar y promover más de 1.000 pymes de más de 50 comunas**
- Costanera Center, Alto Las Condes y algunos de nuestros Portales realizaron la Feria Mercado Emprende, la más grande a nivel nacional.
- **Se logró un aumento de contactos en un 87%**, ampliando las redes de ventas de productos únicos de origen, sustentables e innovadores.

Fortalecimiento gestión ambiental

- **Cencosud Shopping**, trabaja para mejorar la calidad de vida de sus colaboradores, clientes, locatarios y grupos de interés.
- El marco de **Política Ambiental** busca analizar el **impacto que tiene cada proyecto** desarrollado por la compañía, calificándolo desde un entorno ambiental y mitigando los problemas que puedan surgir.



02.

Resultados del trimestre



01. Resumen ejecutivo

CLP millones	2T21	2T20	Var. (%)	6M21	6M20	Var. (%)
Ingresos	37.336	22.639	64,9%	81.287	75.902	7,1%
EBITDA Ajustado/ NOI	31.727	17.109	85,4%	71.109	66.140	7,5%
% EBITDA Ajustado / NOI	85,0%	75,6%	941 bps	87,5%	87,1%	34 bps
FFO	25.370	4.792	429,4%	58.517	42.249	38,5%
Utilidad neta Rev. Activos	19.179	1.643	1067,5%	45.010	34.519	30,4%



- El crecimiento en **ingresos** se explica por la apertura gradual de los centros comerciales, la disminución en los descuentos brindados a los locatarios y el aumento de los aforos. Además, durante el trimestre, se han agregado nuevos m² de oficinas en la Torre Costanera Center, y se han contabilizado mayor cantidad de visitas al Sky Mirador y uso de estacionamientos.
- El crecimiento en **EBITDA** es explicado por una mayor superficie abierta al público a/a y menores descuentos al cobro de arriendos a locatarios. Además se sigue viendo una disminución de la provisión de incobrabilidad debido a un pago recurrente de la deuda fragmentada como parte del apoyo brindado a los locatarios. El **margen EBITDA alcanzó 85,0% en el 2T21**.
- La Compañía logra un **FFO** positivo en el período como consecuencia de la reapertura gradual del GLA y la baja en deudores incobrables. Lo anterior a pesar de los descuentos brindados a los locatarios.

02. Principales cifras operacionales

	2T21	2T20	Var. (%/bps)
GLA (m ²)	1.338.766	1.338.761	0,0%
Tasa de ocupación (%)	97,2%	98,5%	-131
Visitas (miles)	14.682	7.028	108,9%
Ventas locatarios (CLP MM)	854.289	462.150	84,9%
SSR Chile	63,1%	-58,4%	12.153
SSR Perú	46,4%	-53,6%	10.004
SSR Colombia	3,0%	-12,0%	1.498

- La **tasa de ocupación** de centros comerciales alcanza 97,2% a nivel consolidado, debido principalmente a una disminución en Perú por el cierre de Tiendas por Departamento en Arequipa.
- Las **visitas** crecieron 108,9%, debido a la baja base de comparación del año 2020 y a la reapertura gradual de los Centros Comerciales.

- Las **ventas de locatarios** crecieron 84,9% explicado en parte por la base de comparación y por la fuerte demanda vista durante el trimestre en los eventos *Cyberday* y días de la Madre y del Padre. Además los rubros de supermercado y categorías del hogar siguen mostrando importantes crecimientos impulsado por el continuo crecimiento en el consumo.
- El **Same Store Rent** (SSR) se vio impulsado por los menores descuentos al arriendo fijo a los locatarios menores a 4.000 m² y por la devolución de menores días que debieron permanecer cerrados en el trimestre producto de COVID-19.



03. Resultado consolidado

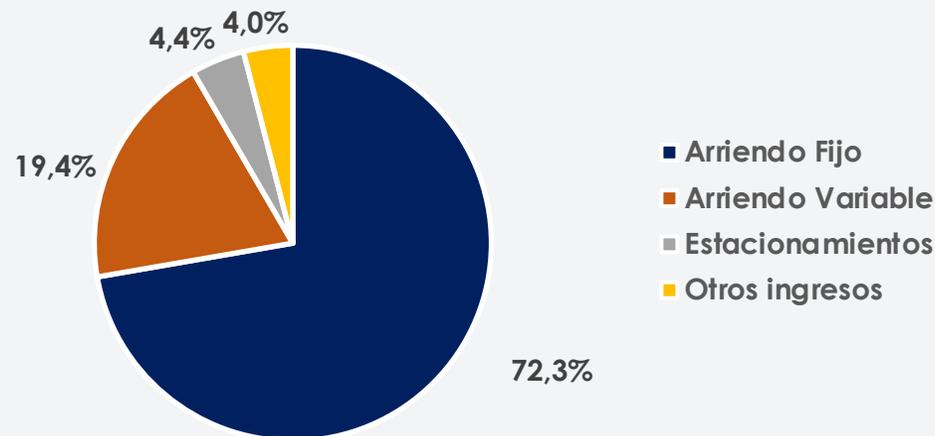
CLP MM AL 30 DE JUNIO 2021

INGRESOS

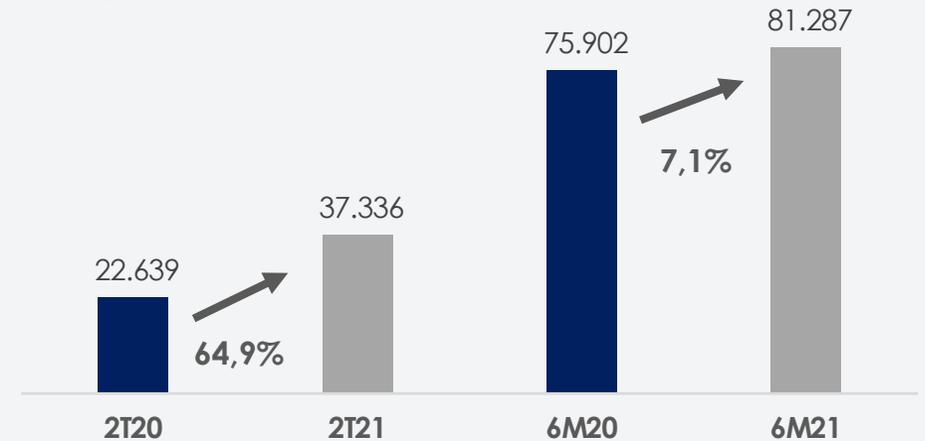
El crecimiento en ingresos se explica por la apertura gradual de los centros comerciales, la disminución en los descuentos brindados a los locatarios y el recupero de la movilidad y de los aforos por mayor proporción de población vacunada.

Además durante el trimestre se han realizado mayores cobros por arriendo de oficinas en la Torre Costanera Center, mayores ingresos al Sky Mirador y Parking.

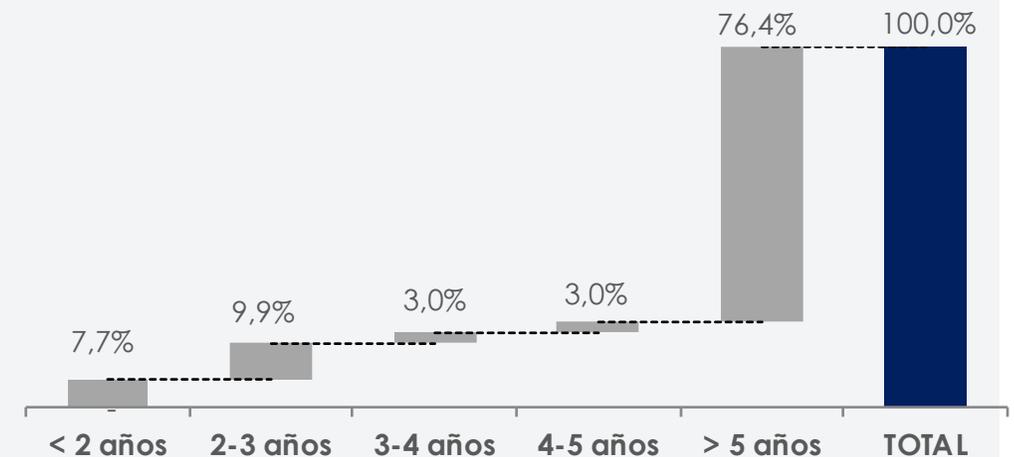
COMPOSICIÓN DE LOS INGRESOS 2T21



INGRESOS



DURACIÓN DE LOS CONTRATOS^{1 2}



¹ Duración de los contratos basada en el % del GLA total de la Compañía.

² Duración promedio ponderada de los contratos de arriendo basada en el GLA de la Compañía.

04. Resultado consolidado

CLP MM AL 30 DE JUNIO 2021

EBITDA AJUSTADO

El crecimiento en EBITDA Ajustado es explicado por una mayor superficie abierta al público a/a y menores descuentos al cobro de arriendos a locatarios. Además se sigue viendo una disminución de la provisión de incobrabilidad debido a un pago recurrente de la deuda fragmentada como parte del apoyo brindado a los locatarios. El margen EBITDA alcanzó 85,0% en el 2T21.



FFO

La Compañía logra un FFO positivo en el período como consecuencia de la reapertura gradual del GLA y la reducción del deudor incobrable. Lo anterior a pesar de los descuentos brindados a los locatarios.

FFO	2T21	2T20	Var. (%)	6M21	6M20	Var. (%)
Ganancia (pérdida)	9.683	-8.809	-209,9%	32.692	26.643	22,7%
Otros Ingresos	13.134	16.841	-22,0%	16.925	13.334	26,9%
Unidades de Reajuste	6.041	1.819	232,0%	12.294	7.358	67,1%
Diferencias de tipo de cambio	151	1.330	-88,7%	245	1.303	-81,2%
Impuesto a la renta	-3.637	-6.389	-43,1%	-3.637	-6.389	-43,1%
TOTAL	25.370	4.792	429,4%	58.517	42.249	38,5%

05. Resultado No Operacional

CLP MM AL 30 DE JUNIO 2021



	2T21	2T20	Var. (%)	6M21	6M20	Var. (%)
Costo Financiero Neto	-2.619	-2.572	1,9%	-5.235	-4.653	12,5%
Diferencias de tipo de cambio	-150	-1.330	-88,7%	-245	-1.303	-81,2%
Resultado por Unidades Reajuste	-6.041	-1.819	232,0%	-12.294	-7.358	67,1%
Resultado No Operacional	-8.810	-5.721	54,0%	-17.773	-13.314	33,5%

El **resultado no operacional** disminuyó en CLP 3.089 millones a/a, debido a:

- Una mayor pérdida por unidades de reajuste asociada a una mayor variación de la UF respecto al mismo periodo en 2020;
- Compensado parcialmente por una menor pérdida por diferencias de tipo de cambio.



06. Chile

CLP MM AL 30 DE JUNIO 2021

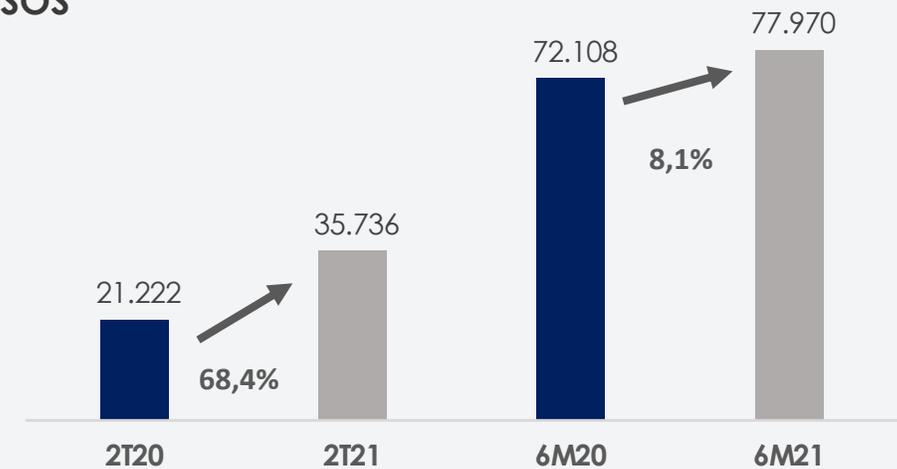
INGRESOS

Los **ingresos crecieron 68,4%** alcanzando CLP 35.736 millones, reflejo del aumento en el consumo, las menores restricciones a la movilidad, la baja base de comparación del año anterior y los menores descuentos otorgados a los locatarios. Los menores ingresos vs 1T21 se vieron impulsados por el no cobro del arriendo a locatarios de rubros no esenciales en los días cerrados en fase 1 (abril y junio) y 2 (mayo y junio). El impacto en ingresos también incluyó mayores cobros de estacionamiento y mayores visitas al mirador Sky Costanera. Además, durante el trimestre hubo un aumento de arriendo de oficinas a/a y un mayor cobro de arriendo variable, principalmente a los locatarios relacionados a rubros de supermercado y hogar que mantienen su fuerte demanda

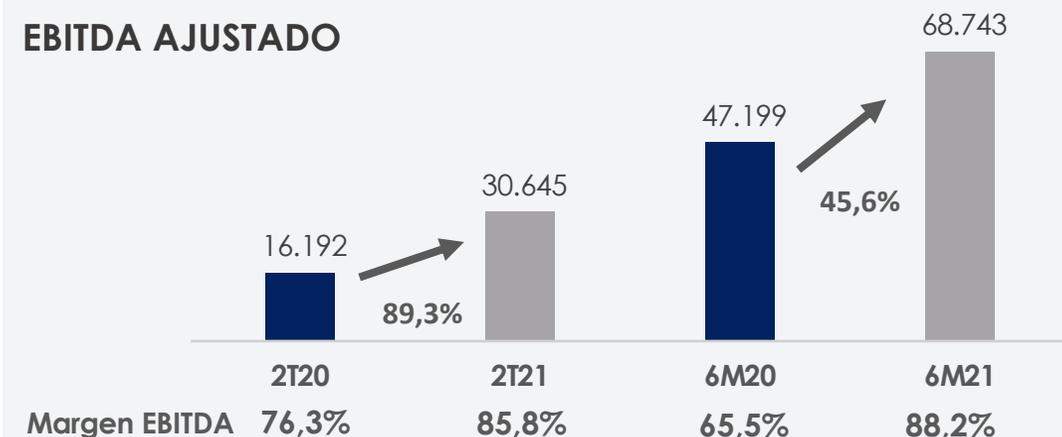
EBITDA AJUSTADO

Creció 89,3% en 2T21 producto de una mayor dilución de costos y gastos durante el período y los esfuerzos de la Compañía en la optimización de gastos. Además se sigue viendo una disminución de la provisión de incobrables por aumento del pago de la deuda renegociada durante la pandemia.

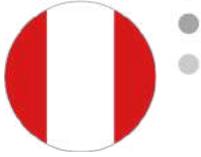
INGRESOS



EBITDA AJUSTADO



Margen EBITDA 76,3% 85,8% 65,5% 88,2%



07. Perú

CLP MM AL 30 DE JUNIO 2021

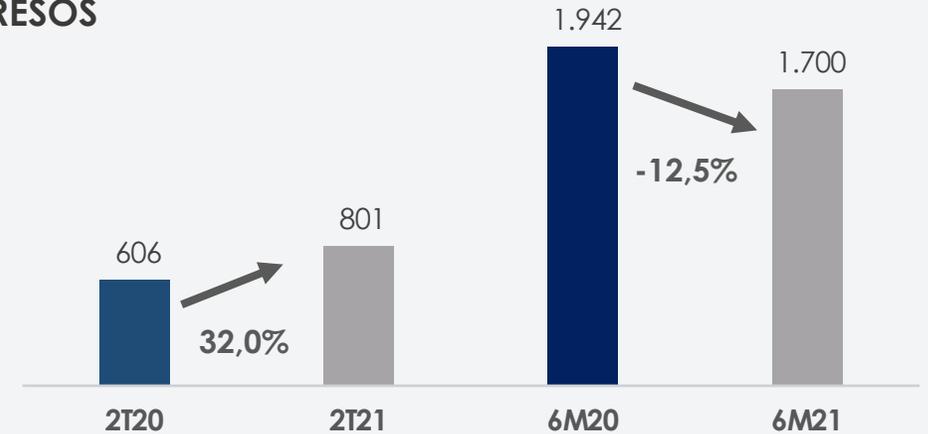
INGRESOS

Los ingresos del 2T21 versus el mismo periodo del año anterior **crecieron 32,0% en CLP y 67,8% en moneda local**. El crecimiento en moneda local se explica por la baja base de comparación durante el año anterior y los menores descuentos otorgados a los locatarios durante el trimestre. Además el impacto se ha visto impulsado por un mayor cobro variable en algunos rubros debido a una mayor venta a/a.

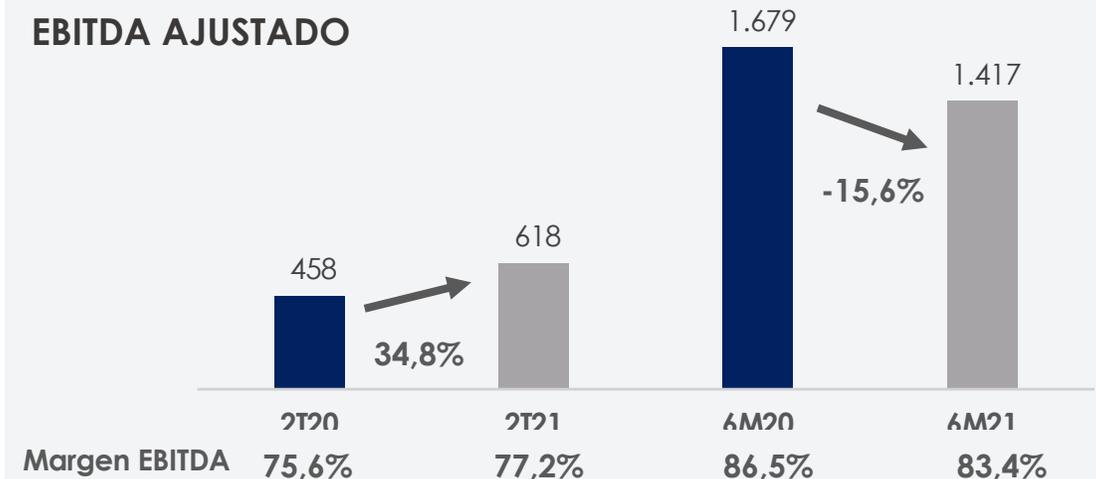
EBITDA AJUSTADO

El EBITDA Ajustado **creció 34,8% en CLP y 71,3% en moneda local** producto de la reapertura de los centros comerciales a la mayor parte de los locatarios, además de un mayor recupero de la provisión de deudor incobrable, compensado parcialmente por un aumento en el gasto común de algunas ubicaciones (menores gastos en 2020 debido al cierre total del centro comercial).

INGRESOS



EBITDA AJUSTADO





08. Colombia

CLP MM AL 30 DE JUNIO 2021

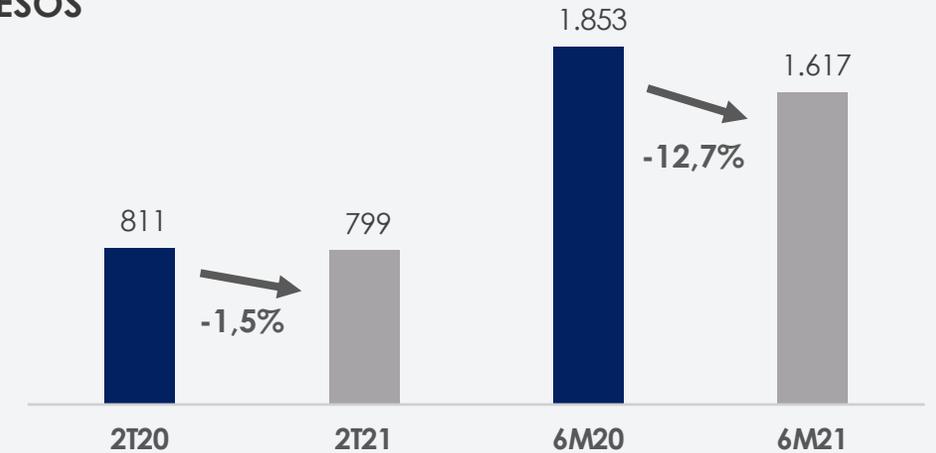
INGRESOS

Los **ingresos** del 2T21 versus el mismo periodo del año anterior se mantuvieron prácticamente constantes (-1,5%) en CLP y crecieron 7,0% en moneda local. El alza en moneda local se explica por la disminución de los descuentos otorgados a los locatarios (20% en 2T21). Lo anterior compensado parcialmente por el impacto del movimiento social ocurrido durante los últimos meses, la disminución en la demanda de los locatarios de los rubros de hogar y en menor medida supermercados, por la alta base de comparación del año anterior correspondiente al día sin IVA.

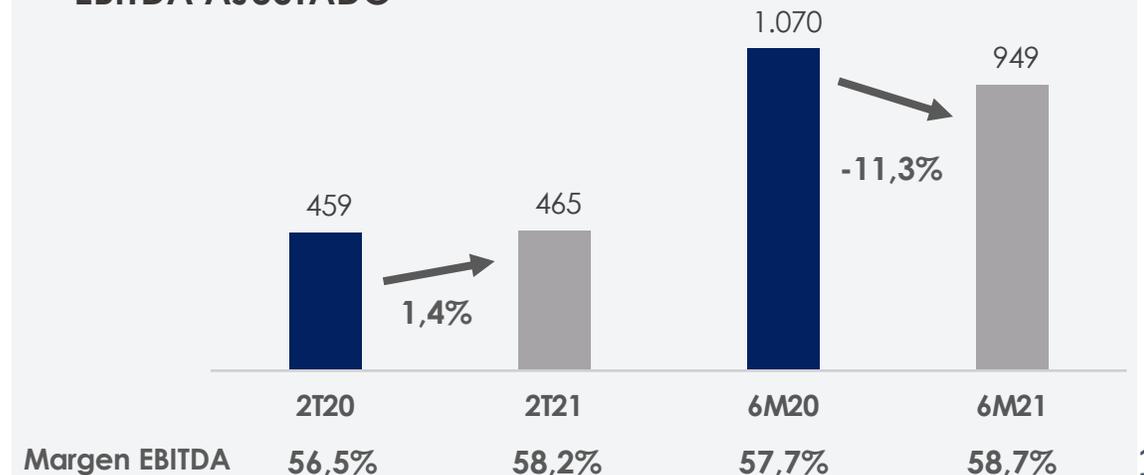
EBITDA AJUSTADO

El EBITDA Ajustado **creció 1,4% en CLP y 10,1% en moneda local** producto de la disminución de la provisión asociada al deudor incobrado, contrarrestado parcialmente por un incremento en el gasto común producto de los menores descuentos otorgados por los administradores hacia los centros comerciales en comparación con el año anterior.

INGRESOS

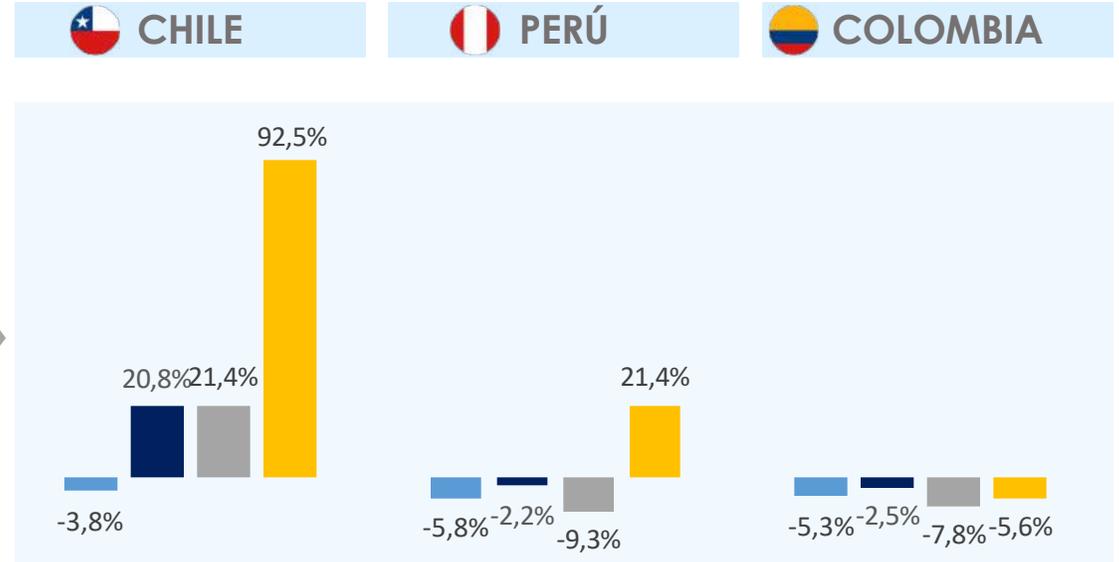


EBITDA AJUSTADO

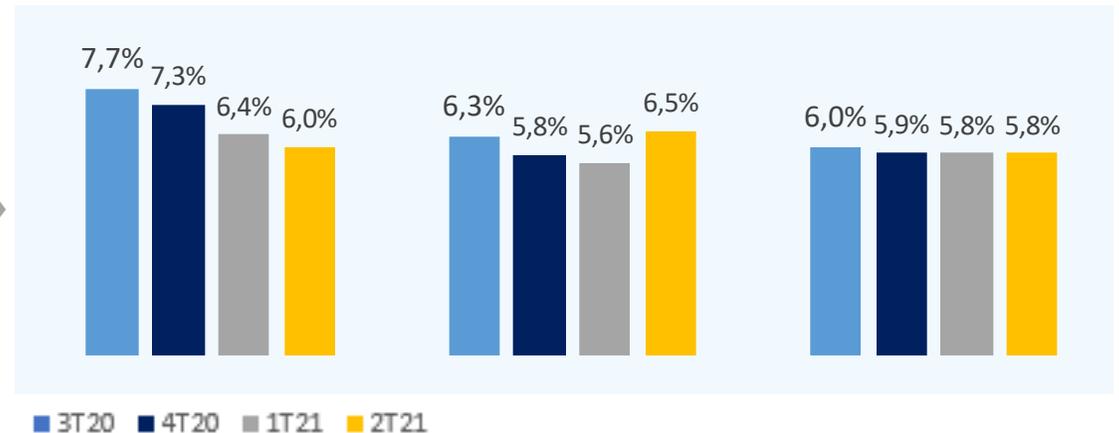


07. SSS, SSR y Costo de Ocupación

SAME STORE SALES (SSS): En Chile se observó un **aumento en el SSS de 92,5%**, explicado principalmente por la reapertura de los centros comerciales en sus áreas no esenciales y aumento del consumo en el trimestre, impulsada por los eventos del Cyberday y días de la Madre y Padre. Además, los rubros de supermercado y mejoramiento del hogar han tenido un impacto positivo debido a su continuo crecimiento durante el trimestre. En Perú se observó un SSS de 21,4% debido a una mayor apertura y activación de la economía. En Colombia se observó un SSS negativo de 5,6% sin embargo mejor que el trimestre anterior, explicado por el funcionamiento parcial de los centros comerciales producto de la pandemia. El bajo desempeño se explica por la caída en el SSS de tiendas satélites y tiendas anclas, parcialmente compensado por el crecimiento de tiendas relacionadas.



COSTO DE OCUPACIÓN (%)¹: El costo de ocupación disminuye respecto a 2T20 debido al **menor pago de arriendo de los locatarios** producto de los descuentos (COVID-19) y menor gasto común como resultado de las medidas de eficiencia y renegociaciones de contratos con proveedores. En el caso de Perú crece ligeramente debido a regularizaciones en el gasto común producto de la mayor apertura de los Centros Comerciales.



1. Costo de ocupación se calcula como la división entre renta fija + renta variable + gastos comunes + fondo de publicidad sobre las ventas de los locatarios. En Chile, la cifra es determinada en forma acumulada al cierre de cada trimestre.

08. Estructura de capital

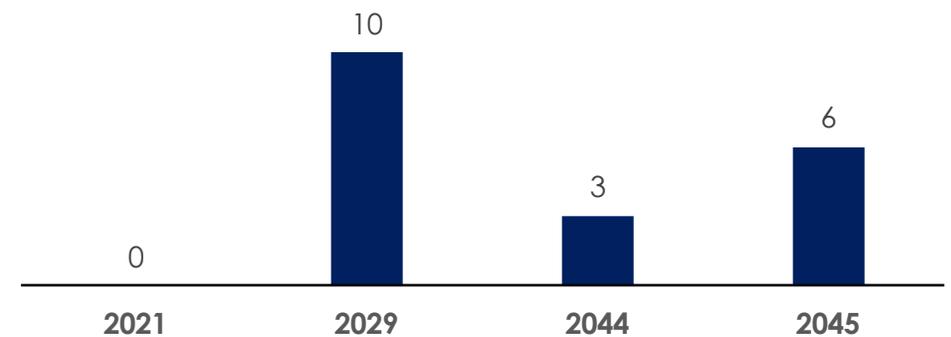
	jun-21	dic-20	jun-20
Deuda Financiera Bruta (CLP millones)	571.187	559.022	552.314
Duración (años)	12,8	13,5	14,0
Caja (CLP millones)	86.996	65.170	28.097
Deuda Financiera Neta (CLP millones)	484.191	493.852	524.217

Clasificación de Riesgo Local: **Feller.Rate** AA+  **Humphreys** AA+

(en veces) ³	jun-21	dic-20	jun-20
Total Pasivos / Patrimonio	0,48	0,48	0,49
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	2,81	1,86	1,36
Total Pasivos / Total Activos	0,33	0,33	0,33
Utilidad / Total Activo	0,01	0,06	0,06
Utilidad / Total Patrimonio	0,01	0,09	0,09
Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado LTM	3,82	4,05	3,18

- Al 30 de junio de 2021, el 100% de la deuda de la Compañía expuesta a tasa de interés está pactada a una tasa fija. Esta deuda corresponde a obligaciones con el público en unidades de fomento.
- La duración de la deuda es de 12,8 años.
- El costo promedio de la deuda es 1,54%¹.

Perfil de Amortizaciones (UF Millones)²

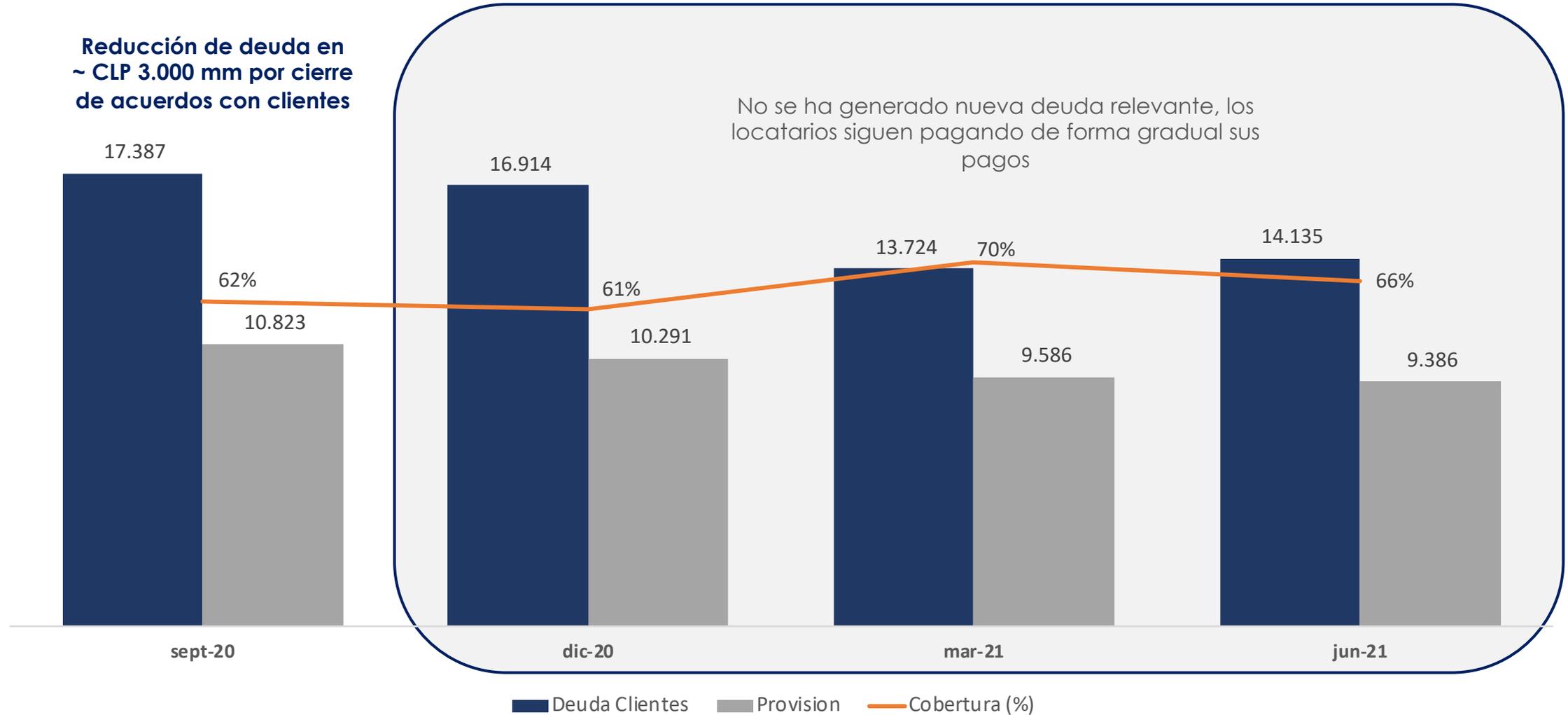


1. Costo anual de la deuda estimado como el promedio ponderado de la tasa cupón de cada una de las emisiones con los respectivos montos emitidos.

2. Considera amortizaciones de capital.

3. Ratios de resultado consideran la utilidad de los últimos doce meses.

08. Gestión Proactiva – Cuentas por cobrar

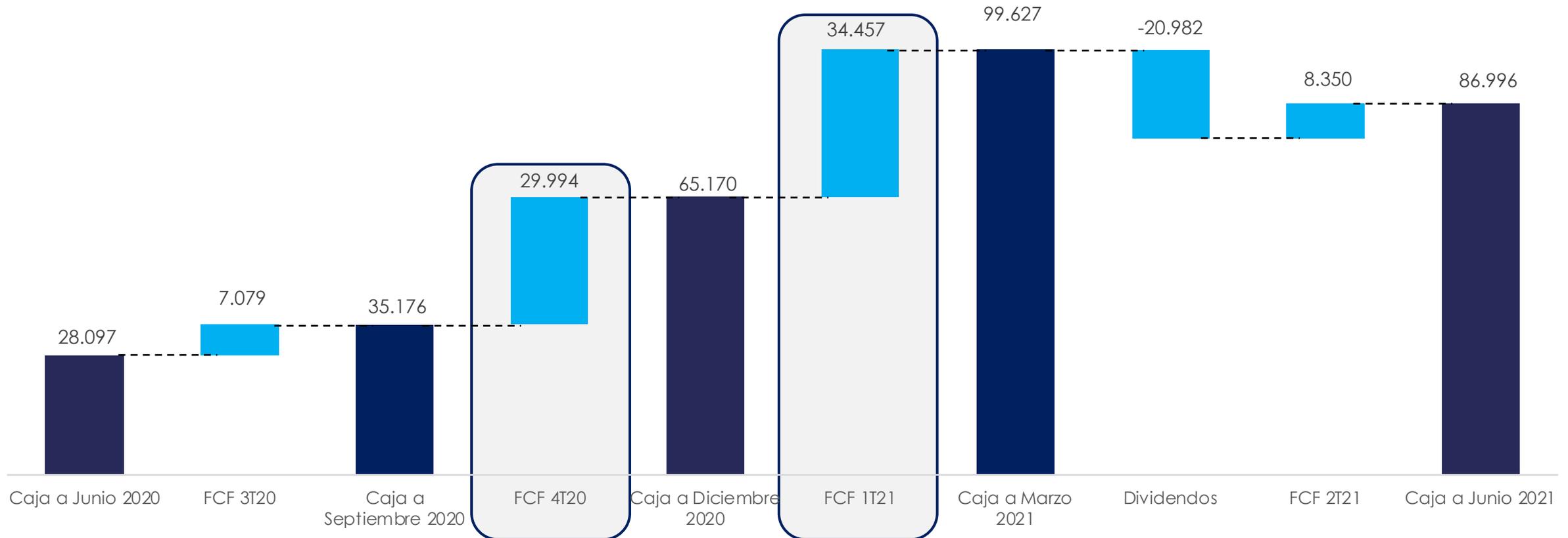


1 Cifras de cuentas por cobrar incluye deuda de clientes de Chile, Perú y Colombia. No incluye provisiones, anticipos e impuestos por recuperar
 2 Cobertura es medido como el total de provisiones sobre el total de la cartera de clientes.

08. FCF Positivo durante el segundo trimestre

- Alto % de GLA operativo + Eficiencia en costos/gastos + Bajo capex + Menor costo financiero = Sin consumo de caja

FCF positivo a pesar de los descuentos otorgados a los locatarios



03.

Medidas relacionadas al COVID-19





08. Plan de reaperturas Chile



- Reaperturas graduales, con horarios reducidos y bajo estrictos protocolos sanitarios de cumplimiento obligatorio por trabajadores, proveedores y clientes del Centro Comercial;
- Durante el trimestre, los cierres de las ubicaciones en Chile y el % de GLA abierto promedio se dio de la siguiente forma:

	Días Cerrados	Fase	% GLA abierto
Portal Temuco	58	2	75,6%
Portal Osorno	53	2	69,5%
Portal La Reina	57	2	94,1%
Portal La Dehesa	64	2	86,7%
Portal Belloto	26	2	87,6%
Portal Ñuñoa	57	2	67,5%
Portal Rancagua	78	1	83,5%
Alto Las Condes	57	2	71,9%
Costanera Center	57	2	69,1%
Portal Florida Center	86	2	44,7%
Portal El Llano	86	2	75,9%

1 El Plan Paso a Paso es una estrategia gradual para enfrentar la pandemia según la situación sanitaria de cada zona en particular. Se trata de 5 escenarios o pasos graduales, que van desde la Cuarentena hasta la Apertura Avanzada, con restricciones y obligaciones específicas. El avance o retroceso de un paso particular a otro está sujeta a indicadores epidemiológicos, red asistencial y trazabilidad. Las fases son las siguientes: Fase 1 "Cuarentena", Fase 2 "Transición", Fase 3 "Preparación", Fase 4 "Apertura Inicial" y Fase 5 "Apertura Avanzada". Fuente: www.gob.cl/pasoapaso.



08. Plan de reaperturas Perú/Colombia



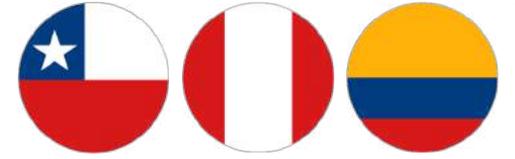
PERÚ

- Durante el trimestre, Perú fue viendo una apertura gradual y menores restricciones en sus centros comerciales;
- El trimestre empezó con restricciones de movilidad a los días domingo, aforos del 40% y un horario de cierre no más de las 18h, además la ciudad de Arequipa se mantuvo en cuarentena total un poco más de un mes;
- El trimestre terminó sin restricciones de movilidad, aforos alrededor del 80% y cierre de tiendas a las 21h generando un crecimiento en la demanda y una mayor activación de la economía.

COLOMBIA

- Colombia mantuvo el alto GLA operativo abierto por la mayor exposición a tiendas relacionadas, catalogadas como rubros esenciales, compensado parcialmente por el cierre parcial de algunos días durante el trimestre;
- Durante el 2T21 algunas ciudades se han visto impactadas por el movimiento social ocurrido en el país, siendo necesario el temprano cierre de algunos centros comerciales.

08. Medidas de apoyo a locatarios



La Compañía, tomando en cuenta las condiciones actuales, aplicó un 20% de descuento al arriendo fijo a los locales que no fueron considerados “rubros esenciales” por las autoridades y con superficies inferiores a 4.000 m². Además se otorgaron los siguientes beneficios:

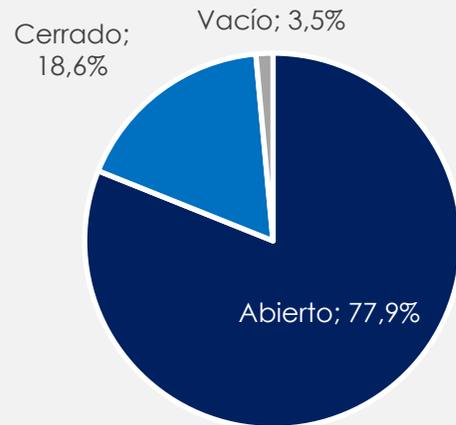
- i. Devolución proporcional del arriendo fijo a los locatarios de los Centros Comerciales que tuvieron días cerrados durante el trimestre por definición de la autoridad;
- ii. Descuentos adicionales en los gastos comunes y en el arriendo fijo, sujeto a que tengan sus pagos al día;
- iii. Posibilidad de postular a pago en cuotas (sin intereses);
- iv. Plan de reducción de gastos de administración y ventas, principalmente en mantenimiento y gastos operativos.



08. GLA Operativo

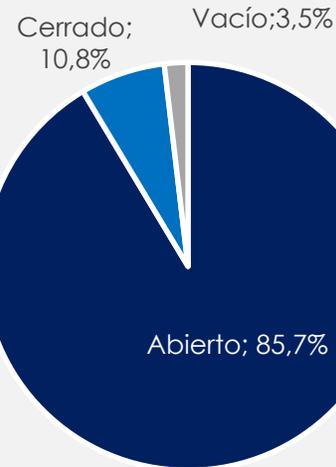
En promedio, el GLA operativo durante el primer trimestre fue aproximadamente 81,3%, incrementando en forma gradual desde el mes de agosto, manteniendo la flexibilidad y descuentos al arriendo a locatarios.

ABRIL



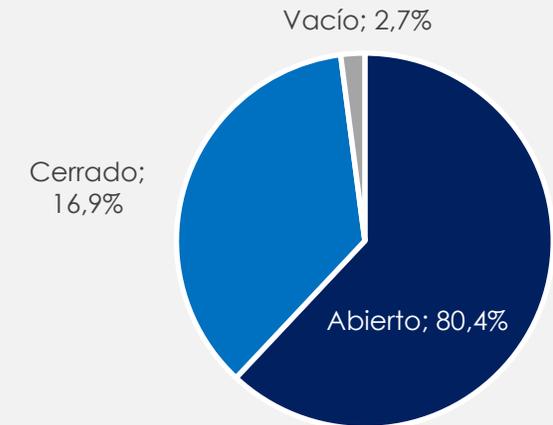
- **74,86%** del GLA abierto ocupado por empresas relacionadas:
 - 73,5% en Chile;
 - 74,8% en Perú; y
 - 91,1% en Colombia
- **20,6%** terceros retail y **6,2%** oficinas.

MAYO



- **72,8%** del GLA abierto ocupado por empresas relacionadas.
 - 71,7% en Chile;
 - 74,0% en Perú; y
 - 91,5% en Colombia
- **22,9%** terceros retail y **5,7%** oficinas.

JUNIO



- **78,1%** del GLA abierto ocupado por empresas relacionadas.
 - 77,4% en Chile;
 - 73,9% en Perú; y
 - 78,1% en Colombia
- **17,2%** terceros retail y **6,0%** oficinas.

