



● **Reporte de**
● **Resultados**
Primer trimestre 2022



01

Destacados del Período

1.1 Resumen Ejecutivo

Durante el trimestre la Compañía continuó con un sólido desempeño y sostenido crecimiento, en todos sus indicadores financieros más relevantes, con cifras por sobre pre-pandemia.

El 1T22 registró incrementos de **51,5%** en **Ingresos** y de **54,2%** en **EBITDA Ajustado** a/a, destacando un margen EBITDA Ajustado por sobre el 90%.





El desempeño de Cencosud Shopping se explica por el aumento en el GLA autorizado para operar a/a, llegando en el 1T22 a 100%, y la eliminación del descuento de arriendo por pandemia, vigente hasta el año pasado. Además, en la gestión comercial se ha logrado mejorar las condiciones promedio de los contratos, incluso a niveles superiores a pre-pandemia, gracias a la fortaleza y positivo desempeño en tráfico y ventas de los Centros Comerciales.

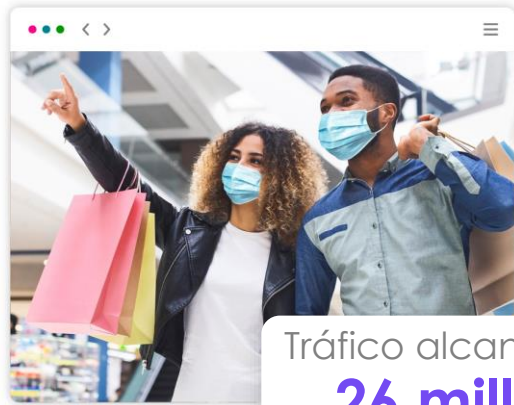
Por otra parte, Costanera continúa posicionándose como un polo de oficinas premium dentro de Santiago con la incorporación de empresas tales como Amazon, Globant y Maersk, sumado al inicio de operaciones de la casa matriz de Cornershop en el complejo Costanera Center.

Es así como el FFO crece 57% a/a y la Compañía continúa con una sólida posición financiera, alcanzando una Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado LTM de 2,3x.



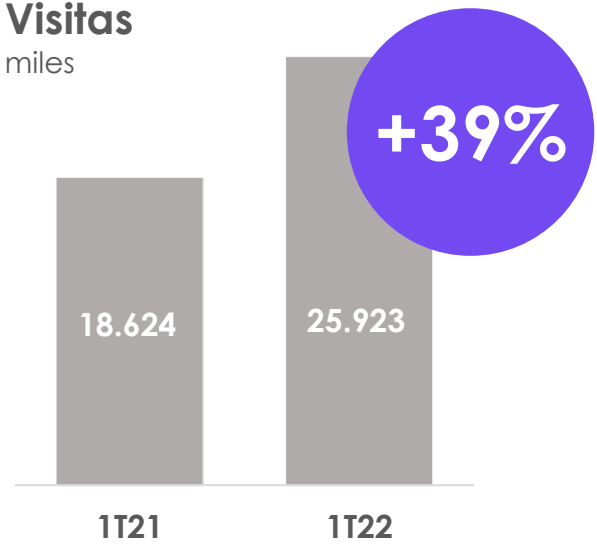
1.2 Principales Indicadores

| | % vs 2021 | % vs 2019 |
|---|-------------|-------------|
|  Ingresos: | +52% | +13% |
|  EBITDA Ajustado: | +54% | +8% |
|  Utilidad neta de revaluación de activos: | +49% | +23% |
|  FFO: | +57% | +18% |

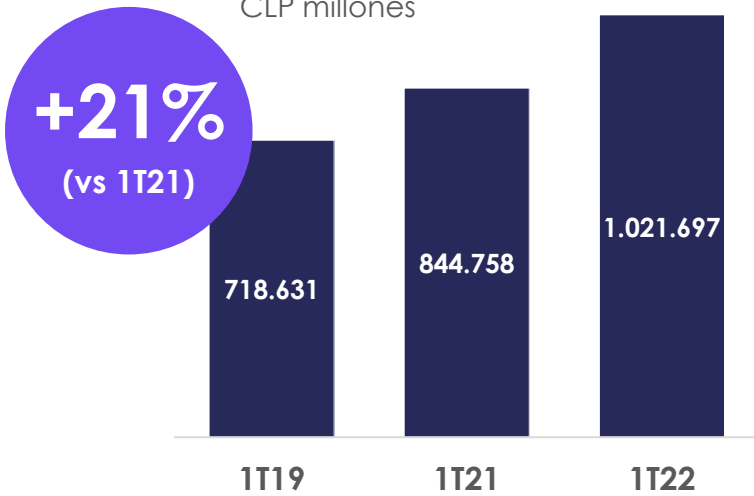


Tráfico alcanza a **26 millones** de visitas

Visitas
miles



Ventas
CLP millones



Aumento de **doble dígito** en ventas, por 2° año consecutivo

1.3 Principales Cifras

| CLP millones | 1T 2022 | 1T 2021 | Δ % |
|---|-----------|-----------|---------|
| • Ingresos | 66.594 | 43.951 | 51,5% |
| • EBITDA Ajustado / NOI | 60.725 | 39.381 | 54,2% |
| • % EBITDA Ajustado / NOI | 91,2% | 89,6% | 158 bps |
| • FFO | 50.602 | 32.178 | 57,3% |
| • Utilidad neta de revaluación de activos | 38.509 | 25.776 | 49,4% |
| • GLA (m ²) | 1.339.988 | 1.338.761 | 0,1% |
| • Tasa de Ocupación (%) | 97,5% | 97,9% | -36 bps |
| • Visitas (miles) | 25.923 | 18.624 | 39,2% |
| • Venta locatarios (CLP millones) | 1.021.697 | 844.758 | 20,9% |

02

Comentarios de la Administración

Continuamos viendo una vigorosa recuperación en las visitas a nuestros centros comerciales y cifras de venta consistentemente por sobre los niveles pre-pandemia, lo cual demuestra que los malls siguen siendo esenciales en la vida de las personas, y lugares preferidos para la compra de bienes y servicios, la sociabilización y la búsqueda de experiencia y entretenimiento.

Los **resultados del ejercicio** son muestra de la solidez del negocio, alcanzando un crecimiento de 52% en ingresos y 54% en EBITDA Ajustado, comparado con el mismo periodo del año anterior, gracias a un sostenido crecimiento en visitas (+39%) y venta de locatarios (21%), logrando alcanzar un 98% de ocupación en el 1T22.



Rodrigo Larrain
Gerente General

Tasa de ocupación del

98% en el 1T22

Nuestros **centros comerciales se diferencian** por sus ubicaciones en áreas densamente pobladas y preferencialmente conectadas con la ciudad, con mayor variedad en el mix y la fortaleza de las tiendas anclas -como nuestras empresas relacionadas- generando una experiencia de compra más completa.

Como Compañía tenemos la ambición de proyectar nuestro liderazgo en la industria de los centros comerciales en la región y estar a la vanguardia en la transformación del negocio y nuevas tendencias, entendiendo que los intereses, expectativas y hábitos de consumo evolucionan aceleradamente de la mano de la digitalización y las redes sociales. Es por eso que definimos un nuevo **plan estratégico** que se enmarca en generar un vínculo relacional virtuoso tanto con nuestros arrendatarios, como con nuestros clientes y proveedores, que se funda en cuatro pilares: 1) Innovación; 2) Conocimiento y vínculo con el cliente final; 3) Crecimiento y Rentabilidad; y 4) ASG, relacionado con nuestros compromisos ambientales, sociales y de Gobierno Corporativo.

Este año estamos impulsando inversiones en **proyectos** de remodelación, ampliaciones, transformación de metros cuadrados construidos en arrendables, *Dark Stores* e la incorporación de mayores espacios para la gastronomía y entretenimiento, con una inversión proyectada por sobre los US\$100 millones y la incorporación de 40.000 m² adicionales de GLA en los próximos 12 meses, lo cual nos permitirá seguir fortaleciendo el atractivo y propuesta de valor de nuestros centros comerciales.

Capex crece **10X**
versus el 1T21



03

Eventos Relevantes del Trimestre

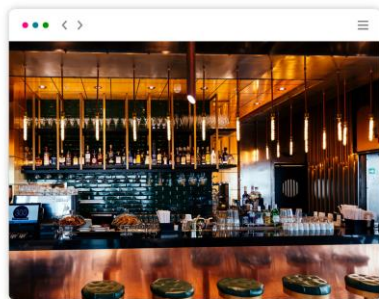
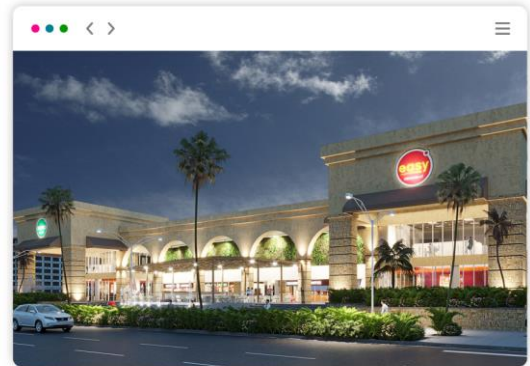
3.1 Avances Estratégicos

Capex e Inversiones 2022 – Acelerando los desarrollos

Para el año 2022, Cencosud Shopping estima una inversión de más de US\$100 millones que incorpora distintos proyectos tanto en Chile, como en Perú y Colombia.

Dentro de los principales proyectos están:

- Remodelación y ampliación de Centros Comerciales en Colombia;
- Nuevo Centro Comercial La Molina en Perú, con la apertura de la primera etapa a fines de año;
- Avances en las obras de mitigación del Costanera Center en Chile;
- Incorporación de aproximadamente 40.000 m² adicionales de GLA, a través de ampliaciones, reconversiones y habilitación de espacios ya construidos en arrendables.



300 SkyBar & Coffee – Experiencia Inigualable

En el marco de la recuperación de las operaciones de gastronomía y entretenimiento, Cencosud Shopping incorpora una nueva alternativa para potenciar el área de turismo en el Sky Mirador del Costanera Center. En el piso 61 de la Torre, se inauguró durante el trimestre el 300 SkyBar & Coffee, haciendo referencia a la altura del edificio, siendo el restaurant ubicado en el último piso del edificio más alto de Sudamérica.

App “mi mall” – Innovación y nuevas tendencias

La nueva app “mi mall” sigue creciendo, incorporando cada vez más usuarios, que de la mano del slogan **“disfrutar es más simple”**, proporciona una mejora en la experiencia de clientes, tanto internos (locatarios) como externos (público visitante).



Lanzamiento

“mi mall” se lanzó a finales del año 2021



HOY

A la fecha la cantidad de descargas contempla más de **150.000** personas



Diferenciación

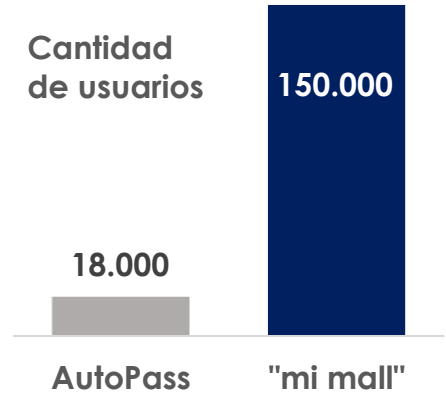
Mejorar la experiencia de los clientes donde **“disfrutar es más simple”**

Para 2022, la Compañía sigue trabajando en innovaciones y desarrollos de “mi mall” que impulsan cambios desde el fortalecimiento del canal digital generando una diferenciación.

Novedades “mi mall”:



- Apertura automática de barreras de estacionamiento con pago por medio del escaneo del código QR -en ticket- y opción de suscripción de abonados desde la aplicación;
- Incorporación de Términos y Condiciones con sistema inclusivo;
- Promociones y Ofertas, exclusivas y diferenciadas;
- Canal y vínculo relacional del centro comercial con los clientes finales.



3.2 Sostenibilidad

Memoria Anual Integrada Cencosud Shopping 2021

Cencosud Shopping publicó su Memoria Anual Integrada 2021 donde se resumen los hitos de la Compañía y los resultados obtenidos para comunicar a los grupos de interés. En este documento se destaca la gestión en términos financieros, ambientales y sociales para todas sus unidades de negocio y países donde opera.

Junta Ordinaria de Accionistas

El 22 de abril, se realizó la Junta Ordinaria de Accionistas de Cencosud Shopping, donde se aprobó repartir un dividendo de CLP 60 por acción, equivalentes al 81,24% de las utilidades liquidas distribuibles -CLP 30 que serán pagados a contar del día 3 de mayo de 2022 y CLP 30 ya pagados el día 18 de octubre de 2021.

Certificación uso de Energía Renovable No Convencional (ERNC)

La Compañía cuenta con el 100% de suministro a base de ERNC en todos los centros comerciales de Chile. Durante el mes de marzo la ERNC de los activos comenzó a ser respaldada por la carga de AES Andes, mediante una carta que verifica este avance.



#SintamosMásAlto

En el mes de marzo, el mall Alto las Condes trabajó en la campaña #SintamosMásAlto. La campaña es puntapé inicial de proyectos y acciones donde este Mall busca generar espacios que inspiren y celebren la evolución de la mujer. Durante marzo se generaron dos acciones: 1) conversatorio #GeniasenAlto -donde se expusieron

distintas historias inspiradores de cambio; 2) lanzamiento -en alianza con Corfo Mujeres- del mercado emprende.

Mercado Emprende 'mujeres que emprenden con el corazón'

Campaña experiencial y comunitaria realizada en 6 de los principales centros comerciales de Cencosud Shopping, enfocada en el Marketing con Sentido y en la estrategia de Sostenibilidad "Integración y Desarrollo Comunitario". Foco centrado en la mujer emprendedora, que sigue creciendo a paso sostenido y que está en búsqueda de vitrinas que la apoyen.

Se desarrolla bajo alianzas trisectoriales, con participación y visibilización de organizaciones como Corfo, Sercotec, Emprendedoras Floridañas, entre otras.

Resultados de la feria:

- 108 mujeres emprendedoras apoyadas;
- CLP 51 millones en ganancias para las emprendedoras, debido al acceso a espacios gratuitos en áreas comunes de los centros comerciales;
- Se potencia la visibilización de productos que resaltan la sostenibilidad, cultura y artesanía local;

108

empreendedoras
apoyadas



- Se sumó a esta versión la medición de preferencia de clientes por ferias de emprendimiento mediante mailing dirigidos;
- 91% de las emprendedoras aumentaron sus contactos tras la participación en la feria;
- Instagram como principal canal de comunicación y ventas;
- 68% de los participantes generó una ganancia mayor al 40% en relación con un día sin feria Mercado Emprende;
- Se apoyaron más de 19 comunas en esta versión.

04 Resumen Financiero

4.1 Estado de Resultados Consolidado¹

| CLP millones | 1T 2022 | 1T 2021 | Δ % |
|--|---------------|---------------|----------------|
| Ingresos | 66.594 | 43.951 | 51,5% |
| Ganancia Bruta | 65.608 | 41.454 | 58,3% |
| Margen Bruto | 98,5% | 94,3% | 420 bps |
| Gasto de Administración y Ventas | -4.859 | -2.210 | 119,9% |
| Resultado Operacional | 62.104 | 35.568 | 74,6% |
| Resultado No Operacional | -17.100 | -8.963 | 90,8% |
| Impuesto a la renta | -5.413 | -3.596 | 50,5% |
| Utilidad | 39.590 | 23.010 | 72,1% |
| Utilidad neta de revalorización de activos | 38.509 | 25.776 | 49,4% |
| EBITDA Ajustado | 60.725 | 39.381 | 54,2% |
| Margen EBITDA Ajustado | 91,2% | 89,6% | 158 bps |

Chile

Los **ingresos** aumentaron 52,8% frente al 1T21 como resultado de las mejoras en las condiciones de los contratos renovados además de los gestionados a nuevos locatarios, el término de los descuentos a los arriendos a partir del 4T21, el alto nivel de consumo y una menor base de comparación por cierres de locales durante 2021.

El **EBITDA Ajustado** aumentó 55,4% a/a producto del mejor desempeño del negocio retail, parcialmente compensado por una mayor provisión de incobrables estacional luego del cobro de doble renta del mes de diciembre (comparado con un reverso en 2021) y mayores gastos de administración y ventas, luego de la normalización de las operaciones.

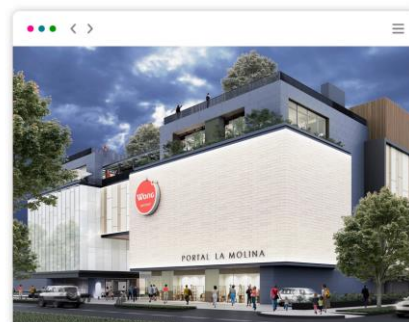
Crecimientos de **doble dígito** en la región, en Ingresos y EBITDA Ajustado.

¹ El estado de resultados detallado se encuentra en el Anexo de este reporte.

Perú

En el 1T22 los **ingresos** aumentaron un 14,6% en pesos chilenos y 6,7% en moneda local, producto de las menores restricciones asociados al COVID-19 y mayores aforos permitidos, además del término de los beneficios al arriendo fijo otorgados a los locatarios.

El **EBITDA Ajustado**, por su parte, creció 20,5% en pesos chilenos y 12,2% en PER a/a, dado los mayores ingresos, impulsado principalmente por el término de los descuentos al arriendo.



Colombia

Los **ingresos** del 1T22 aumentaron 28,1% en CLP y 24,0% en COP versus 1T21. Lo anterior se explica por el término de los descuentos al arriendo fijo, además de una menor base de comparación por días cerrados del comercio no esencial durante 2021.

Por otra parte, el **EBITDA Ajustado** se incrementó 17,3% en CLP y 13,6% en COP a/a, producto de mayores ingresos y su consiguiente dilución de gastos, contrarrestado en parte por un mayor incobrable y gastos de administración de centros comerciales más altos.

4.2 Conciliación NOI y FFO

| CLP millones | 1T 2022 | 1T 2021 | Δ % |
|--------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| Ingresos | 66.594 | 43.951 | 51,5% |
| (+) Costo de ventas | -986 | -2.498 | -60,5% |
| (+) Gasto de administración y ventas | -4.859 | -2.210 | 119,9% |
| (+) Otros gastos de administración | -98 | 115 | N.A. |
| (+) Depreciación y Amortización | 73 | 22 | 229,2% |
| EBITDA Ajustado / NOI | 60.725 | 39.381 | 54,2% |

| CLP millones | 1T 2022 | 1T 2021 | Δ % |
|--------------------------------------|---------------|---------------|--------------|
| Utilidad | 39.590 | 23.010 | 72,1% |
| (-) Otros Ingresos | 1.452 | -3.791 | N.A. |
| (-) Unidades de Reajuste | -14.179 | -6.253 | 126,7% |
| (-) Diferencias de tipo de cambio | -825 | -94 | 778,6% |
| (-) Impuesto a la renta ² | 2.539 | 969 | 162,0% |
| FFO | 50.602 | 32.178 | 57,3% |

² El detalle de cálculo del impuesto a la renta mencionado se encuentra en el anexo de este reporte.

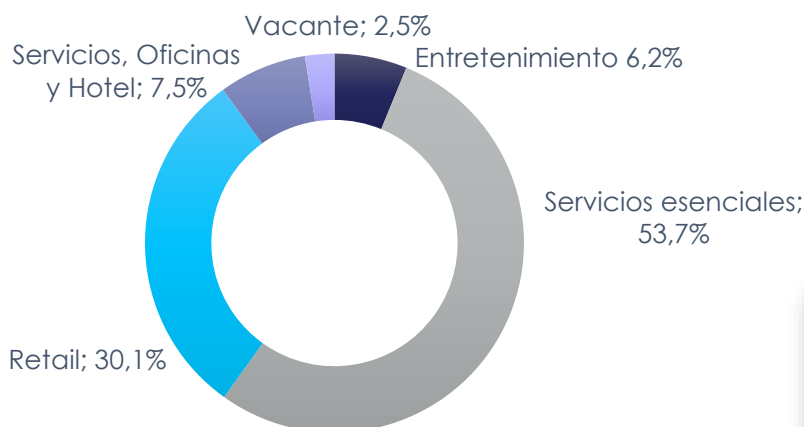
Funds From Operations (FFO): el 1T22 registra un FFO de CLP 50.602 millones, implicando un crecimiento de 57,3% frente al 1T21, donde se logró un FFO de CLP 32.178 millones. La mejora año contra año es principalmente producto de una mayor utilidad durante el período explicado por un mejor desempeño del negocio.

05 Desempeño del Negocio

5.1 GLA (Gross Leasable Area)³



5.2 GLA por Rubro⁴



³ El detalle del GLA por Centro Comercial se encuentra en el anexo de este reporte.

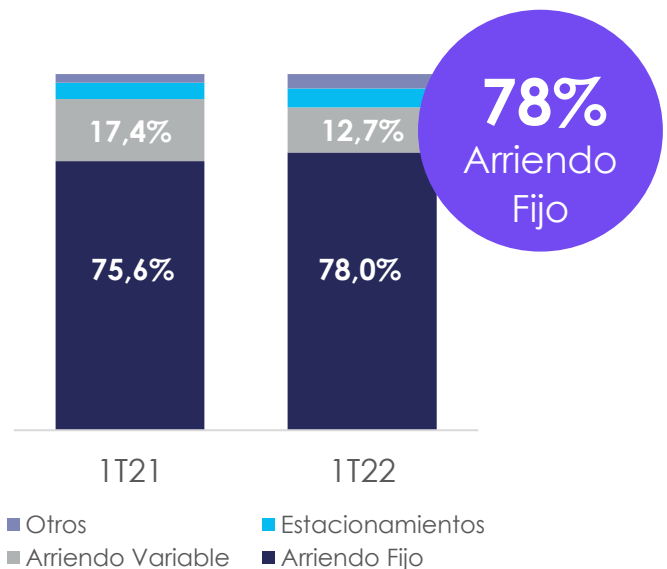
⁴ La asignación de cada rubro se explica en el anexo de este reporte.

5.3 Participación de Ingresos – Terceros & Relacionadas

| Ingresos | 1T 2022 | | 1T 2021 | |
|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| | Terceros | EERR | Terceros | EERR |
| • Chile | 62,7% | 37,3% | 50,1% | 49,9% |
| • Perú | 53,2% | 46,8% | 42,4% | 57,6% |
| • Colombia | 28,0% | 72,0% | 16,8% | 83,2% |
| TOTAL | 62,0% | 38,0% | 49,4% | 50,6% |

5.4 Distribución por Tipo de Ingresos

Durante el 1T22, el 91% de los ingresos provino de ingresos por renta, de los cuales un 78% corresponde a ingresos por cobro por arriendo fijo, mientras que un 13% proviene del arriendo variable. Esta normalización en la proporción del ingreso variable y fijo se debe al término de los beneficios otorgado a los locatarios y una disminución del consumo.



Estructura de arriendo estable

con **78%** de ingresos FIJOS

5.5 Duración de los contratos (años)

| GLA | Menor a 2 | Entre 2 y 3 | Entre 3 y 4 | Entre 4 y 5 | Mayor a 5 |
|--------------|--------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| • Chile | 10,5% | 3,5% | 5,0% | 2,3% | 78,7% |
| • Perú | 16,9% | 11,3% | 0,3% | 8,6% | 62,8% |
| • Colombia | 7,4% | 0,4% | 3,7% | 0,0% | 88,5% |
| TOTAL | 10,6% | 3,6% | 4,8% | 2,4% | 78,7% |

| Ingresos ⁵ | Menor a 2 | Entre 2 y 3 | Entre 3 y 4 | Entre 4 y 5 | Mayor a 5 |
|-----------------------|--------------|-------------|-------------|-------------|--------------|
| • Chile | 24,9% | 6,9% | 6,5% | 5,5% | 56,3% |
| • Perú | 21,2% | 14,5% | 0,4% | 9,0% | 55,0% |
| • Colombia | 15,4% | 0,7% | -0,5% | 0,0% | 84,4% |
| TOTAL | 24,7% | 6,9% | 6,3% | 5,5% | 56,7% |

Al 31 de marzo de 2022, la duración ponderada de los contratos de arriendo era de 15,6 años según GLA y de 12,7 según ingresos.

5.6 Desempeño por activo

| | Ingresos | | | NOI | | | NOI % | | |
|--------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|------------|
| | 1T22 | 1T21 | Δ % | 1T22 | 1T21 | Δ % | 1T22 | 1T21 | Δ bps |
| • Chile | 64.516 | 42.234 | 52,8% | 59.194 | 38.098 | 55,4% | 91,8% | 90,2% | 154 |
| • Perú | 1.030 | 899 | 14,6% | 963 | 800 | 20,5% | 93,5% | 88,9% | 455 |
| • Colombia | 1.048 | 818 | 28,1% | 567 | 484 | 17,3% | 54,2% | 59,1% | -497 |
| TOTAL | 66.594 | 43.951 | 51,5% | 60.725 | 39.381 | 54,2% | 91,2% | 89,6% | 158 |

Tanto el crecimiento en Ingresos como en NOI muestran un recuperó del negocio y su buen desempeño en un contexto casi normalizado, tanto de flujo como de ventas en los centros comerciales. El margen EBITDA Ajustado por sobre los 90% respalda una eficiente gestión comercial, estructura de gastos liviana y servicios de *back office* respaldados por Cencosud S.A.

Márgenes por sobre **90%**
respaldado por la eficiente
gestión del negocio

| | Ocupación ⁶ | | | Visitas | | | Ventas | | |
|--------------|------------------------|--------------|------------|---------------|---------------|--------------|------------------|----------------|--------------|
| | 1T22 | 1T21 | Δ bps | 1T22 | 1T21 | Δ % | 1T22 | 1T21 | Δ % |
| • Chile | 98,4% | 98,3% | 10 | 25.278 | 18.044 | 40,1% | 984.506 | 812.495 | 21,2% |
| • Perú | 81,1% | 93,6% | -1.253 | 645 | 580 | 11,2% | 18.660 | 16.756 | 11,4% |
| • Colombia | 95,2% | 94,3% | 91 | N.A. | N.A. | N.A. | 18.530 | 15.508 | 19,5% |
| TOTAL | 97,5% | 97,9% | -36 | 25.923 | 18.624 | 39,2% | 1.021.697 | 844.758 | 20,9% |

Al 1T22 la **tasa de ocupación** consolidada de Centros Comerciales fue de un 97,5%, en comparación al 97,9% del 1T21. El impacto es generado por una mayor vacancia en Perú -debido al cierre de Paris- compensado parcialmente por la recuperación gradual de la vacancia generada por la pandemia, con la comercialización de

⁵ Considera los ingresos por arriendo fijo y variable según el periodo que les queda por vencer.

⁶ La ocupación consolidada de Chile y Total refleja la ocupación de Centros Comerciales, excluyendo los metros cuadrados habilitados de oficinas.

nuevos locales, y la necesidad de mayores metros cuadrados de algunos locatarios ya ubicados en los centros comerciales de Cencosud Shopping.

Las **visitas** incrementaron un 39,2% frente al 1T21, explicado por mayor habilitación de aforos, debido al nuevo Plan Paso a Paso en Chile, además del término de restricciones a la movilidad en la región. La gradual recuperación a niveles prepandemia muestra

Ocupación de **97,5%**
impulsado por ubicaciones
inigualables

la resiliencia del negocio donde los clientes vuelven a tener los centros comerciales como uno de los principales atractivos. La brecha comparada con 2019 se va acortando para el periodo 2022 donde la apertura de fronteras y el retorno parcial a las oficinas impulsa el flujo.

Las **ventas de los locatarios** incrementaron un 21% frente al 1T21 por un crecimiento tanto en la venta de empresas relacionadas como de terceros. El crecimiento en la venta de terceros se dio por las categorías de artículos de hogar, decoración y tiendas anclas, con gastronomía aún en vías de recuperación.

5.7 Datos Operacionales

| SSS | 1T21 | 2T21 | 3T21 | 4T21 | 1T22 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| • Chile | 21,4% | 92,5% | 59,5% | 26,0% | 10,0% |
| • Perú | -9,3% | 21,4% | 10,2% | 7,2% | 7,1% |
| • Colombia | -7,8% | -5,6% | 10,2% | 11,8% | 17,3% |

En Chile se observó un **SSS** de 10,0%, explicado por una mayor habilitación de aforos - debido al nuevo Plan Paso a Paso. Estas menores restricciones se vieron contrarrestadas parcialmente por una disminución del consumo en comparación al año anterior. En Perú y Colombia se observó un SSS de 7,1% y 17,3% respectivamente, por menores restricciones a la movilidad y la activación gradual de la economía.

| SSR | 1T21 | 2T21 | 3T21 | 4T21 | 1T22 |
|------------|--------|-------|--------|-------|-------|
| • Chile | -4,6% | 63,1% | 105,4% | 36,0% | 51,0% |
| • Perú | -21,2% | 46,4% | 37,0% | 26,1% | 28,2% |
| • Colombia | -11,2% | 3,0% | 10,7% | 18,2% | 18,4% |

El **SSR** ha crecido durante el trimestre por el término de los beneficios al arriendo fijo otorgado a los locatarios y por la no devolución de días que debieron permanecer cerrados en el trimestre anterior producto de COVID-19. Además, durante el 1T22 los nuevos contratos se han cerrado con mejores condiciones en comparación con los contratos firmados en pandemia.

| Costo Ocupación | 1T21 | 2T21 | 3T21 | 4T21 | 1T22 |
|-----------------|------|------|------|------|------|
| • Chile | 6,4% | 6,0% | 5,9% | 6,3% | 6,8% |
| • Perú | 5,6% | 6,5% | 6,0% | 6,0% | 7,0% |
| • Colombia | 5,8% | 5,8% | 5,9% | 6,0% | 5,9% |

El **costo de ocupación**, tanto en Chile como en Perú, se va recuperando debido a los menores beneficios otorgados a los locatarios, compensado por una desaceleración en el consumo que impacta directamente en sus ventas. En Colombia el costo de ocupación se mantuvo relativamente estable durante los últimos trimestres.

06 Balance Consolidado

| CLP millones | mar 22 | dic 21 | Δ % |
|--|------------------|------------------|-------------|
| Activos Corrientes | 171.756 | 129.576 | 32,6% |
| Activos no Corrientes | 3.856.479 | 3.843.616 | 0,3% |
| Total Activos | 4.028.236 | 3.973.192 | 1,4% |
| Pasivos Corrientes | 64.920 | 47.745 | 36,0% |
| Pasivos no Corrientes | 1.265.903 | 1.257.538 | 0,7% |
| Total Pasivos | 1.330.823 | 1.305.283 | 2,0% |
| Patrimonio propietario de la controladora | 2.692.453 | 2.663.058 | 1,1% |
| Participaciones no controladoras | 4.960 | 4.851 | 2,3% |
| Patrimonio Total | 2.697.413 | 2.667.909 | 1,1% |
| Total Pasivos y Patrimonio | 4.028.236 | 3.973.192 | 1,4% |

Activos

Al 31 de marzo de 2022 el total de **Activos** aumentó CLP 55.044 millones desde diciembre 2021, lo que se explica por el aumento de CLP 42.181 millones de Activos Corrientes y, en menor medida, por el aumento de CLP 12.863 millones de Activos No Corrientes.

El incremento de **Activos Corrientes** se explica principalmente por un aumento de CLP 88.615 millones en *Efectivo y Equivalentes al Efectivo*, producto de los buenos resultados observados en el trimestre, contrarrestado parcialmente por una caída de CLP 45.948 millones en *Otros activos financieros* explicado por una mayor inversión de fondos mutuos realizada.

El aumento de **Activos No Corrientes** se explica por un crecimiento de CLP 14.767 millones en *Propiedades de inversión* debido a la mejora en el desempeño de los centros comerciales con una perspectiva de crecimiento para el año en curso.

Pasivos

Al 31 de marzo de 2022, el total de **Pasivos** creció CLP 25.539 millones desde diciembre de 2021 como consecuencia del aumento de Pasivos Corrientes por CLP 17.175 millones, junto a un efecto de crecimiento de Pasivos No Corrientes por CLP 8.364 millones.



El incremento en **Pasivos Corrientes** se explica por el aumento de *Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar* en CLP 4.372 millones producto de la estacionalidad normal del negocio y el crecimiento de *Otros pasivos no financieros* por CLP 11.654 millones, explicado por el devengo del dividendo realizado de forma trimestral.

El aumento de **Pasivos No Corrientes** se explica por el crecimiento en *Otros Pasivos financieros* por CLP 13.916 millones explicado por el incremento de la UF -que acompaña el aumento de inflación- impactando la deuda de la compañía, contrarrestado parcialmente por la disminución de *Pasivo por impuestos diferidos* por CLP 4.336 millones que se debe a una variación del activo fijo tributario que a su vez se ve de igual forma impactado por inflación.

Patrimonio

El **Patrimonio** total a marzo 2022 se incrementa en CLP 29.504 millones desde diciembre 2021 debido al aumento de *Ganancias (pérdidas) acumuladas* en CLP 27.998 millones por aumento de la utilidad durante el 1T22, explicado por el recupero del negocio y el buen desempeño de los centros comerciales.

07

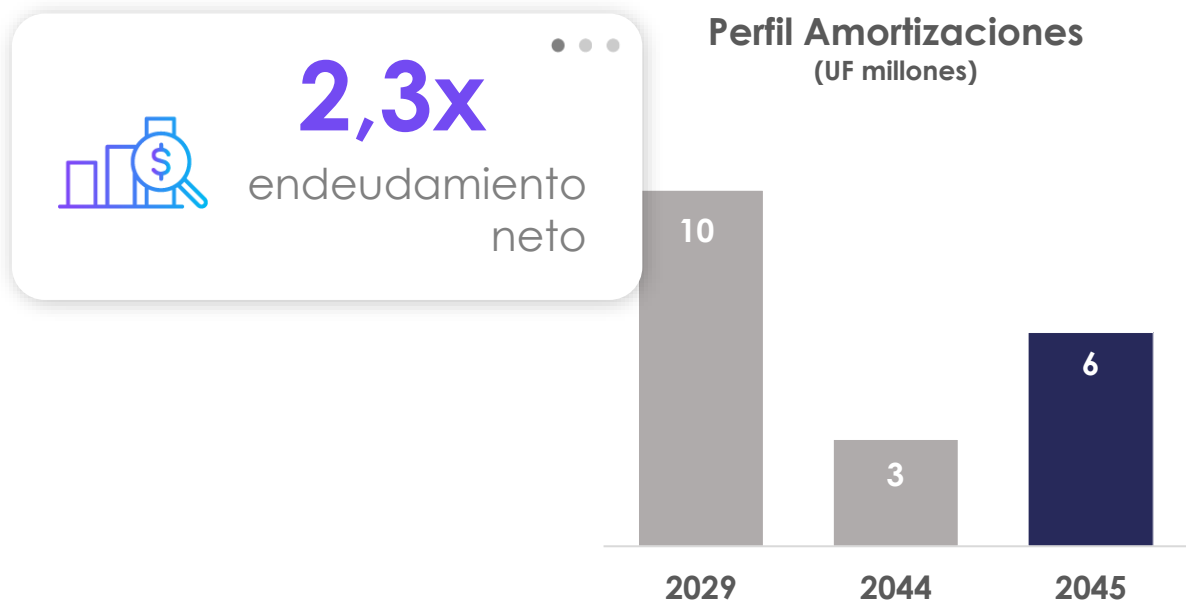
Estructura de Capital

| CLP millones | mar 22 | dic 21 | mar 21 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| Deuda Financiera Bruta | 610.590 | 595.692 | 565.958 |
| Duración (años) | 12,2 | 12,3 | 13,3 |
| Caja | 121.010 | 78.353 | 99.627 |
| Deuda Financiera Neta | 489.581 | 517.339 | 466.331 |
| Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado LTM (veces) | 2,25 | 2,64 | 4,15 |

La deuda financiera bruta de la Compañía aumentó CLP 14.898 millones respecto a diciembre 2021, explicado por el incremento de la UF durante el período sobre el total de deuda emitida en bonos. El aumento de caja en CLP 42.657 millones desde diciembre 2021 es producto de la recuperación del negocio, además de su mejor desempeño en la capacidad generadora de caja.

A marzo de 2022, el endeudamiento neto es de 2,25 veces EBITDA Ajustado debido tanto al crecimiento de este último durante los últimos 12 meses, como también de la disminución gradual de la deuda financiera neta a raíz del aumento de la caja. La duración de la deuda es de 12,2 años y el costo promedio de la deuda es de 1,54%⁷.

Al 31 de marzo de 2022, el 100% de la deuda expuesta estaba pactada a una tasa de interés fija y corresponde a obligaciones con el público pactadas en unidades de fomento (UF).



7.1 Ratios Financieros

| (veces) | mar 22 | dic 21 | mar 21 |
|---|--------|--------|--------|
| Total Pasivos / Patrimonio | 0,5 | 0,5 | 0,5 |
| Activos Corrientes / Pasivos Corrientes | 2,7 | 2,7 | 2,0 |
| Total Pasivos / Total Activos | 0,3 | 0,3 | 0,3 |
| Utilidad / Total Activo | 0,0 | 0,0 | 0,0 |
| Utilidad / Total Patrimonio | 0,0 | 0,0 | 0,0 |

⁷ 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.

7.2 Costo Deuda Financiera⁸



08 Flujo de Efectivo

| CLP millones | mar 22 | mar 21 | Δ % |
|--|---------------|-------------|-------------|
| Flujo de efectivo: actividades de operación | 57.878 | 39.053 | 48,2% |
| Flujo de efectivo: actividades de inversión | 35.127 | -37.181 | N.A. |
| Flujo de efectivo: actividades de financiación | -2.989 | -2.768 | 8,0% |
| Incremento (disminución) antes del efecto de tasa de cambio | 90.015 | -896 | N.A. |

Las variaciones del **flujo de efectivo** generado al 31 de marzo 2022 respecto al mismo período del año anterior se explican a continuación.

Actividades de Operación

El flujo registró un aumento de CLP 18.824 millones desde marzo 2021 producto de los mayores ingresos provenientes del cobro de arriendos -explicado por los menores descuentos otorgado a los locatarios y el termino de restricciones. Este crecimiento se ve contrarrestado parcialmente por el mayor pago a proveedores por suministro de bienes y servicios y otros pagos por actividades de operación.

⁸ Detalle por tipo de bono en el Anexo de este reporte.

Actividades de Inversión

El flujo procedente de actividades de inversión aumentó en CLP 72.308 millones producto de menores inversiones en fondos mutuos respecto al mismo periodo del año anterior, contrarrestado parcialmente por un mayor Capex equivalente a CLP 11.527 millones comparado con CLP 1.859 millones del 2021.

Actividades de Financiación

Al 31 de marzo de 2022, el flujo registró una disminución de CLP 222 millones frente a marzo de 2021, explicado por variaciones menores en pasivos por arrendamiento e intereses pagados.

09 Factores de Riesgo

Los riesgos expuestos a continuación son algunos de los potenciales que enfrenta Cencosud Shopping. Un detalle de estos puede encontrarlos en la Memoria Anual Integrada disponible en la página web de la Compañía:

- **Sobre oferta del mercado inmobiliario:** existe la posibilidad de que en el mercado chileno la oferta de superficies arrendables supere a la demanda, lo que generaría un riesgo de vacancia y una disminución en los precios de arriendo, factores que podrían disminuir los ingresos de Cencosud Shopping S.A. Para mitigar este riesgo, la Compañía procura celebrar contratos de arriendo a largo plazo (entre 5 y 20 años) y con vencimientos separados en el tiempo, lo cual minimiza ese riesgo. La tasa de vacancia actual es de 2,5%. Se ha modificado la naturaleza de los gastos relacionados con el arrendamiento, eliminando el gasto de operación por renta fija generando un gasto financiero. No se reconoce gastos por depreciación. El menor valor asociado al uso del activo forma parte del revalúo neto de la propiedad de inversión.
- **Marco legal y regulatorio:** un cambio en el marco legal y regulatorio vigente podría afectar negativamente los ingresos y/o los costos de Cencosud Shopping S.A. Por ejemplo, un cambio en la normativa y regulación laboral podría cambiar los horarios de funcionamiento de los centros comerciales, lo que podrían afectar los ingresos de la Compañía asociados al nivel de venta de los arrendatarios de estos. Por otro lado, modificaciones a los planes reguladores o interpretaciones diversas de normas de urbanismo o construcción aplicables a un inmueble, podría incidir en el desarrollo, ejecución o puesta en marcha de proyectos inmobiliarios. Asimismo, nuevas regulaciones ambientales podrían imponer restricciones en las operaciones o costos adicionales a la Sociedad, por ejemplo, en materia de evaluaciones ambientales, medidas de mitigación, gestión de residuos y fomento al reciclaje. Respecto de Colombia, ésta ha afrontado más de diez reformas

tributarias en los últimos 20 años; esa inestabilidad del régimen tributario eventualmente podría perjudicar el nivel de inversión y consumo. Para mitigar este riesgo, la gerencia legal vela por el cumplimiento irrestricto de las normativas vigentes en cada uno de los países, encargándose de que la operación se desarrolle en absoluto respeto al marco legal. En este sentido, el apoyo y orientación constante y permanente de esta gerencia a cada unidad de negocio en el desarrollo de sus operaciones específicas resulta fundamental para el desenvolvimiento del negocio.

- **Disturbios económicos y sociales:** la situación sociopolítica de la región podría tener un impacto en las condiciones macroeconómicas, lo que podría originar un impacto adverso en el PIB y en el consumo y, por lo tanto, afectar negativamente las ventas de los arrendatarios. Si el crecimiento se desacelerara en los países en los que opera, esto podría generar una mayor tensión política y protestas. Si estas situaciones se generalizaran, podrían tener un efecto adverso en el negocio. Cencosud Shopping S.A. mitiga estos riesgos contando con cobertura de seguros para daños materiales y el impacto que ellos tengan a su vez en el negocio (lucro cesante). Además, cuenta con seguros de responsabilidad civil por posibles daños que pudieran sufrir terceros.
- **Comercio electrónico:** la venta online ha crecido consistentemente en los últimos años, tanto en Chile como a nivel mundial. Esta tendencia podría disminuir el número de visitas a los centros comerciales y afectar las ventas de los locatarios. Cencosud Shopping S.A. mitiga este riesgo al ofrecer a los consumidores una gama muy variada de actividades en sus centros comerciales, incluyendo restaurantes, cines, áreas de recreación y salud, entre otras. Además, en los últimos meses, se han abierto diversos Dark y Gray Stores de soporte a la venta online de los supermercados Jumbo, Santa Isabel y Spid, además de la Tiendas Departamental Paris. Sumado a lo anterior se ha lanzado la app “mi mall” que viene a fortalecer el vínculo con los clientes generando un mejor experiencia en sus visitas.
- **Pandemias y enfermedades de rápida propagación:** la posibilidad de que algún virus o enfermedad de rápida propagación afecte a la población podría implicar una restricción en los horarios de apertura o cierre de los centros comerciales o limitar su funcionamiento por un periodo de tiempo determinado, lo que podría tener un efecto adverso en los ingresos de Cencosud Shopping S.A. La Compañía mitiga este riesgo mediante la implementación de campañas preventivas, asegurando el abastecimiento de productos especializados de limpieza para zonas de alto contacto y productos de limpieza para las personas. En el caso de Cencosud Shopping, sobre el 50% del GLA es arrendado a supermercados, locales de salud, bancos y tiendas de mejoramiento del hogar (30% si se considera supermercados y locales de salud), los cuales, conforme la experiencia, mantienen su funcionamiento en tiempos críticos. La Compañía, en tiempos críticos, forma un comité de crisis para dar respuesta rápida y coordinar las medidas de mitigación ordenadas por las autoridades y medidas adicionales en resguardo de la salud de los colaboradores, clientes y proveedores.

- Desastres naturales o incendios podrían afectar el negocio y resultados de la operación: la exposición a los desastres naturales en los países en los que opera, como terremotos, erupciones volcánicas y/o inundaciones. En el caso de un desastre natural o incendio, las operaciones podrían verse interrumpidas o limitar su funcionamiento por un periodo de tiempo determinado, o los activos podrían experimentar daños, lo que podría tener un efecto adverso en los ingresos de Cencosud Shopping S.A. La Compañía mitiga este riesgo mediante pólizas de seguro estándar para la industria con cobertura para terremotos e incendios.



• Anexos

Índice Anexo

(Índice navegable)

1. Información Financiera

- 1.1. Estado de Resultados Consolidado
- 1.2. Ingresos y EBITDA Ajustado por activo
- 1.3. Margen EBITDA Ajustado Sin IFRS 16
- 1.4. Detalle Impuesto FFO
- 1.5. Balance Consolidado
- 1.6. Flujo de Caja Consolidado
- 1.7. Costo Deuda Financiera por Emisión

2. Desempeño del Negocio

- 2.1. Indicadores operacionales por activo
- 2.2. GLA por Activo
- 2.3. GLA por Rubro / País
- 2.4. Banco de Terrenos

3. Índices Macroeconómicos

- 3.1. Tipo de Cambio
- 3.2. Inflación
- 3.3. Tasa de Descuento Propiedades de Inversión

4. Glosario e Información de Contacto

- 4.1. Glosario
- 4.2. Información de Contacto

1. Información Financiera

1.1 Estado de Resultados Consolidado

| | 1T22 | 1T21 | Var. (%) |
|---|----------------|---------------|----------------|
| Ingresos | 66.594 | 43.951 | 51,5% |
| Chile | 64.516 | 42.234 | 52,8% |
| Perú | 1.030 | 899 | 14,6% |
| Colombia | 1.048 | 818 | 28,1% |
| Costo de Ventas | -986 | -2.498 | -60,5% |
| Ganancia Bruta | 65.608 | 41.454 | 58,3% |
| Margen Bruto | 98,5% | 94,3% | 420 bps |
| Gasto de Administración y Ventas | -4.859 | -2.210 | 119,9% |
| Otros ingresos, por función | 1.452 | -3.791 | N.A. |
| Otros gastos, por función | -15 | 40 | N.A. |
| Otras ganancias (pérdidas) | -83 | 75 | N.A. |
| Resultado Operacional | 62.104 | 35.568 | 74,6% |
| Costo Financiero Neto | -2.097 | -2.615 | -19,8% |
| Variaciones por diferencias de tipo de cambio | -825 | -94 | 778,6% |
| Resultado por Unidades de Reajuste | -14.179 | -6.253 | 126,7% |
| Resultado No Operacional | -17.100 | -8.963 | 90,8% |
| Resultado antes de impuestos | 45.004 | 26.606 | 69,2% |
| Impuesto a la renta | -5.413 | -3.596 | 50,5% |
| Ganancia (pérdida) | 39.590 | 23.010 | 72,1% |
| EBITDA Ajustado | 60.725 | 39.381 | 54,2% |
| Chile | 59.194 | 38.098 | 55,4% |
| Perú | 963 | 800 | 20,5% |
| Colombia | 567 | 484 | 17,3% |
| Margen EBITDA Ajustado | 91,2% | 89,6% | 158 bps |
| Utilidad | 39.590 | 23.010 | 72,1% |
| Revalorización de activos | 1.452 | -3.791 | N.A. |
| Impuesto diferido | -371 | 1.024 | N.A. |
| Utilidad Neta de Revalorización de activos | 38.509 | 25.776 | 49,4% |

1.2 Ingresos y EBITDA Ajustado por activo

| | Ingresos | | | NOI | | | NOI % | | |
|-----------------------|----------|-------|-------|--------|-------|--------|--------|-------|-------|
| | 1T22 | 1T21 | Δ % | 1T22 | 1T21 | Δ % | 1T22 | 1T21 | Δ bps |
| Costanera Center | 13.610 | 8.185 | 66,3% | 11.456 | 7.061 | 62,2% | 84,2% | 86,3% | -210 |
| Torres de Oficinas | 2.123 | 1.098 | 93,3% | 1.340 | 320 | 318,6% | 63,1% | 29,1% | 3.395 |
| Alto Las Condes | 12.362 | 7.661 | 61,4% | 11.575 | 6.792 | 70,4% | 93,6% | 88,7% | 497 |
| Portal Florida Center | 5.229 | 3.514 | 48,8% | 5.486 | 3.119 | 75,9% | 104,9% | 88,8% | 1.613 |
| Portal La Dehesa | 3.946 | 2.382 | 65,6% | 3.537 | 2.014 | 75,6% | 89,7% | 84,6% | 510 |

| | | | | | | | | | |
|-------------------|---------------|---------------|--------------|---------------|---------------|--------------|--------------|--------------|-------------|
| Portal La Reina | 1.748 | 1.341 | 30,3% | 1.696 | 1.281 | 32,5% | 97,1% | 95,5% | 158 |
| Portal Rancagua | 2.250 | 1.585 | 41,9% | 2.186 | 1.494 | 46,3% | 97,2% | 94,2% | 293 |
| Portal Temuco | 3.188 | 1.422 | 124,2% | 2.987 | 1.439 | 107,5% | 93,7% | 101,2% | -756 |
| Portal Ñuñoa | 1.396 | 645 | 116,3% | 1.426 | 604 | 135,9% | 102,1% | 93,6% | 851 |
| Portal Belloto | 1.373 | 1.117 | 23,0% | 1.392 | 1.114 | 25,0% | 101,4% | 99,8% | 161 |
| Portal Osorno | 1.282 | 662 | 93,6% | 1.188 | 640 | 85,6% | 92,7% | 96,7% | -400 |
| Portal El Llano | 1.702 | 674 | 152,4% | 1.533 | 636 | 141,0% | 90,1% | 94,3% | -425 |
| Power Centers | 14.307 | 11.948 | 19,7% | 13.392 | 11.582 | 15,6% | 93,6% | 96,9% | -334 |
| • Chile | 64.516 | 42.234 | 52,8% | 59.194 | 38.098 | 55,4% | 91,8% | 90,2% | 154 |
| • Perú | 1.030 | 899 | 14,6% | 963 | 800 | 20,5% | 93,5% | 88,9% | 455 |
| • Colombia | 1.048 | 818 | 28,1% | 567 | 484 | 17,3% | 54,2% | 59,1% | -497 |
| TOTAL | 66.594 | 43.951 | 51,5% | 60.725 | 39.381 | 54,2% | 91,2% | 89,6% | 158 |

1.3 Margen EBITDA Ajustado Sin IFRS 16

| | 1T 2022 | | 1T 2021 | |
|--------------------------------|-------------------|--------------|-------------------|--------------|
| | % EBITDA Ajustado | | % EBITDA Ajustado | |
| | sin IFRS16 | con IFRS16 | sin IFRS16 | con IFRS16 |
| Chile | 89,7% | 91,8% | 87,3% | 90,2% |
| Perú | 77,6% | 93,5% | 73,0% | 88,9% |
| Colombia | 54,2% | 54,2% | 59,1% | 59,1% |
| TOTAL % EBITDA Ajustado | 88,9% | 91,2% | 86,4% | 89,6% |

1.4 Detalle Impuesto FFO

| Impuesto a la Renta | 1T 2022 | 1T 2021 |
|---------------------------------------|---------------|---------------|
| Impuesto diferido revaluación activos | -371 | 1.024 |
| Impuesto diferido otros conceptos | 2.910 | -55 |
| Impuesto corriente | -7.952 | -4.565 |
| Total | -5.413 | -3.596 |
| Impuesto diferido total (FFO) | 2.539 | 969 |

1.5 Balance Consolidado

| | mar-22 | dic-21 | Var. (%) |
|--|----------------|----------------|--------------|
| Activos Corrientes | 171.756 | 129.576 | 32,6% |
| Efectivo y Equivalentes al Efectivo | 114.762 | 26.148 | 338,9% |
| Otros activos financieros corrientes | 6.247 | 52.205 | -88,0% |
| Otros Activos No Financieros, Corriente | 930 | 88 | 963,3% |
| Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes | 14.707 | 20.765 | -29,2% |
| Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, Corriente | 8.901 | 9.708 | -8,3% |
| Activos por impuestos corrientes, corrientes | 26.208 | 20.662 | 26,8% |

| Activos No Corrientes | 3.856.479 | 3.843.616 | 0,3% |
|---|------------------|------------------|-------------|
| Otros activos no financieros no corrientes | 5.688 | 5.556 | 2,4% |
| Activos intangibles distintos de la plusvalía | 373 | 438 | -14,8% |
| Propiedades de Inversión | 3.809.397 | 3.794.629 | 0,4% |
| Activos por Impuestos Diferidos | 41.021 | 42.993 | -4,6% |
| TOTAL ACTIVOS | 4.028.236 | 3.973.192 | 1,4% |

| | mar-22 | dic-21 | Var. (%) |
|--|------------------|------------------|-----------------|
| Pasivos Corrientes | 64.920 | 47.745 | 36,0% |
| Otros pasivos financieros corrientes | 3.534 | 2.553 | 38,5% |
| Pasivos por arrendamientos, corrientes | 4.678 | 4.500 | 3,9% |
| Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar | 41.106 | 36.735 | 11,9% |
| Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas, Corriente | 843 | 568 | 48,5% |
| Otras provisiones corrientes | 879 | 563 | 56,3% |
| Pasivos por impuestos corrientes, corrientes | 0 | 6 | -100,0% |
| Provisiones corrientes por beneficios a los empleados | 944 | 1.541 | -38,7% |
| Otros pasivos no financieros corrientes | 12.934 | 1.280 | 910,6% |
| Pasivos No Corrientes | 1.265.903 | 1.257.538 | 0,7% |
| Otros pasivos financieros no corrientes | 607.056 | 593.140 | 2,3% |
| Pasivos por arrendamientos no corrientes | 58.944 | 59.739 | -1,3% |
| Cuentas por Pagar, No Corriente | 0 | 910 | -100,0% |
| Pasivo por impuestos diferidos | 587.520 | 591.855 | -0,7% |
| Otros pasivos no financieros no corrientes | 12.383 | 11.894 | 4,1% |
| TOTAL PASIVOS | 1.330.823 | 1.305.283 | 2,0% |
| Capital Emitido | 707.171 | 707.171 | 0,0% |
| Ganancias (pérdidas) acumuladas | 1.650.815 | 1.622.817 | 1,7% |
| Primas de emisión | 317.986 | 317.986 | 0,0% |
| Otras Reservas | 16.481 | 15.084 | 9,3% |
| Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora | 2.692.453 | 2.663.058 | 1,1% |
| Participaciones no controladoras | 4.960 | 4.851 | 2,3% |
| PATRIMONIO TOTAL | 2.697.413 | 2.667.909 | 1,1% |
| TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO | 4.028.236 | 3.973.192 | 1,4% |

1.6 Flujo de Caja Consolidado

| | mar-22 | mar-21 | Var. (%) |
|--|---------------|---------------|-----------------|
| Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación | | | |
| Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios | 93.099 | 62.628 | 48,7% |
| Otros cobros por actividades de operación | 268 | 599 | -55,3% |
| Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios | -16.665 | -10.679 | 56,1% |
| Pagos a y por cuenta de los empleados | -2.002 | -973 | 105,8% |
| Otros pagos por actividades de operación | -3.343 | -623 | 436,5% |
| Flujos de efectivo procedentes operaciones | 71.358 | 50.953 | 40,0% |

| | | | |
|---|---------------|----------------|--------------|
| Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados) | -13.493 | -11.876 | 13,6% |
| Otras entradas (salidas) de efectivo | 12 | -24 | N.A. |
| Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación | 57.878 | 39.053 | 48,2% |
| Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión | | | |
| Compras de activos intangibles | -8 | -48 | -83,6% |
| Compras de otros activos a largo plazo | -11.527 | -1.859 | 520,2% |
| Intereses recibidos | 10 | 5 | 91,6% |
| Otras entradas (salidas) de efectivo | 46.652 | -35.279 | N.A. |
| Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión | 35.127 | -37.181 | N.A. |
| Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación | | | |
| Pagos de pasivos por arrendamientos | -1.500 | -1.385 | 8,3% |
| Intereses Pagados | -1.487 | -1.380 | 7,7% |
| Otras entradas (salidas) de efectivo | -2 | -2 | 23,0% |
| Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación | -2.989 | -2.768 | 8,0% |
| Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio | 90.015 | -896 | N.A. |
| Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo | -1.400 | 212 | N.A. |
| Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo | 88.615 | -683 | N.A. |
| Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período | 26.148 | 23.411 | 11,7% |
| Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período | 114.762 | 22.727 | 405,0% |

1.7 Costo Deuda Financiera por Emisión

| Deuda Financiera | | |
|-----------------------|--|--------------|
| Post Emisiones | | |
| Deuda Financiera | | Costo UF |
| UF 7 millones | | 1,89% |
| UF 3 millones | | 2,19% |
| UF 3 millones | | 0,65% |
| UF 6 millones | | 1,25% |
| UF 19 millones | | 1,54% |

2. Desempeño del Negocio

2.1 Indicadores operacionales por activo

| | Ocupación ⁹ | | | Visitas | | | Ventas | | |
|-----------------------|------------------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|------------------|----------------|--------------|
| | 1T22 | 1T21 | Δ bps | 1T22 | 1T21 | Δ % | 1T22 | 1T21 | Δ % |
| Costanera Center | 98,9% | 98,5% | 38 | 6.247 | 4.606 | 35,6% | 141.120 | 105.629 | 33,6% |
| Torres de Oficinas | 67,3% | 60,3% | 698 | N.A. | N.A. | N.A. | N.A. | N.A. | N.A. |
| Alto Las Condes | 98,4% | 98,7% | -33 | 3.369 | 2.519 | 33,7% | 109.070 | 88.380 | 23,4% |
| Portal Florida Center | 95,7% | 92,7% | 306 | 3.252 | 2.536 | 28,2% | 62.406 | 50.719 | 23,0% |
| Portal La Dehesa | 98,0% | 98,9% | -92 | 1.447 | 1.334 | 8,5% | 51.388 | 48.735 | 5,4% |
| Portal La Reina | 98,8% | 98,5% | 26 | 1.258 | 1.112 | 13,1% | 39.839 | 38.835 | 2,6% |
| Portal Rancagua | 99,6% | 99,5% | 6 | 1.831 | 1.397 | 31,1% | 46.339 | 40.984 | 13,1% |
| Portal Temuco | 98,5% | 98,9% | -42 | 2.179 | 900 | 142,0% | 51.239 | 24.800 | 106,6% |
| Portal Ñuñoa | 97,8% | 96,2% | 154 | 1.283 | 895 | 43,3% | 25.363 | 20.097 | 26,2% |
| Portal Belloto | 99,3% | 99,7% | -32 | 1.781 | 1.182 | 50,6% | 27.765 | 23.504 | 18,1% |
| Portal Osorno | 97,8% | 97,1% | 67 | 1.363 | 672 | 103,0% | 20.859 | 11.679 | 78,6% |
| Portal El Llano | 96,8% | 91,5% | 537 | 1.269 | 889 | 42,7% | 27.996 | 23.545 | 18,9% |
| Power Centers | 98,9% | 99,7% | -81 | N.A. | N.A. | N.A. | 381.122 | 335.589 | 13,6% |
| • Chile | 98,4% | 98,3% | 10 | 25.278 | 18.044 | 40,1% | 984.506 | 812.495 | 21,2% |
| • Perú | 81,1% | 93,6% | -1.253 | 645 | 580 | 11,2% | 18.660 | 16.756 | 11,4% |
| • Colombia | 95,2% | 94,3% | 91 | N.A. | N.A. | N.A. | 18.530 | 15.508 | 19,5% |
| TOTAL | 97,5% | 97,9% | -36 | 25.923 | 18.624 | 39,2% | 1.021.697 | 844.758 | 20,9% |

2.2 GLA por activo

| Ubicaciones | GLA Terceros | | | GLA Relacionadas | | | GLA Total | | |
|-----------------------|--------------|--------|--------|------------------|--------|-------|-----------|---------|-------|
| | 1T22 | 1T21 | Var% | 1T22 | 1T21 | Var% | 1T22 | 1T21 | Var% |
| Costanera Center | 93.102 | 93.102 | 0,0% | 36.727 | 36.727 | 0,0% | 129.829 | 129.829 | 0,0% |
| Torres de Oficinas | 50.302 | 50.302 | 0,0% | 14.698 | 14.698 | 0,0% | 65.000 | 65.000 | 0,0% |
| Alto Las Condes | 82.429 | 82.417 | 0,0% | 38.798 | 38.798 | 0,0% | 121.227 | 121.215 | 0,0% |
| Portal Florida Center | 66.124 | 66.102 | 0,0% | 57.086 | 57.086 | 0,0% | 123.210 | 123.188 | 0,0% |
| Portal La Dehesa | 32.494 | 32.630 | -0,4% | 33.866 | 34.104 | -0,7% | 66.361 | 66.734 | -0,6% |
| Portal La Reina | 9.263 | 9.045 | 2,4% | 29.153 | 29.153 | 0,0% | 38.416 | 38.198 | 0,6% |
| Portal Rancagua | 7.619 | 7.295 | 4,4% | 36.385 | 36.411 | -0,1% | 44.004 | 43.705 | 0,7% |
| Portal Temuco | 32.618 | 31.670 | 3,0% | 27.698 | 28.101 | -1,4% | 60.316 | 59.771 | 0,9% |
| Portal Ñuñoa | 10.987 | 14.723 | -25,4% | 20.305 | 17.674 | 14,9% | 31.292 | 32.396 | -3,4% |

⁹ La ocupación consolidada de Chile y Total refleja la ocupación de Centros Comerciales, excluyendo los metros cuadrados habilitados de oficinas.

| | | | | | | | | | |
|--------------------------|----------------|----------------|--------------|----------------|----------------|---------------|------------------|------------------|--------------|
| Portal Belloto | 8.891 | 8.818 | 0,8% | 33.327 | 33.596 | -0,8% | 42.218 | 42.414 | -0,5% |
| Portal Osorno | 7.282 | 7.771 | -6,3% | 17.429 | 15.120 | 15,3% | 24.711 | 22.891 | 8,0% |
| Portal El Llano | 6.444 | 6.885 | -6,4% | 16.665 | 16.088 | 3,6% | 23.109 | 22.973 | 0,6% |
| Power Centers | 29.850 | 16.094 | 85,5% | 425.105 | 438.420 | -3,0% | 454.955 | 454.514 | 0,1% |
| Total Chile | 437.406 | 426.854 | 2,5% | 787.242 | 795.974 | -1,1% | 1.224.648 | 1.222.828 | 0,1% |
| Total Perú | 25.471 | 20.279 | 25,6% | 25.084 | 29.794 | -15,8% | 50.555 | 50.073 | 1,0% |
| Total Colombia | 10.292 | 11.367 | -9,5% | 54.493 | 54.493 | 0,0% | 64.785 | 65.860 | -1,6% |
| Cencosud Shopping | 473.169 | 458.500 | 3,2% | 866.819 | 880.261 | -1,5% | 1.339.988 | 1.338.761 | 0,1% |

2.3 GLA por Rubro / País

| Rubro | Al 31 de marzo 2022 | | | |
|-----------------------------|---------------------|---------------|---------------|---------------|
| | Chile | Perú | Colombia | Total |
| Entretenimiento | 5,7% | 19,2% | 4,8% | 6,2% |
| Servicios esenciales | 52,1% | 51,8% | 85,1% | 53,7% |
| Retail | 32,5% | 9,9% | 1,2% | 30,1% |
| Servicios, Oficinas y Hotel | 8,0% | 0,2% | 4,1% | 7,5% |
| Vacante | 1,6% | 18,9% | 4,8% | 2,5% |
| Total | 100,0% | 100,0% | 100,0% | 100,0% |

2.4 Banco de Terrenos

| Ubicación | GLA (m ²) | Valor libro (CLP millones) | |
|--------------------------|-----------------------|----------------------------|----------------|
| | | mar-22 | dic-21 |
| Chile | 663.079 | 121.347 | 121.347 |
| Perú | 16.254 | 37.789 | 30.759 |
| Colombia | 70.792 | 116.519 | 116.530 |
| Cencosud Shopping | 750.125 | 275.656 | 268.637 |

- La Compañía cuenta con 4 terrenos en Chile y 2 terrenos en Perú (incluyendo La Molina que se mantiene en proceso de construcción).
- Estos terrenos se encuentran a valor de mercado, el cual es actualizado mediante tasación una vez al año en el mes de diciembre.
- El valor razonable de las 4 ubicaciones de Colombia (productivas) es determinado por tasación, razón por la cual son incluidas en este recuadro y en el valor de terrenos revelado en la nota 10 Propiedades de Inversión de nuestros Estados Financieros Consolidados.

3. Índices Macroeconómicos

3.1 Tipo de Cambio

| Cierre | Promedio | | | Cierre | Promedio | | |
|---------|----------|--------|-------|---------|----------|--------|-------|
| | 1T22 | 1T21 | Var% | | 1T22 | 1T21 | Var% |
| CLP/USD | 787,98 | 721,82 | 9,2% | CLP/USD | 809,44 | 724,18 | 11,8% |
| CLP/PEN | 214,45 | 192,76 | 11,3% | CLP/PEN | 212,65 | 198,05 | 7,4% |
| CLP/COP | 0,21 | 0,20 | 5,0% | CLP/COP | 0,21 | 0,20 | 3,3% |

3.2. Inflación

| País | 1T22 | 1T21 |
|----------|------|------|
| Chile | 9,4% | 2,9% |
| Perú | 7,5% | 2,9% |
| Colombia | 8,5% | 1,5% |

3.3 Tasa de Descuento Propiedades de Inversión

| País | 1T22 | 1T21 |
|-------|-------------|-------|
| Chile | 4,0% - 6,0% | 4,37% |
| Perú | 4,5% - 6,5% | 4,63% |

4. Glosario e Información de Contacto

4.1 Glosario

- **Banco de Terrenos:** ubicaciones de la compañía correspondiente a terrenos
- **CLP:** peso chileno
- **COP:** peso colombiano
- **Costo Ocupación:** se calcula como la división entre arriendo fijo + arriendo variable + gastos comunes + publicidad sobre las ventas de los locatarios. Dicha cifra se calcula en forma acumulada al cierre de cada trimestre
- **Deuda Financiera Bruta:** otros pasivos financieros corrientes y no corrientes
- **Deuda Financiera Neta:** otros pasivos financieros corrientes y no corrientes – efectivo y equivalente de efectivo – otros activos financieros corrientes
- **EBITDA Ajustado:** resultado operativo – revalorización de activos – amortizaciones (intangibles)
- **EERR:** empresas relacionadas
- **Entretenimiento:** incluye categorías de restaurantes y patios de comidas, cines, gimnasios y juegos
- **FFO (Funds From Operations):** es el flujo de caja proveniente de las operaciones
- **GLA (Gross Leasable Area):** o superficie bruta alquilable, son los metros cuadrados de un espacio destinado al arriendo
- **IFRS16:** o NIIF 16 -en español, norma financiera/contable que regula el tratamiento contable de los

arrendamientos operativos considerándolos como activos y no como gasto operativo

- **LTM (Last Twelve Months):** últimos doce meses
- **Ocupación:** son los metros cuadrados de locales ocupados sobre el total de metros cuadrados de locales disponibles para arriendo
- **NOI (Net Operating Income):** métrica utilizada para medir la rentabilidad de una propiedad, se calcula igual al EBITDA Ajustado
- **PEN:** sol peruano
- **Power Center:** centros comerciales de entre 10.000 m² y 40.000 m² de GLA, cuya oferta está centrada en sus tiendas anclas (no más de dos) y un número reducido de locales comerciales y/o servicios
- **Retail:** incluye categorías de tiendas por departamento y tiendas satélites
- **Servicios:** incluye categorías de lavanderías, peluquerías, agencias de viaje, servicios de pago, entre otras
- **Servicios Esenciales:** incluye categorías de supermercados, centros médicos, farmacias, bancos y mejoramiento del hogar
- **SSR (Same Store Rent):** corresponde al arriendo cobrado a los mismos locatarios en ambos periodos
- **SSS (Same Store Sales):** corresponde a la variación de las ventas de locatarios de las mismas tiendas en ambos periodos, por lo que no considera nuevas aperturas
- **UF:** Unidad de Fomento, es la unidad de cuenta en Chile reajutable por inflación.

4.2 Información de Contacto

Marisol Fernández (marisoledad.fernandez@cencosud.cl)
Gerente Relación con Inversionistas y Sostenibilidad

Mafalda Torres (mafalda.torres@cencosud.cl)
Subgerente Relación con Inversionistas

Andrés Guarda (andres.guardamadriaza@cencosud.cl)
Analista Relación con Inversionistas

Website: <https://www.cencosudshoppingcenters.com/>