



PRESENTACIÓN CORPORATIVA

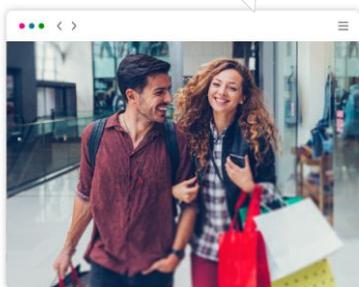
Diciembre 2022





1.
ACERCA DE
CENCOSUD
SHOPPING

DESTACADOS



CLP 4.374.165 110.578

Venta Locatarios
(millones)

Millones de
visitas

97,8%

Ocupación

1.346.312 m²

Superficie Arrendable (GLA)

CLP 3.248.998

Ventas por m²

Cifras LTM diciembre 2022

2.001
Locales² en

40

Centros Comerciales



33

4

3

20

Ciudades

+1,4 MM
Seguidores en
redes sociales²

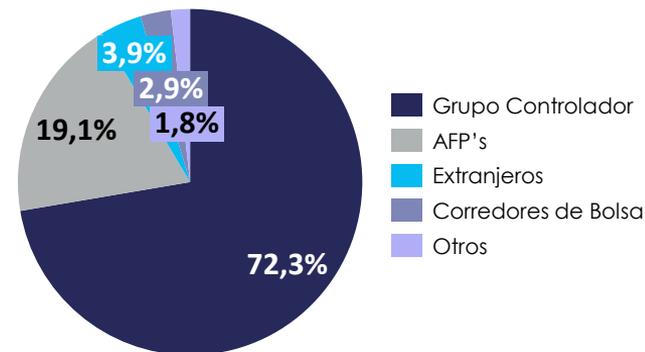
¹ El conteo de visitas considera 12 Centros Comerciales.
² Cifras a diciembre 2022.

CENCOSUD SHOPPING EN UNA MIRADA

PRINCIPALES CIFRAS¹

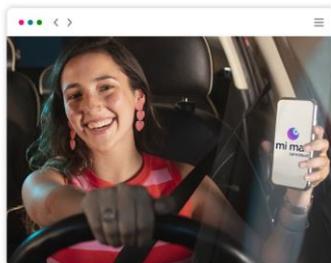
	2022	2021
GLA (m ²)	1.346.312	1.338.168
Ventas locatarios (USD MM)	5.009	5.261
Ingresos (USD MM)	329	246
Visitas ('000)	110.578	88.719
Ocupación	97,8%	97,5%
EBITDA Ajustado (NOI) (USD MM)	296	224
FFO (USD MM)	242	176
Utilidad neta de revaluación de activos (USD MM)	183	144

ESTRUCTURA DE PROPIEDAD²



Clasificación de Riesgo Local:

Feller.Rate AA+  **Humphreys** AA+



1. Cifras trasladadas a USD a tipo de cambio promedio a diciembre 2022 y diciembre 2021, respectivamente.

2. Estructura de Propiedad al 31.12.2022



Obsesión por el conocimiento del cliente

Construcción de bases de información inteligente para conocer en profundidad el entorno competitivo y los clientes; las tendencias y factores que determinan las decisiones y patrones de consumo.

Crecimiento y Rentabilidad

Constante Evaluación de la base de activos de la Región, tanto de la rentabilidad, potencial y formulas de aceleración de la “puesta en valor”, crecimiento y rentabilización.



Pilares Estratégicos 2022

Innovación

Desafío permanente en cuestionar lo establecido, impulsando y promoviendo los cambios y nuevas tendencias, con una mirada omnicanal, extendiendo las dinámicas del *Retail* y la digitalización de la experiencia del consumidor.



Sostenibilidad ESG

Principales foco en los Pilares de Sostenibilidad: Experiencia memorable; Equipo comprometido; Integración y desarrollo comunitario; Conciencia Medioambiental.

SÓLIDA POSICIÓN FINANCIERA DE CENCOSUD SHOPPING

SÓLIDA POSICIÓN FINANCIERA

	DIC 2022	DIC 2021
Deuda Financiera Bruta (CLP millones)	674.550	595.692
Duración (años)	11,7	12,3
Caja (CLP millones)	98.965	78.353
Deuda Financiera Neta (CLP millones)	575.585	517.339
Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado año (veces)	2,23	2,64

- 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 22 de abril de 2022, se realizó la **Junta Ordinaria de Accionistas**, donde se aprobó repartir un dividendo de CLP 60 por acción, equivalentes al 81,24% de las utilidades liquidas distribuibles. En 2022 la Compañía repartió CLP 153.525 millones en dividendos.
- Durante **noviembre 2022**, la Compañía repartió un dividendo provisorio de \$60 por acción, correspondiente a las utilidades liquidas distribuibles de 2022.

UN NEGOCIO DIVERSIFICADO POR PAÍS Y FORMATO

COLOMBIA

- 2 Centros Comerciales
- 2 Power Centers
- GLA total: 66.501 m²

CHILE¹

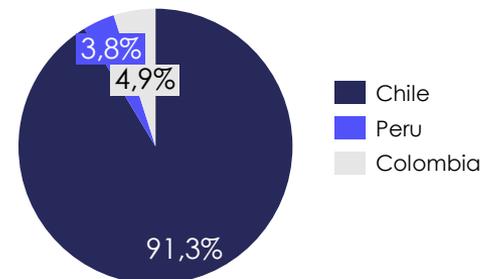
- 10 Centros Comerciales
- 22 Power Centers
- Complejo Costanera Center
- 4 Terrenos (663.079 m²)
- GLA total: 1.229.258 m²



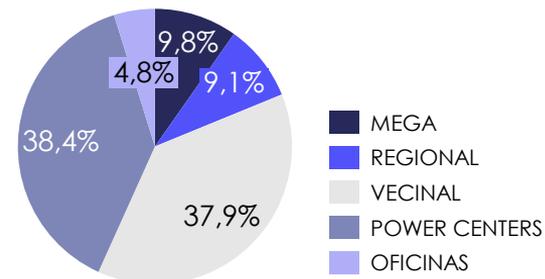
PERÚ

- 1 Centro Comercial
- 2 Power Centers
- 1 Terreno³ (4.424 m²)
- GLA total: 50.554 m²

GLA POR PAÍS²



GLA POR FORMATO²



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

2. Participación determinada sobre el total de GLA reportado por la Compañía, equivalente a 1.346.312 m².

3. Perú posee un terreno más, sobre el cual se está construyendo el centro comercial de La Molina.



2.
**DESTACADOS
DE INVERSIÓN**

DESTACADOS DE INVERSIÓN



- 1 | **Estrategia basada en 4 pilares:** Rentabilidad, Experiencia, Sostenibilidad e Innovación.
- 2 | **Portafolio Best-in-class** con ubicaciones privilegiadas en Chile y creciente exposición en Perú y Colombia.
- 3 | **Historia de crecimiento sostenido.**
- 4 | **Propuesta de valor** fundamentada en ubicaciones en áreas densamente pobladas y preferencialmente conectadas con la ciudad, mayor variedad en el mix y 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.

NUESTRA ESTRATEGIA

RENTABILIDAD

- Eficiencia Operacional
- Administración eficiente de gastos de Centros Comerciales
- Beneficios de la relación con Cencosud
- Optimización Comercial
- Ubicaciones de Centros Comerciales en zonas de alta demanda

EXPERIENCIA

- Ser puntos de encuentro accesibles e inclusivos
- Vínculo con nuestras marcas
- Propuestas dinámicas y memorables acorde a las tendencias
- Directrices claras gracias a experiencia y trayectoria de Cencosud

SOSTENIBILIDAD

- Equipo Comprometido
- Integración y Desarrollo Comunitario
- Consciencia Medioambiental
- Relaciones comerciales de largo plazo
- Compromiso con la comunidad y locatarios
- Oportunidades de reactivación económica con PYMES

INNOVACIÓN

- Tecnología al servicio de la experiencia de nuestros clientes finales y locatarios
- Generación de datos para conocer a nuestros clientes y lograr mejoras operacionales
- Soluciones que aporten a la experiencia de compra
- Colaboración con áreas TI de holding Cencosud y ecosistema de innovación

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:** con una estrategia de relacionamiento comunitario, incentivos de emprendimiento y desarrollo de nuestros proveedores.



PROPIEDAD

Aspectos de:

- Calidad
- Inocuidad
- Seguridad
- Todo lo que impacta a la propiedad, incluyendo la cadena de abastecimiento.



- **Innovación:** tecnología al servicio del vínculo personalizado, explotación de datos y 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

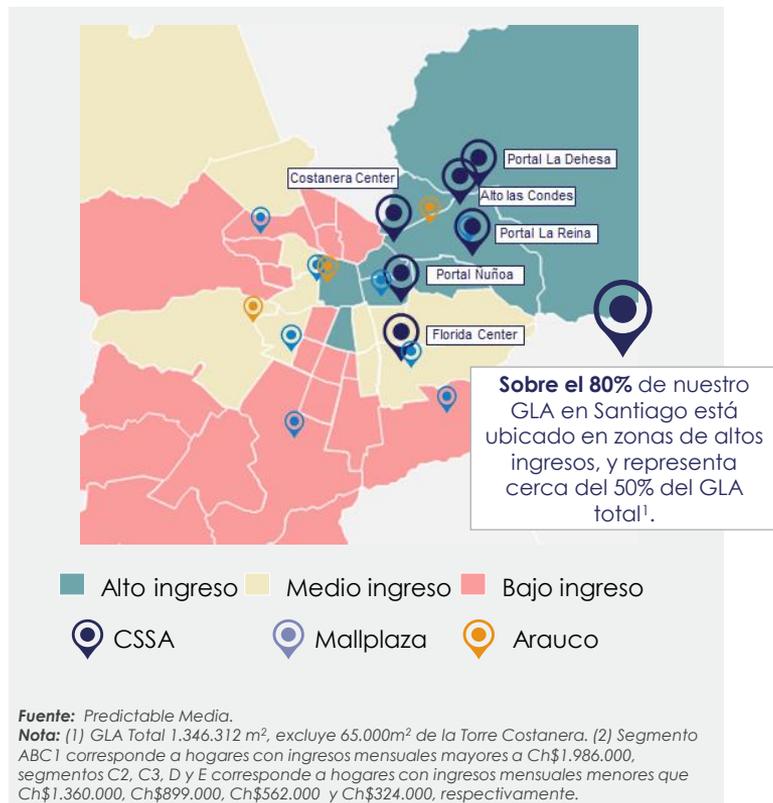
Aspectos de:

- Impactos ambientales de las operaciones.

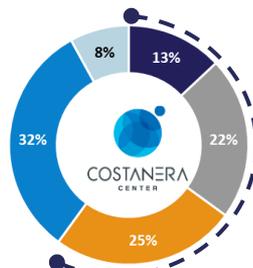


- Conciencia medioambiental.
- Compromiso con el cambio climático.
- Gestión de emisiones.
- Gestión de residuos valorizables.
- Gestión del agua y energía.

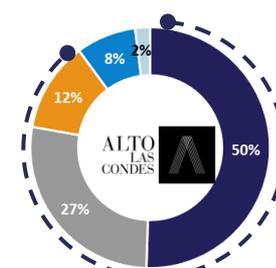
PORTFOLIO BEST IN CLASS CON UBICACIONES PRIVILIGIADAS Y EXPOSICIÓN A ZONAS DE MAYORES INGRESOS



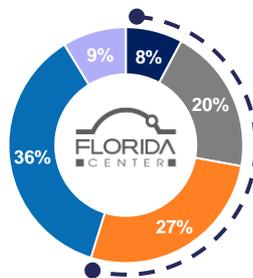
AREA DE INFLUENCIA – DESGLOCE POR SEGMENTO SOCIO-ECONÓMICO



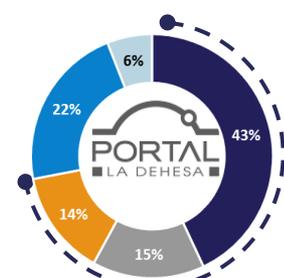
ABC: 60,6%



ABC: 89,9%



ABC: 54,8%



ABC: 71,7%

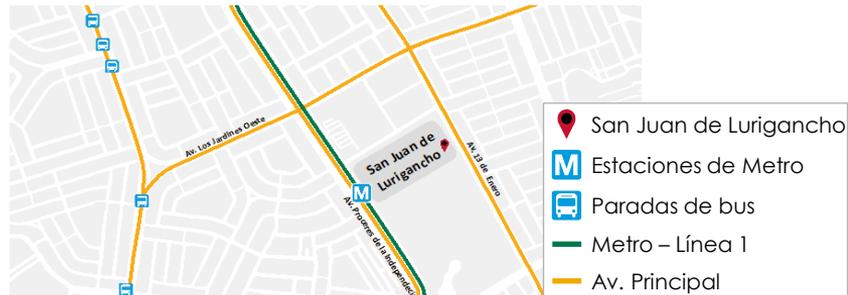


ACCESO INCOMPARABLE A ACTIVOS EMBLEMÁTICOS Y DESTACADA ACCESIBILIDAD

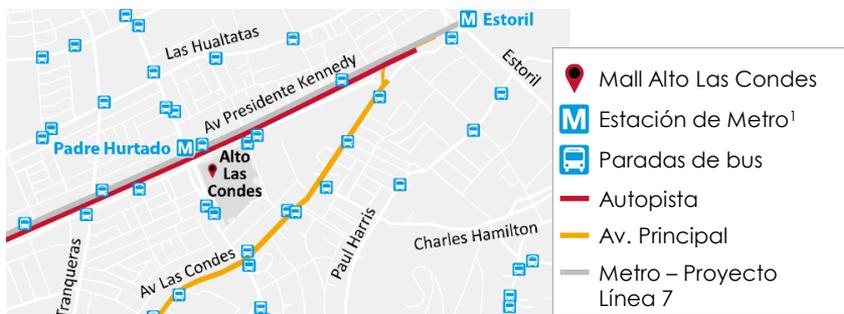
COSTANERA CENTER – UBICACIÓN PRIVILEGIADA Y MÚLTIPLES ACCESOS



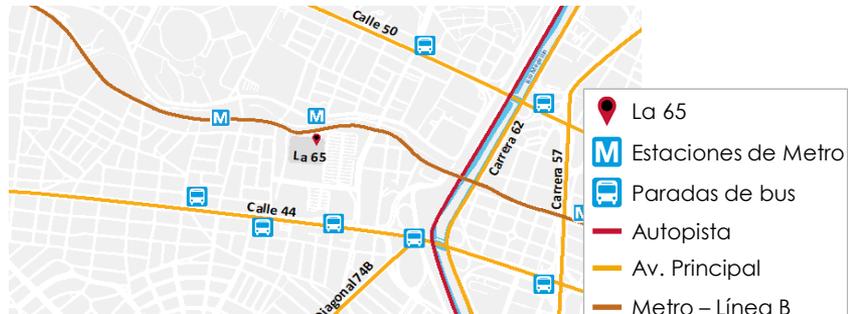
EN LA ZONA MÁS POBLADA DE LIMA, CERCA DEL ÚNICO METRO EN PERÚ



ALTO LAS CONDES – UNO DE LOS SHOPPINGS MÁS EXCLUSIVOS DE SANTIAGO



CERCANO A LAS AVENIDAS Y ESTACIONES DE METRO CLAVE DE LA CIUDAD



1. Futura estación de Metro, dentro del proyecto de la nueva línea 7.

COSTANERA CENTER COMO ACTIVO EMBLEMÁTICO EN LA REGIÓN



131.641 m²

GLA en Shopping
Center

**27,2
millones**

Visitantes
por año

+320

Tiendas

99,2%

Ocupación¹

108.988m²

GLA en Oficinas y Hotel²

44.070 m²

De oficinas arrendadas. Equivale a
un 67,8% de ocupación.

Torre Más Alta

De Sudamérica

CLASE A+

Edificio de Oficinas³

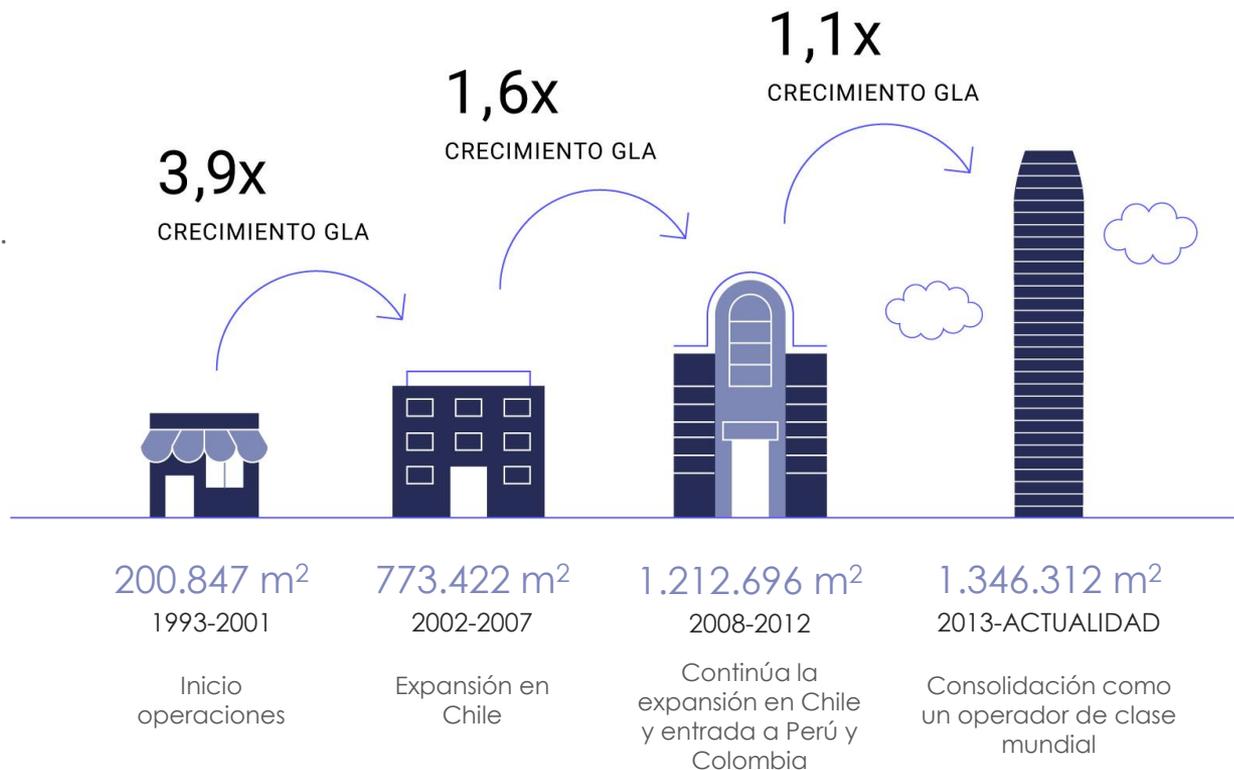
LEED GOLD

Certificado
(Shell and Core)

HISTORIA DE CRECIMIENTO SOSTENIDO

+25 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.



UNA RECONOCIDA ESTRATEGIA DE EXPANSIÓN

Optimización de GLA

- ✓ Maximización del potencial de GLA
- ✓ Propuesta de valor
- ✓ Optimización del tenant mix

Banco de Terrenos

- ✓ Banco de terrenos existentes:
 - Hualpén (364.097 m²)
 - Maipú (275.000 m²)
 - Padre Hurtado (23.669 m²)
 - Ex-Colegio Americano (4.424 m²) - Perú



Greenfield

- ✓ Desarrollo de nuevas áreas de influencia
- ✓ Desarrollo de nuevos proyectos (Altos del Prado y Limonar)

Brownfield

- ✓ Expansión de GLA (La Molina, Perú)
- ✓ Consolidación de operaciones y áreas de influencia
- ✓ Amplia y atractiva oferta de clientes



CULTURA CENTRADA EN EL CLIENTE, OFRECIENDO UN MIX DE ARRENDATARIOS ALINEADO CON SUS PREFERENCIAS

ENTENDIMIENTO DE LAS NECESIDADES DE NUESTROS PÚBLICOS 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 nuestros centros comerciales

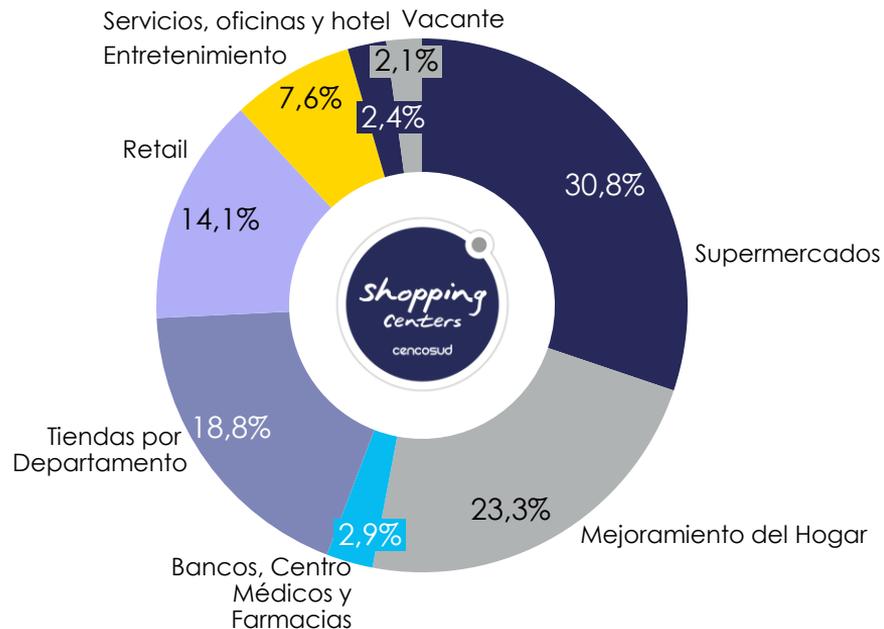
3

Transformación de nuestros centros comerciales de espacios "transaccionales" a lugares de "encuentro" para vivir diferentes experiencias

4

Estrategias y compromisos de relación con la comunidad en cada uno de nuestros centros comerciales, generando espacios de desarrollo local, cultura y cuidado al medioambiente

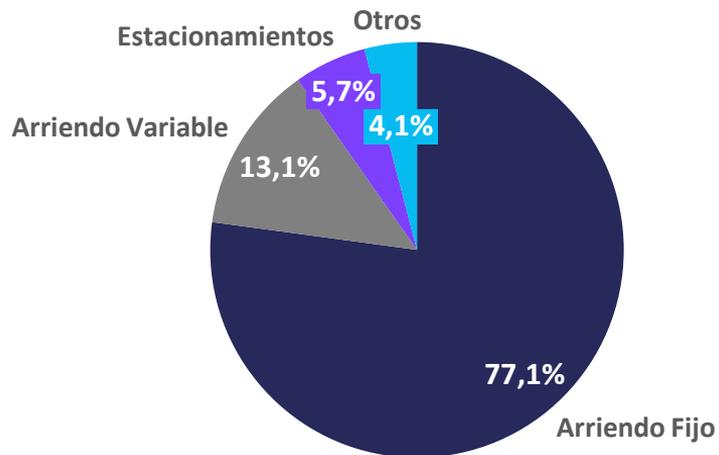
DESGLOSE DE GLA POR CATEGORÍA (DICIEMBRE 2022)¹



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

COMPOSICIÓN DE LOS INGRESOS Y DURACIÓN DE CONTRATOS

COMPOSICIÓN DE LOS INGRESOS 2022¹



Tasa de Ocupación

97,8%
+ 26 bps vs dic 21

Duración de los contratos

75,2%

Contratos firmados
a más de 5 años



ESTRUCTURA DE COSTOS OPTIMIZADA CON RECUPERACIÓN DE GASTOS SIGNIFICATIVA Y EFICIENCIA EN 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



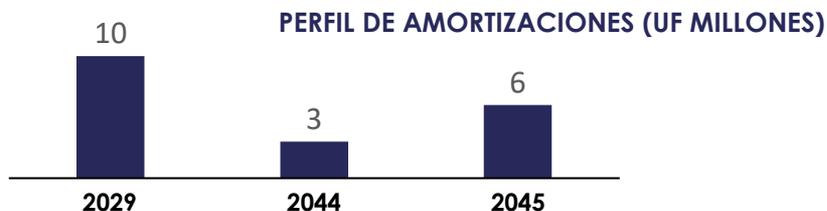
Beneficios de la relación con Cencosud

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

...RESPALDADO POR UNA SÓLIDA POSICIÓN FINANCIERA

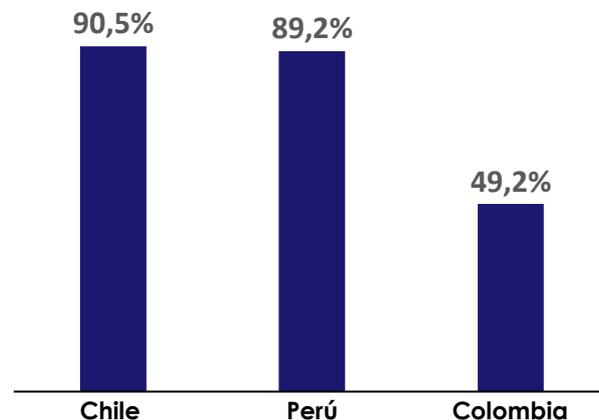
Diciembre 2022 ¹	CLP MM	USD MM
Activos totales	4.059.976	4.744
Patrimonio	2.684.576	3.137
Deuda Financiera Bruta	674.550	788
Caja	98.965	116
Deuda Financiera Neta	575.585	673

(en veces)	DIC 22	DIC 21
Total Pasivos / Patrimonio	0,51	0,49
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	2,12	2,71
Total Pasivos / Total Activos	0,34	0,33
Utilidad / Total Activo	0,04	0,02
Utilidad / Total Patrimonio	0,07	0,03
Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado LTM	2,23	2,64



- Compañía con menor DFN / EBITDA Ajustado del mercado y estructura de costos financieros más baja (costo promedio de la deuda 1,54%²).
- Duración de la deuda de 11,7 años.

POTENCIAL DE CRECIMIENTO EN PERÚ Y COLOMBIA



Margen EBITDA por país LTM diciembre 2022³

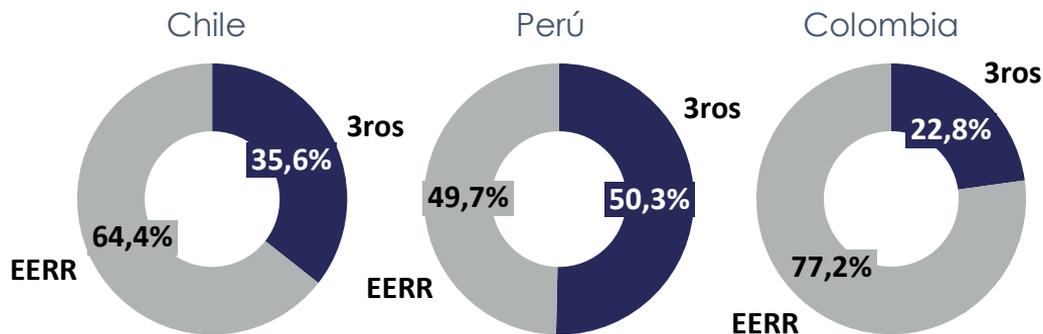
1. Cifras trasladadas a USD a tipo de cambio de cierre de diciembre 2022.

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.

3. La incorporación de activos de Perú y Colombia se realizó en junio 2019.

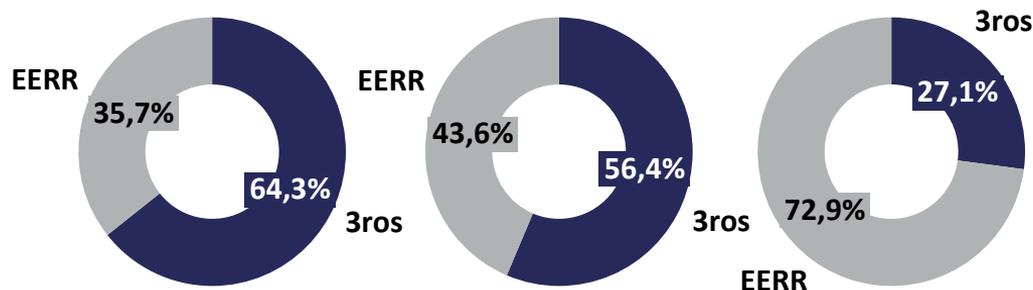
PRINCIPALES MÉTRICAS DE NUESTRO PORTFOLIO DE ACTIVOS

PARTICIPACIÓN DE TERCEROS Y EMPRESAS RELACIONADAS EN EL GLA¹



	Ocupación ²	Visitas ('000) ³
Chile	98,9%	107.859
Perú	82,1%	2.719
Colombia	89,5%	n.a.
Consolidado	97,8%	110.578

PARTICIPACIÓN DE TERCEROS Y EMPRESAS RELACIONADAS EN LOS INGRESOS⁶



	Ventas (CLPMM) ⁴	NOI (%) ⁵
Chile	4.213.088	90,5%
Perú	85.887	89,2%
Colombia	75.191	49,2%
Consolidado	4.374.165	90,0%

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 Cencosud Shopping refleja la ocupación de centros comerciales, excluyendo los metros cuadrados de oficinas. Cifras a diciembre 2022.

³ Visitas LTM diciembre 2022 / ⁴ Ventas LTM diciembre 2022 denominadas en pesos chilenos (CLP).

⁵ % NOI LTM diciembre 2022 / ⁶ Participación en ingresos de terceros y relacionadas determinada con los doce meses terminados en diciembre de 2022.

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.

