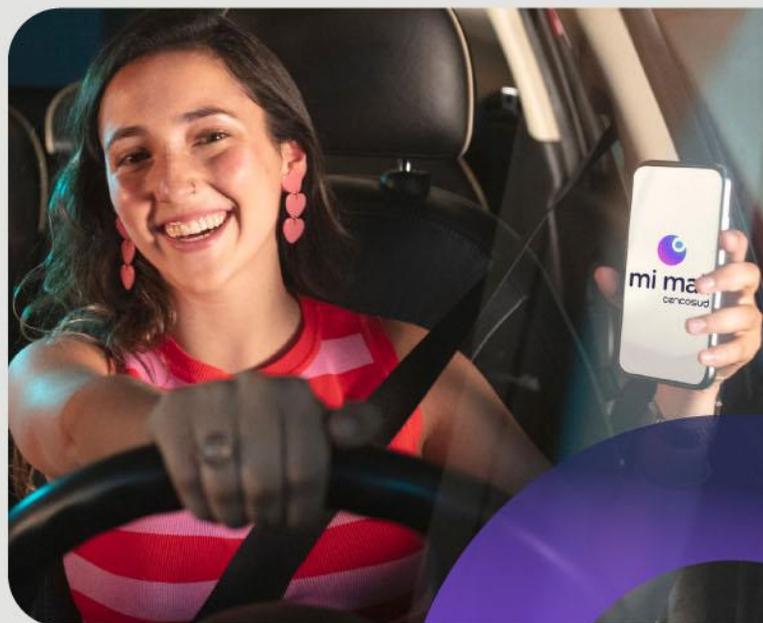




Shopping  
Centers  
cencosud



# Reporte de Resultados

Primer trimestre 2023

# 1. Destacados del Período

## 1.1 Resumen Ejecutivo

Los **ingresos** de la Compañía se **incrementaron 13,6%** frente al 1T22, producto, entre otros factores, por el aumento de 79 bps en el ratio de ocupación consolidado y mejor desempeño de negocios asociados al mayor flujo de visitas, como Sky Costanera y *Parking*. En efecto, la recuperación del turismo, principalmente en Chile, contribuyó a un aumento de las visitas en 5,7% a/a a nivel consolidado, siendo el Centro Comercial Costanera Center el que reporta mayor incremento (+530.000

visitas frente a 1T22). Asimismo, los locatarios de categorías impactadas durante la pandemia del COVID-19, tales como *food court*, restaurantes y entretenimiento, reflejaron una recuperación sostenida en venta a/a, confirmando el regreso de los clientes a los Centros Comerciales.

**+13,6%**  
Ingresos

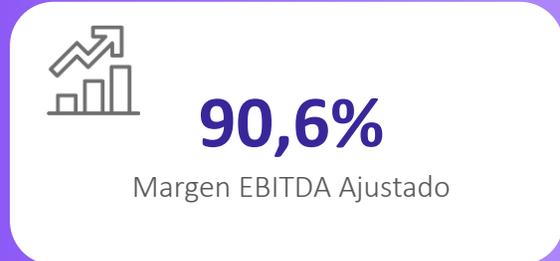
**+16,0%**

Aumento de  
FFO a/a

En tanto, el **EBITDA Ajustado** de la Compañía registró un aumento de **12,8%** ante el mismo trimestre de 2022, junto a un Margen EBITDA de 90,6%, como resultado de los mayores ingresos, la actualización en las condiciones de los nuevos contratos con mejores condiciones. Además, el resultado se explica por eficiencias en gastos a pesar del aumento de los salarios, explicado por las presiones inflacionarias. Asimismo, la Utilidad Líquida Distribuible del trimestre alcanzó a CLP 44.244 millones, un +15,1% de incremento a/a.

Durante 2023, el negocio ha demostrado fortaleza, no solo a través de su crecimiento en ingresos y rentabilidad, sino que también a través de métricas no financieras. La duración promedio de los contratos es cercana los 12 años, reflejando la estabilidad y el atractivo de los centros comerciales de la Compañía hacia los locatarios en el largo plazo. La Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado de sólo 2,0x a marzo de 2023 y el Flujo neto generado en el período (FFO) que creció un 16,0% a/a, demuestran la solidez financiera y capacidad de crecimiento futuro de la Compañía.

## 1.2 Principales Indicadores



## 1.3 Principales Cifras

CLP millones	1T23	1T22	Δ %
Ingresos	75.632	66.594	13,6%
EBITDA Ajustado (NOI)	68.516	60.725	12,8%
% EBITDA Ajustado (NOI)	90,6%	91,2%	-60 bps
FFO	58.689	50.602	16,0%
Utilidad Liquida Distribuible	44.244	38.453	15,1%
GLA (m <sup>2</sup> )	1.338.626	1.339.988	-0,1%
Tasa de Ocupación (%)	98,3%	97,5%	79 bps
Visitas (miles)	27.408	25.923	5,7%
Venta locatarios (CLP millones)	1.016.256	1.021.697	-0,5%

## 2. Mensaje del CEO

Hemos comenzado el 2023 con mucho entusiasmo, con resultados e indicadores que reflejan la fortaleza y liderazgo de Cencosud Shopping dentro de la industria. Los incrementos de 13,6% en ingresos y 12,8% en EBITDA Ajustado, sumado a un Margen EBITDA por sobre el 90%, son una clara demostración de cómo la Compañía ha logrado crecer de forma saludable y rentable, incluso dentro de un contexto macroeconómico desafiante para la mayoría de los negocios en Latinoamérica. El negocio ha continuado en una dinámica normalizada post pandemia, reflejado, entre otros indicadores, en la duración promedio de los contratos durante el trimestre (11,8 años) y en el FFO (+16,0% a/a). Por su parte, cerca del 73% del GLA reporta vencimientos por sobre los 5 años.

Por otra parte, me gustaría destacar que los esfuerzos realizados para crear valor hacia nuestros *stakeholders* han rendido sus frutos. Durante el trimestre, 27,4 millones de clientes han visitado los centros comerciales de Cencoshopp (+5,7% vs 1T22), mientras que nuestros locatarios han demandado más metros cuadrados para desarrollar sus negocios en las principales ubicaciones de la Compañía (98,3% de ocupación, +79 bps a/a), disponiendo de GLA en los centros comerciales más icónicos y de mayor calidad en el mercado.



En relación a nuestro entorno social y medioambiental, seguimos con mucha fuerza impulsando iniciativas en los ámbitos ASG (Ambiental, Social y de Gobernanza). Durante el trimestre, todos los centros comerciales de Cencosud Shopping se adhirieron voluntariamente a la hora del planeta, iniciativa impulsada por WWF (Fondo Mundial para la Naturaleza). Además, impulsamos la campaña #SintamosMásAlto en el Mall Alto Las Condes, orientada a generar espacios que pueden promover y visibilizar la evolución de la mujer, empoderándolas en el contexto del mes de la mujer. Por otra parte, Costanera Center tuvo una protagónica participación como

Presentador Oficial en el Festival *Lollapalooza* con 4 stands que contaban con paneles solares, abasteciendo más del 80% de la energía a través de ERNC. La mayoría de los stands fueron fabricados con materiales reciclados -con más de 200 Tetrapak- y zonas de descanso confeccionadas a partir de caucho reciclado. Estas iniciativas desarrolladas nos llenan de orgullo y motivan a continuar impulsando el negocio de forma equilibrada y en armonía con los intereses de nuestros clientes, accionistas y comunidad en general.

Para finalizar, me complace destacar el importante Plan de Crecimiento dado a conocer recientemente, el cual contempla sumar más de 330.000 m<sup>2</sup> arrendables, incrementando en un 25% nuestro GLA y agregando más de 1.000 nuevos locales comerciales, dentro de los próximos años. Este Plan, que estima una inversión en torno a los US\$ 500 millones, nos permitirá seguir fortaleciendo y consolidando nuestro

liderazgo a nivel regional, ofreciendo la mejor propuesta, oportunidades de desarrollo y experiencia tanto para nuestros locatarios y emprendedores, como para nuestros clientes. Estimamos completar este plan de inversiones dentro de un horizonte de 5 años y contamos con una sólida posición financiera y de generación de caja para afrontarlo junto con la distribución de dividendos anuales.

Esta estrategia de crecimiento demuestra el compromiso total de la Compañía con la creación de valor, innovación y adaptación a las nuevas tendencias, a su vez que genera oportunidades de desarrollo y experiencia tanto para nuestros locatarios, emprendedores y clientes.

**Rodrigo Larraín**  
Gerente General



## 3. Destacados 1T23

### 3.1 Hitos del Trimestre

**1er aniversario app "Mi Mall":** Durante el primer trimestre del año la app "Mi Mall" cumplió 1 año. En este primer año, destacan las funcionalidades de *Autoscan* y *Autopass* para los estacionamientos, descuentos y cupones para usuarios de la app. Además, se incorporó un módulo de medición de Satisfacción de Clientes, entre muchas otras funcionalidades. A la fecha "Mi Mall" registra más de 385.000 descargas y más de 46.000 patentes registradas.

**Inauguración de la 1ra etapa del Office Flex en Florida Center:** Cencosud Shopping ha anunciado la inauguración de la primera etapa del Office Flex Florida Center, proyecto que cuenta con 780 m<sup>2</sup> de espacio disponible para arriendo, y que busca ofrecer una alternativa flexible y de calidad para clientes corporativos.



### 3.2 Plan de Crecimiento anunciado en Junta Ordinaria de Accionistas:

- Plan de Crecimiento que contempla sumar más de 330.000 m<sup>2</sup> arrendables, incrementando en un 25% nuestro GLA y agregando más de 1.000 nuevos locales comerciales, dentro de los próximos años. Este Plan, que estima una inversión en torno a los US\$ 500 millones, permitirá a la Compañía seguir fortaleciendo y consolidando el liderazgo a nivel regional ofreciendo la mejor propuesta, oportunidades de desarrollo y experiencia.
- Durante este año 2023 se incorporarán más de 30.000 m<sup>2</sup> adicionales de GLA a través de ampliaciones y habilitación de nuevos espacios en Costanera Center, Portal Temuco y Portal Osorno en Chile, y Portal Altos del Prado en Barranquilla, Colombia.
- Nueva inversión para remodelar y ampliar el centro comercial Limonar en Cali, Colombia, permitiendo comercializar 20.000 m<sup>2</sup> de GLA y generar una nueva terraza gastronómica y de entretención al aire libre para el centro comercial.
- Centro comercial actualmente en construcción, en el distrito de La Molina de Lima, Perú, que contempla en torno a 40.000 m<sup>2</sup> de GLA, con 140 locales en 4 niveles, incluyendo un renovado supermercado Wong, cines, entretención,

restaurantes en terraza, servicios y marcas líderes. El proyecto ya cuenta con sobre el 50% de su GLA arrendado.

- Nuevo centro comercial de uso mixto de gran escala en el distrito San Juan de Lurigancho, en Lima, Perú, en una zona de alta densidad, con conexión directa a estación de metro Los Jardines. Tendrá siete niveles, 107.000 m<sup>2</sup> de GLA, 345 locales, 4 tiendas ancla, restaurantes en terraza superior, patio de comidas, cines, entretenimiento, centro médico, entre otros atractivos.
- Nuevo centro comercial en Vitacura, Santiago, en el sector La Pirámide junto a la Costanera Norte y Vespucio. Será un Centro Comercial moderno, al aire libre y en armonía con su entorno, enfocado en la vida en familia, el deporte, la entretenimiento, tiempo libre y cultura. Contará con 2 niveles, 75.000 m<sup>2</sup> de GLA, 130 locales, un hipermercado Jumbo y 2 tiendas ancla, además de cines, teatro, restaurantes, centro médico y una laguna central.
- Ampliación del centro comercial Portal Rancagua, para llevarlo desde 43.700 m<sup>2</sup> a 78.000 m<sup>2</sup> de GLA, con 140 tiendas en 2 niveles, con 4 tiendas ancla, patio de comidas, cines y entretenimiento.
- Ampliación y remodelación de Florida Center, que cuenta con un gran potencial de desarrollo de usos mixtos en una zona de alto crecimiento y densidad poblacional, con conexión directa a transporte público y carreteras urbanas. Actualmente se está en la etapa inicial de desarrollo y para la primera fase contemplamos incorporar 23.000 m<sup>2</sup> de GLA llevándolo a 146.000 m<sup>2</sup>, con 30 nuevas tiendas y un sector gastronómico con 15 nuevos restaurantes al aire libre, además de un teatro y el más moderno centro de espectáculos.

### 3.3 Avances en Sostenibilidad

**Generar Conciencia Medioambiental:** El 100% de los centros comerciales de Cencosud Shopping en Chile se sumaron a "La Hora del Planeta", una acción voluntaria contra el cambio climático a nivel global, promovida por el Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF). La acción significó apagar las luces decorativas de fachada y logos de marcas, con el fin de reafirmar el compromiso de las iniciativas estratégicas de sostenibilidad, como es el caso de aumentar el uso de electricidad proveniente de Energías Renovables No Convencionales (ERNC).

**Marketing Responsable Ambiental:** Costanera Center participó en el Festival Lollapalooza con 4 stands que contaban con paneles solares, abasteciendo más del 80% de la energía a través de ERNC. La mayoría de los stands fueron fabricados con materiales reciclados -con más de 200 Tetrapak- y zonas de descanso generadas a partir de caucho reciclado.



Además, junto a la Fundación Reforestemos se impulsó una iniciativa orientada a aportar, en conjunto a los participantes de *Lollapalooza* con más de 2.000 árboles nativos en la zona Sur de Chile, contribuyendo a la generación de conciencia medioambiental.

**Biblioteca Libre:** Programa que buscó promover e incentivar la lectura a través de diferentes actividades en distintos centros comerciales de Chile. Participaron 3.600 asistentes y se intercambiaron más de 7.000 libros de manera 100% gratuita.

**Mes de la Mujer Alto Las Condes:** En marzo se llevó a cabo la campaña #SintamosMásAlto, orientada a generar espacios que puedan promover y visibilizar la evolución de la mujer. Durante este mes, se generaron distintas actividades en el mall que permitieron celebrar la evolución de la mujer, entre ellas, el contar con música en vivo que promovía y visibilizaba a distintas mujeres artistas chilenas, cerrando el mes de la mujer con la participación de Francisca Valenzuela, actividad completamente gratuita y con alta participación.



## 4. Resumen Financiero

### 4.1 Estado de Resultados Consolidado

<i>CLP millones</i>	1T23	1T22	Var. (%)
Ingresos	75.632	66.594	13,6%
Ganancia Bruta	73.120	65.608	11,4%
Margen Bruto	96,7%	98,5%	-184 bps
Gasto de Administración y Ventas	-4.758	-4.859	-2,1%
Resultado Operacional	53.657	62.104	-13,6%
Resultado No Operacional	-12.197	-17.100	-28,7%
Impuesto a la renta	-8.039	-5.413	48,5%
Utilidad	33.422	39.590	-15,6%
Utilidad Neta de Revalorización de activos	44.049	38.509	14,4%
EBITDA Ajustado	68.516	60.725	12,8%
Margen EBITDA	90,6%	91,2%	-60 bps

## Chile

Los **ingresos** aumentaron 13,9% frente al 1T22 como resultado del alza de los ingresos provenientes de arriendo fijo, el aumento en tráfico -tanto en los Centros Comerciales como del Mirador Sky Costanera- producto del aumento del turismo y eventos corporativos. A lo anterior se suman los mayores ingresos de estacionamientos dado el aumento de visitas a los centros comerciales. Las ventas de los locatarios disminuyeron 0,4%, explicado principalmente por la caída en venta de tiendas ancla.



El **EBITDA Ajustado** aumentó 13,2% a/a, producto del aumento de la inflación y la renovación de contratos más eficiente y con mejores condiciones comerciales. Además de las eficiencias en gastos, a pesar de las presiones inflacionarias, sumado a los salarios.

## Perú



Los **ingresos** aumentaron 22,7% tanto en moneda local como en pesos chilenos, producto del incremento de 10,6% en visitas a/a, facilitado por la disminución de las restricciones asociadas a la pandemia del COVID-19 aún presentes en 1T22. A lo anterior se suma el aumento en 1.370 bps de la ocupación frente al mismo período del año anterior como consecuencia del arriendo del espacio liberado por Paris en el mall Arequipa Center.

El **EBITDA Ajustado**, por su parte, creció 10,4% en pesos chilenos y 10,5% en soles peruanos reflejando la dilución de gastos a/a, parcialmente contrarrestado por una leve compresión de margen bruto frente a 1T22.

## Colombia

Los **ingresos** del 1T23 aumentaron 5,5% en moneda local y disminuyeron 13,0% en CLP frente al 1T22. Lo anterior se explica principalmente por la apertura del centro comercial Altos del Prado y la incorporación de un área de diversiones en Limonar.



El **EBITDA Ajustado**, por otra parte, disminuyó 3,2% en COP y 20,2% en CLP como consecuencia de una compresión de margen bruto a/a, luego del aumento en costos asociados a la apertura de Altos del Prado y mayores gastos asociados a estacionamientos, entre otros.

## 4.2 Conciliación NOI y FFO



CLP millones	1T23	1T22	Δ %
<b>Ingresos</b>	<b>75.632</b>	<b>66.594</b>	<b>13,6%</b>
(+) Costo de Venta	-2.512	-986	154,9%
(+) GAV	-4.758	-4.859	-2,1%
(+) Otros Gastos de Admin.	116	-98	N.A.
(+) Depreciación y Amortización	37	73	-49,7%
<b>EBITDA Ajustado (NOI)</b>	<b>68.516</b>	<b>60.725</b>	<b>12,8%</b>

CLP millones	1T23	1T22	Δ %
<b>Utilidad</b>	<b>33.422</b>	<b>39.590</b>	<b>-15,6%</b>
(-) Otros Ingresos	-14.821	1.452	N.A.
(-) Unidades de Reajuste	-9.002	-14.179	-36,5%
(-) Diferencias de T. Cambio	-2.615	-825	217,0%
(-) Impuesto a la renta <sup>1</sup>	1.170	2.539	-53,9%
<b>FFO</b>	<b>58.689</b>	<b>50.602</b>	<b>16,0%</b>

**Funds From Operations (FFO):** Durante el trimestre se registró un aumento de 16,0% en el FFO, llegando a CLP 58.689 millones. Este crecimiento a/a refleja la mejora en el flujo de las operaciones a pesar de la caída en Utilidad Neta del período, la cual se explica en gran medida por el efecto negativo de la revaluación de activos.

## 5. Desempeño del Negocio

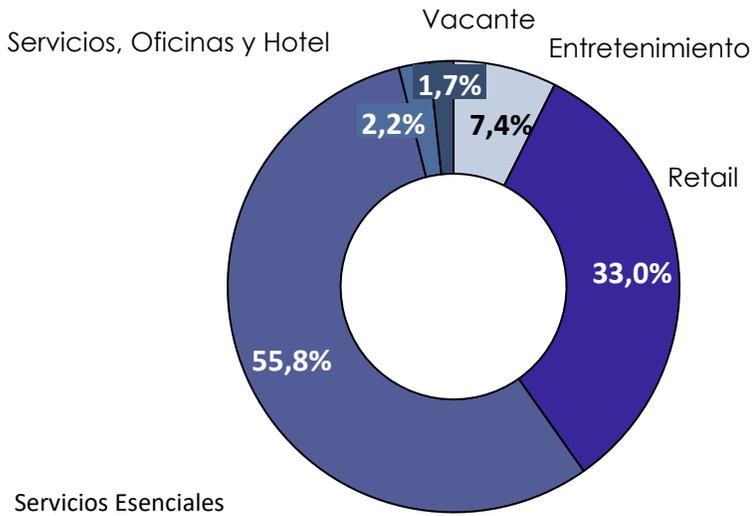
### 5.1 GLA (Gross Leasable Area) <sup>2</sup>



<sup>1</sup> El detalle de cálculo del impuesto a la renta mencionado se encuentra en el anexo de este reporte.

<sup>2</sup> El total de GLA decreció 7.686 m<sup>2</sup> entre 4T22 y 1T23 producto de la reasignación y adecuación de espacios para futuros proyectos.

## 5.2 GLA por Rubro



## 5.3 Participación de Ingresos – Terceros & Relacionadas

Ingresos	1T23		1T22	
	Terceros	EERR	Terceros	EERR
• Chile	65,7%	34,3%	62,7%	37,3%
• Perú	57,4%	42,6%	53,2%	46,8%
• Colombia	26,7%	73,3%	28,0%	72,0%
<b>TOTAL</b>	<b>65,1%</b>	<b>34,9%</b>	<b>62,0%</b>	<b>38,0%</b>

## 5.4 Distribución por tipo de Ingresos

Los ingresos provenientes de arriendo fijo continúan aumentando su participación dentro del total de ingresos, al representar un 78,7% del total, mientras que el arriendo variable disminuyó su participación de un 12,7% en 1T22 a un 10,1%, reflejando los menores niveles de consumo durante 2023.



## 5.5 Duración de los contratos (en años)

GLA	Menor a 5	Mayor a 5
Chile	27,1%	72,9%
Perú	36,4%	63,6%
Colombia	21,7%	78,3%
<b>Total</b>	<b>27,1%</b>	<b>72,9%</b>

Al 31 de marzo de 2023, la duración promedio de los contratos de arriendo vigentes, según GLA, fue de 11,8 años.

## 5.6 Desempeño por activo

	Ingresos (CLP MM)			NOI (CLP MM)			NOI %		
	1T23	1T22	Δ %	1T23	1T22	Δ %	1T23	1T22	Δ bps
• Chile	73.457	64.516	13,9%	66.999	59.194	13,2%	91,2%	91,8%	-54
• Perú	1.264	1.030	22,7%	1.064	963	10,4%	84,2%	93,5%	-934
• Colombia	911	1.048	-13,0%	453	567	-20,2%	49,7%	54,2%	-449
<b>TOTAL</b>	<b>75.632</b>	<b>66.594</b>	<b>13,6%</b>	<b>68.515</b>	<b>60.725</b>	<b>12,8%</b>	<b>90,6%</b>	<b>91,2%</b>	<b>-60</b>

La Compañía demuestra solidez en sus resultados al reportar crecimiento de doble dígito tanto en ingresos como en EBITDA Ajustado. Lo anterior se explica por el aumento en visitas, recuperación de la ocupación y la mayor captura de valor económico al indexar contratos a inflación en Chile.

Margen NOI  
**90,6%**

A su vez, destaca la alta rentabilidad (90,6% de margen EBITDA Ajustado) lograda por la Compañía, considerando el aumento en gastos asociados a inflación, tales como energía y seguridad, además del incremento en salarios.

	Ocupación <sup>3</sup>			Visitas (miles)			Ventas (CLP MM)		
	1T23	1T22	Δ bps	1T23	1T22	Δ %	1T23	1T22	Δ %
• Chile	98,9%	98,4%	54	26.694	25.278	5,6%	980.681	984.506	-0,4%
• Perú	94,8%	81,1%	1.370	714	645	10,6%	20.045	18.660	7,4%
• Colombia	90,3%	95,2%	-490	N.A.	N.A.	N.A.	15.530	18.530	-16,2%
<b>TOTAL</b>	<b>98,3%</b>	<b>97,5%</b>	<b>79</b>	<b>27.408</b>	<b>25.923</b>	<b>5,7%</b>	<b>1.016.256</b>	<b>1.021.697</b>	<b>-0,5%</b>

Al 1T23, la **tasa de ocupación** consolidada aumentó 79 bps explicado principalmente por la expansión de 1.370 bps en la tasa de ocupación de Perú producto de nuevos metros cuadrados arrendados en Arequipa Center. Asimismo, destaca la estabilidad en la ocupación, al reportar tasas por sobre el 90% en los 3 países donde la Compañía está presente. Tanto Perú como Chile reportan aumentos en la ocupación, mientras que en Colombia la reducción se explica por los metros cuadrados que serán intervenidos para remodelación de espacios.

**27,4 millones**  
de visitas (+5,7% vs  
1T22)

Las **visitas**, por su parte, aumentaron 5,7% frente al 1T22, producto de una recuperación del turismo, impactando principalmente al centro comercial Costanera Center, en Chile, el cual registra un aumento de 530.000 visitas en comparación con el mismo período de 2022. En Perú, las visitas aumentaron 10,6% a/a como consecuencia del término de las restricciones a la movilidad, que aún estaban presentes durante 2022.

La **venta de los locatarios** reportó una leve caída de 0,5% a/a, explicado principalmente por la disminución del consumo a nivel general, parcialmente compensado por la recuperación en ventas de locatarios previamente impactados por la pandemia del COVID-19, tales como cines, entretenimiento y restaurantes.

<sup>3</sup> La ocupación consolidada de Chile y Total refleja la ocupación de Centros Comerciales, excluyendo los metros cuadrados habilitados de oficinas.

## 5.7 Datos Operacionales

SSS	1T22	2T22	3T22	4T22	1T23
• Chile	10,0%	9,9%	-14,8%	-1,6%	-12,1%
• Perú	7,1%	13,8%	0,3%	4,4%	2,5%
• Colombia	17,3%	22,2%	4,9%	-0,3%	-3,1%

El **SSS** de los tres países refleja una alta base de comparación y una desaceleración en el consumo a nivel general.

SSR	1T22	2T22	3T22	4T22	1T23
• Chile	51,0%	36,0%	4,2%	-5,9%	-4,5%
• Perú	28,2%	30,0%	19,3%	8,5%	8,2%
• Colombia	18,4%	7,5%	-3,3%	-18,9%	22,9%

El **SSR** disminuye en Chile, explicado por la alta base de comparación frente al 1T22 en términos de consumo, lo que impacta los ingresos variables de la Compañía. Cabe destacar que en Chile la métrica es medida en UF, por lo que no considera efecto inflación, a diferencia de Colombia y Perú. En el caso de Colombia, el crecimiento a/a se explica por la mayor tasa de inflación, sumado a la reducción de descuentos otorgados a locatarios en 1T22.

Costo Ocupación	1T22	2T22	3T22	4T22	1T23
• Chile	6,8%	7,3%	7,8%	8,0%	8,3%
• Perú	7,0%	6,9%	7,0%	6,4%	6,4%
• Colombia	5,9%	5,9%	5,8%	5,8%	5,6%

El **costo de ocupación** en Chile de 8,3% se explica por los menores beneficios otorgados a los locatarios y un menor nivel de consumo. Tanto en Perú como en Colombia el costo de ocupación se ha mantenido relativamente estable en los últimos trimestres.



## 6. Balance Consolidado

CLP MILLONES	mar-23	dic-22	Var. (%)
Activos Corrientes	186.691	148.859	25,4%
Activos No Corrientes	3.884.984	3.911.118	-0,7%
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>4.071.675</b>	<b>4.059.976</b>	<b>0,3%</b>
Pasivos Corrientes	73.820	70.365	4,9%
Pasivos No Corrientes	1.307.250	1.305.036	0,2%
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>1.381.070</b>	<b>1.375.401</b>	<b>0,4%</b>
Patrimonio propietario de la controladora	2.686.113	2.679.609	0,2%
Participaciones no controladoras	4.492	4.967	-9,6%
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>2.690.605</b>	<b>2.684.576</b>	<b>0,2%</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>4.071.675</b>	<b>4.059.976</b>	<b>0,3%</b>

### Activos

Al 31 de marzo de 2023 el total de **Activos** fue de CLP 4.071.675 millones, representando un aumento de CLP 11.699 millones respecto a diciembre 2022, explicado por un crecimiento de CLP 37.832 millones de los **Activos Corrientes**, parcialmente compensado por una disminución de CLP 26.134 millones de los **Activos No Corrientes**.

El aumento frente a diciembre de 2022 de los **Activos Corrientes** refleja el incremento de CLP 91.584 millones en *Efectivo y Equivalentes al Efectivo*, producto de la estacionalidad del negocio.

Respecto a los **Activos No Corrientes**, la disminución frente a diciembre de 2022 se debe a una disminución de CLP 21.484 millones en *Propiedades de inversión* debido a su revalorización negativa.

### Pasivos

Al 31 de marzo de 2023, el **Total de Pasivos** aumentó CLP 5.670 millones respecto a diciembre de 2022 dado un aumento tanto de los **Pasivos Corrientes** por CLP 3.455 millones, como de los **Pasivos No Corrientes** por CLP 2.214 millones.

El crecimiento en **Pasivos Corrientes** refleja un aumento en *Otros pasivos no financieros corrientes*, en CLP 13.395 millones, y por otro lado una disminución en *Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar*, en CLP 6.226 millones, producto de la estacionalidad del negocio.

El incremento en **Pasivos No Corrientes** se explica principalmente por el incremento de *Otros Pasivos financieros no corrientes* por CLP 8.758 millones dado el alza de la UF, impactando la deuda de la Compañía.

## Patrimonio

El **Patrimonio** total a marzo 2023 se incrementó en CLP 6.029 millones respecto a diciembre 2022 debido al aumento de *Ganancias acumuladas* en CLP 20.344 millones respaldado por el buen desempeño de la Compañía en el trimestre. Lo anterior fue parcialmente compensado por una disminución de *Otras reservas*.

## 7. Estructura de Capital

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

La deuda financiera bruta de la Compañía aumentó CLP 9.766 millones respecto a diciembre 2022, producto del incremento de la UF, repercutiendo en un aumento del valor de la deuda financiera de la Compañía. El aumento de caja en CLP 52.156 millones frente a diciembre de 2022 responde a la estacionalidad del negocio, al aumentar la recaudación durante el último trimestre del año, desde diciembre 2022. Mientras que la diferencia frente a marzo de 2022 se explica por una mayor capacidad generadora de caja de la Compañía.

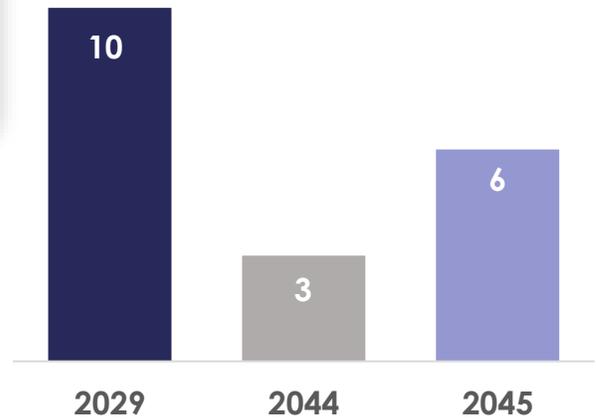
A marzo de 2023, el *leverage* neto fue de 2,0x, una mejora frente a 2,2x de diciembre de 2022, explicado por un mayor EBITDA Ajustado, además del incremento de la Caja de la Compañía. La duración de la deuda era de 11,5 años y el costo promedio de la deuda es de 1,54%<sup>4</sup>.

Al 31 de marzo de 2023, 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).

<sup>4</sup> 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.



**Perfil Amortizaciones**  
(UF millones)



## 7.1 Ratios Financieros

(VECES)	mar-23	dic-22	mar-22
Total Pasivos / Patrimonio	0,51	0,51	0,49
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	2,53	2,12	2,65
Total Pasivos / Total Activos	0,34	0,34	0,33
Utilidad / Total Activo	0,04	0,04	0,05
Utilidad / Total Patrimonio	0,07	0,07	0,07

## 7.2 Costo Deuda Financiera



## 8. Flujo de Efectivo

CLP MILLONES	mar-23	mar-22	Var. (%)
Flujos de efectivo actividades de operación	72.997	57.878	26,1%
Flujos de efectivo actividades de inversión	23.908	35.127	-31,9%
Flujos de efectivo actividades de financiación	-3.336	-2.989	11,6%
<b>Incremento (disminución) antes del efecto de tasa de cambio</b>	<b>93.568</b>	<b>90.015</b>	<b>3,9%</b>

Las variaciones del **flujo de efectivo** generado al 31 de marzo 2023 respecto al mismo período del año anterior se explican a continuación.

### Actividades de Operación

Durante 1T23 el flujo registró un aumento de CLP 15.119 millones frente al 1T22. Esto se explica por los mayores *Cobros procedentes de la prestación de servicios* por CLP 10.874 millones, explicado por un aumento en la recaudación de ingresos por arriendo fijo. Lo anterior se compensa parcialmente por el aumento de CLP 4.669 millones en *Otros pagos por actividades de operación* producto de la normalización del desarrollo del negocio post-pandemia del COVID-19.

### Actividades de Inversión

El flujo procedente de actividades de inversión disminuyó CLP 11.219 millones respecto a marzo 2022 producto de una disminución de CLP 8.879 millones de *Otras entradas (salidas) de efectivo*. Asimismo, se registró un aumento *Compras de otros activos a largo plazo* por CLP 4.130 millones producto de inversiones asociadas a futuros proyectos de la Compañía. Por su parte, el Capex del período fue de CLP 15.799 millones.

### Actividades de Financiación

Al 31 de marzo de 2023, el flujo registró una disminución de CLP 347 millones frente a marzo 2022. Esto se explica por disminuciones tanto en *Pagos de pasivos por arrendamiento* como de *Intereses pagados*, por CLP 160 millones y CLP 187 millones, respectivamente.

## 9. Factores de Riesgo

Los riesgos expuestos a continuación son algunos de los potenciales que enfrenta Cencosud Shopping. Algunos detalles de estos pueden ser encontrados en la Memoria Anual Integrada disponible en la página web de la Compañía: <https://www.cencosudshoppingcenters.com/>:

- 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 1,7%. 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 Tienda Departamental Paris. Sumado a lo anterior se ha lanzado la app “mi mall” que viene a fortalecer el vínculo con los clientes generando una 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, 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.



# Anexo resultados

# Índice Anexo

## **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](#)
- [3.1. GLA por Rubro / País](#)
- [2.3. Banco de Terrenos](#)

## **3. Índices Macroeconómicos**

- [3.2. Tipo de Cambio](#)
- [3.3. Inflación](#)
- [3.4. Tasa de Descuento Propiedades de Inversión](#)

## **4. Glosario e Información de Contacto**

- [4.1. Glosario](#)
- [4.2. Información de Contacto](#)

## Información Financiera

### 1.1 Estado de Resultados Consolidado

	1T23	1T22	Var. (%)
Ingresos	75.632	66.594	13,6%
Chile	73.457	64.516	13,9%
Perú	1.264	1.030	22,7%
Colombia	911	1.048	-13,0%
Costo de Ventas	-2.512	-986	154,9%
Ganancia Bruta	73.120	65.608	11,4%
Margen Bruto	96,7%	98,5%	-184 bps
Gasto de Administración y Ventas	-4.758	-4.859	-2,1%
Otros ingresos, por función	-14.821	1.452	N.A.
Otros gastos, por función	19	-15	-224,1%
Otras ganancias (pérdidas)	97	-83	-217,6%
Resultado Operacional	53.657	62.104	-13,6%
Costo Financiero Neto	-581	-2.097	-72,3%
Variaciones por diferencias de tipo de cambio	-2.615	-825	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	-9.002	-14.179	-36,5%
Resultado No Operacional	-12.197	-17.100	-28,7%
Resultado antes de impuestos	41.461	45.004	-7,9%
Impuesto a la renta	-8.039	-5.413	48,5%
Ganancia (pérdida)	33.422	39.590	-15,6%
EBITDA Ajustado	68.516	60.725	12,8%
Chile	66.999	59.194	13,2%
Perú	1.064	963	10,4%
Colombia	453	567	-20,2%
Margen EBITDA	90,6%	91,2%	-60 bps
Utilidad	33.422	39.590	-15,6%
Revalorización de activos	-14.821	1.452	N.A.
Impuesto diferido	4.194	-371	N.A.
Utilidad Neta de Revalorización de activos	44.049	38.509	14,4%
<b>RESULTADO NO OPERACIONAL</b>	<b>1T23</b>	<b>1T22</b>	<b>Var. (%)</b>
Costo Financiero Neto	-581	-2.097	-72,3%
Diferencias de tipo de cambio	-2.615	-825	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	-9.002	-14.179	-36,5%
Resultado No Operacional	-12.197	-17.100	-28,7%
Utilidad x Acción	19,7	23,2	

## 1.2 Ingresos y EBITDA Ajustado por activo

	Ingresos			NOI			NOI %		
	1T23	1T22	Δ %	1T23	1T22	Δ %	1T23	1T22	Δ bps
Costanera Center	17.020	13.610	25,1%	14.797	11.456	29,2%	86,9%	84,2%	276
Torres de Oficinas	2.732	2.123	28,7%	2.375	1.340	77,3%	86,9%	63,1%	2.386
Alto Las Condes	13.070	12.362	5,7%	12.398	11.575	7,1%	94,9%	93,6%	123
Portal Florida Center	6.450	5.229	23,4%	5.779	5.486	5,3%	89,6%	104,9%	-1.532
Portal La Dehesa	4.079	3.946	3,4%	3.366	3.537	-4,8%	82,5%	89,7%	-713
Portal La Reina	1.911	1.748	9,4%	1.856	1.696	9,4%	97,1%	97,1%	4
Portal Rancagua	2.537	2.250	12,8%	2.475	2.186	13,2%	97,5%	97,2%	37
Portal Temuco	3.695	3.188	15,9%	3.596	2.987	20,4%	97,3%	93,7%	363
Portal Ñuñoa	1.447	1.396	3,6%	1.334	1.426	-6,5%	92,2%	102,1%	-995
Portal Belloto	1.746	1.373	27,1%	1.658	1.392	19,1%	95,0%	101,4%	-641
Portal Osorno	1.567	1.282	22,2%	1.346	1.188	13,3%	85,9%	92,7%	-675
Portal El Llano	1.718	1.702	0,9%	1.573	1.533	2,6%	91,6%	90,1%	148
Power Centers	15.483	14.307	8,2%	14.444	13.392	7,9%	93,3%	93,6%	-31
• Chile	<b>73.457</b>	<b>64.516</b>	<b>13,9%</b>	<b>66.999</b>	<b>59.194</b>	<b>13,2%</b>	<b>91,2%</b>	<b>91,8%</b>	<b>-54</b>
• Perú	<b>1.264</b>	<b>1.030</b>	<b>22,7%</b>	<b>1.064</b>	<b>963</b>	<b>10,4%</b>	<b>84,2%</b>	<b>93,5%</b>	<b>-932</b>
• Colombia	<b>911</b>	<b>1.048</b>	<b>-13,0%</b>	<b>453</b>	<b>567</b>	<b>-20,2%</b>	<b>49,7%</b>	<b>54,2%</b>	<b>-449</b>
<b>TOTAL</b>	<b>75.632</b>	<b>66.594</b>	<b>13,6%</b>	<b>68.516</b>	<b>60.725</b>	<b>12,8%</b>	<b>90,6%</b>	<b>91,2%</b>	<b>-60</b>

## 1.3 Margen EBITDA Ajustado Sin IFRS 16

	1T 2023		1T 2022	
	IFRS 16 / % EBITDA		IFRS 16 / % EBITDA	
	sin IFRS16	con IFRS16	sin IFRS16	con IFRS16
Chile	<b>89,2%</b>	<b>91,2%</b>	<b>89,7%</b>	<b>91,8%</b>
Perú	<b>71,3%</b>	<b>84,2%</b>	<b>77,6%</b>	<b>93,5%</b>
Colombia	<b>49,7%</b>	<b>49,7%</b>	<b>54,2%</b>	<b>54,2%</b>
<b>TOTAL % EBITDA</b>	<b>88,4%</b>	<b>90,6%</b>	<b>88,9%</b>	<b>91,2%</b>

## 1.4 Detalle Impuesto FFO

Impuesto a la Renta	1T23	1T22
Impuesto diferido revaluación activos	4.194	-371
Impuesto diferido otros conceptos	-3.024	2.910
Impuesto corriente	-9.209	-7.952
<b>Total</b>	<b>-8.039</b>	<b>-5.413</b>
<b>Impuesto diferido total (FFO)</b>	<b>1.170</b>	<b>2.539</b>

## 1.5 Balance Consolidado

	mar-23	dic-22	Var. (%)
<b>Activos Corrientes</b>	<b>186.691</b>	<b>148.859</b>	<b>25,4%</b>
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	137.685	46.100	198,7%
Otros activos financieros corrientes	13.437	52.864	-74,6%
Otros Activos No Financieros, Corriente	4.496	115	3825,6%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	14.185	22.004	-35,5%
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, Corriente	4.221	8.863	-52,4%
Activos por impuestos corrientes, corrientes	12.668	18.912	-33,0%
<b>Activos No Corrientes</b>	<b>3.884.984</b>	<b>3.911.118</b>	<b>-0,7%</b>
Otros activos no financieros no corrientes	4.646	4.585	1,3%
Activos intangibles distintos de la plusvalía	826	721	14,6%
Propiedades de Inversión	3.850.165	3.871.649	-0,6%
Activos por Impuestos Diferidos	29.347	34.162	-14,1%
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>4.071.675</b>	<b>4.059.976</b>	<b>0,3%</b>
	<b>mar-23</b>	<b>dic-22</b>	<b>Var. (%)</b>
<b>Pasivos Corrientes</b>	<b>73.820</b>	<b>70.365</b>	<b>4,9%</b>
Otros pasivos financieros corrientes	4.423	3.415	29,5%
Pasivos por arrendamientos, corrientes	5.688	5.784	-1,7%
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	45.097	51.323	-12,1%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas, Corriente	1.395	533	161,9%
Otras provisiones corrientes	1.059	1.026	3,2%
Pasivos por impuestos corrientes, corrientes	5	4.364	-99,9%
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	1.217	2.378	-48,8%
Otros pasivos no financieros corrientes	14.938	1.543	868,2%
<b>Pasivos No Corrientes</b>	<b>1.307.250</b>	<b>1.305.036</b>	<b>0,2%</b>
Otros pasivos financieros no corrientes	679.892	671.135	1,3%
Pasivos por arrendamientos no corrientes	55.766	55.428	0,6%
Cuentas por Pagar, No Corriente			0,0%
Pasivo por impuestos diferidos	558.180	564.834	-1,2%
Otros pasivos no financieros no corrientes	13.412	13.639	-1,7%
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>1.381.070</b>	<b>1.375.401</b>	<b>0,4%</b>
Capital Emitido	707.171	707.171	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	1.671.511	1.651.168	1,2%
Primas de emisión	317.986	317.986	0,0%
Otras Reservas	-10.556	3.284	N.A.
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>2.686.113</b>	<b>2.679.609</b>	<b>0,2%</b>
Participaciones no controladoras	4.492	4.967	-9,6%
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>2.690.605</b>	<b>2.684.576</b>	<b>0,2%</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>4.071.675</b>	<b>4.059.976</b>	<b>0,3%</b>

## 1.6 Flujo de Caja Consolidado

	mar-23	mar-22	Var. (%)
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación</b>			
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	103.974	93.099	11,7%
Otros cobros por actividades de operación	9	268	-96,7%
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	-16.561	-16.665	-0,6%
Pagos a y por cuenta de los empleados	-2.979	-2.002	48,8%
Otros pagos por actividades de operación	-8.012	-3.343	139,7%
<b>Flujos de efectivo procedentes operaciones</b>	<b>76.432</b>	<b>71.358</b>	<b>7,1%</b>
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	-3.566	-13.493	-73,6%
Otras entradas (salidas) de efectivo	131	12	n.a
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación</b>	<b>72.997</b>	<b>57.878</b>	<b>26,1%</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión</b>			
Compras de propiedades, planta y equipo	0	0	n.a
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	0	0	n.a
Compras de activos intangibles	-142	-8	1686,3%
Compras de otros activos a largo plazo	-15.657	-11.527	35,8%
Intereses recibidos	1.934	10	19489,2%
Otras entradas (salidas) de efectivo	37.773	46.652	-19,0%
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión</b>	<b>23.908</b>	<b>35.127</b>	<b>-31,9%</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación</b>			
Pagos de pasivos por arrendamientos	-1.660	-1.500	10,7%
Pagos de préstamos a entidades relacionadas	0	0	n.a
Dividendos pagados	0	0	n.a
Intereses Pagados	-1.674	-1.487	12,6%
Otras entradas (salidas) de efectivo	-2	-2	-11,2%
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación</b>	<b>-3.336</b>	<b>-2.989</b>	<b>11,6%</b>
<b>Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio</b>	<b>93.568</b>	<b>90.015</b>	<b>3,9%</b>
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	-1.984	-1.400	41,7%
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>91.584</b>	<b>88.615</b>	<b>3,4%</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	46.100	26.148	76,3%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	137.685	114.762	20,0%

## 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%
<b>UF 19 millones</b>	<b>1,54%</b>

## Desempeño del Negocio

### 2.1. Indicadores operacionales por activo

	Ocupación			Visitas			Ventas		
	1T23	1T22	Δ bps	1T23	1T22	Δ %	1T23	1T22	Δ %
Costanera Center	99,1%	98,9%	20	6.777	6.247	8,5%	146.064	141.120	3,5%
Torres de Oficinas	68,5%	67,3%	-	0	n.a	n.a	n.a	n.a	n.a
Alto Las Condes	99,4%	98,4%	104	3.583	3.369	6,4%	112.912	109.070	3,5%
Portal Florida Center	98,6%	95,7%	288	3.339	3.252	2,7%	57.973	62.406	-7,1%
Portal La Dehesa	97,1%	98,0%	-89	1.455	1.447	0,5%	48.562	51.388	-5,5%
Portal La Reina	98,9%	98,8%	12	1.295	1.258	3,0%	40.280	39.839	1,1%
Portal Rancagua	100,0%	99,6%	42	1.643	1.831	-10,3%	44.083	46.339	-4,9%
Portal Temuco	99,4%	98,5%	86	2.431	2.179	11,6%	53.953	51.239	5,3%
Portal Ñuñoa	96,1%	97,8%	-165	1.433	1.283	11,7%	27.072	25.363	6,7%
Portal Belloto	99,4%	99,3%	1	1.913	1.781	7,4%	27.558	27.765	-0,7%
Portal Osorno	97,9%	97,8%	10	1.415	1.363	3,8%	22.786	20.859	9,2%
Portal El Llano	98,5%	96,8%	164	1.409	1.269	11,1%	29.419	27.996	5,1%
Power Centers	99,1%	98,9%	25	n.a	n.a	n.a	370.018	381.122	-2,9%
<b>Chile</b>	<b>98,9%</b>	<b>98,4%</b>	<b>54</b>	<b>26.694</b>	<b>25.278</b>	<b>5,6%</b>	<b>980.681</b>	<b>984.506</b>	<b>-0,4%</b>
<b>Perú</b>	<b>94,8%</b>	<b>81,1%</b>	<b>1.370</b>	<b>714</b>	<b>645</b>	<b>10,6%</b>	<b>20.045</b>	<b>18.660</b>	<b>7,4%</b>
<b>Colombia</b>	<b>90,3%</b>	<b>95,2%</b>	<b>-490</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>	<b>n.a</b>	<b>15.530</b>	<b>18.530</b>	<b>-16,2%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>98,3%</b>	<b>97,5%</b>	<b>79</b>	<b>27.408</b>	<b>25.923</b>	<b>5,7%</b>	<b>1.016.256</b>	<b>1.021.697</b>	<b>-0,5%</b>

## 2.2. GLA por activo

Ubicación	GLA Terceros			GLA Relacionadas			GLA Total		
	1T23	1T22	Var%	1T23	1T22	Var%	1T23	1T22	Var%
Costanera Center	94.620	93.102	1,6%	37.241	36.727	1,4%	131.861	129.829	1,6%
Torre Oficinas	50.302	50.302	0,0%	14.698	14.698	0,0%	65.000	65.000	0,0%
Alto Las Condes	73.653	82.429	-10,6%	48.312	38.798	24,5%	121.965	121.227	0,6%
Portal Florida Center	58.411	66.124	-11,7%	54.592	57.086	-4,4%	113.003	123.210	-8,3%
Portal La Dehesa	31.569	32.494	-2,8%	32.776	33.866	-3,2%	64.345	66.361	-3,0%
Portal La Reina	9.136	9.263	-1,4%	29.153	29.153	0,0%	38.289	38.416	-0,3%
Portal Rancagua	7.632	7.619	0,2%	36.331	36.385	-0,1%	43.963	44.004	-0,1%
Portal Temuco	34.168	32.618	4,8%	26.116	27.698	-5,7%	60.284	60.316	-0,1%
Portal Ñuñoa	12.339	10.987	12,3%	19.982	20.305	-1,6%	32.321	31.292	3,3%
Portal Belloto	9.183	8.891	3,3%	33.153	33.327	-0,5%	42.336	42.218	0,3%
Portal Osorno	7.799	10.572	-26,2%	18.620	14.139	31,7%	26.418	24.711	6,9%
Portal El Llano	6.299	6.444	-2,2%	17.035	16.665	2,2%	23.334	23.109	1,0%
Power Centers	22.016	29.850	-26,2%	438.005	425.105	3,0%	460.021	454.955	1,1%
<b>Total Chile</b>	<b>417.128</b>	<b>440.695</b>	<b>-5,3%</b>	<b>806.013</b>	<b>783.952</b>	<b>2,8%</b>	<b>1.223.141</b>	<b>1.224.648</b>	<b>-0,1%</b>
<b>Total Peru</b>	<b>25.471</b>	<b>25.471</b>	<b>0,0%</b>	<b>25.084</b>	<b>25.084</b>	<b>0,0%</b>	<b>50.555</b>	<b>50.555</b>	<b>0,0%</b>
<b>Total Colombia</b>	<b>14.415</b>	<b>10.292</b>	<b>40,1%</b>	<b>50.515</b>	<b>54.493</b>	<b>-7,3%</b>	<b>64.930</b>	<b>64.785</b>	<b>0,2%</b>
<b>Total</b>	<b>457.014</b>	<b>476.458</b>	<b>-4,1%</b>	<b>881.612</b>	<b>863.529</b>	<b>2,1%</b>	<b>1.338.626</b>	<b>1.339.988</b>	<b>-0,1%</b>

## 2.3. GLA por Rubro / País

Rubro <sup>1</sup>	Al 31 de marzo 2023			
	Chile	Perú	Colombia	Total
Entretenimiento	6,8%	19,2%	8,4%	7,4%
Retail	35,1%	23,6%	1,7%	33,0%
Servicios Esenciales	54,6%	51,8%	79,2%	55,8%
Servicios, Oficinas y Hotel	2,3%	0,2%	1,0%	2,2%
Vacante	1,1%	5,2%	9,7%	1,7%
<b>Total</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>	<b>100,0%</b>

## 2.4. Banco de Terrenos

Ubicación	GLA (m <sup>2</sup> )	Valor libro (CLP millones)	
		mar-23	mar-22
Chile	663.079	139.874	121.347
Perú	16.254	30.097	37.789
Colombia	70.792	98.953	116.519

<b>Cencosud Shopping</b>	<b>750.125</b>	<b>268.925</b>	<b>275.656</b>
--------------------------	----------------	----------------	----------------

- La Compañía cuenta con 4 terrenos en Chile y 2 terrenos en Perú (incluyendo La Molina que se mantiene en proceso de habilitación para su pronta apertura).
- 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.

## Índices Macroeconómicos

### 3.1. Tipo de Cambio

Tipo de Cambio Cierre

	1T23	1T22	Var%
CLP/USD	790,41	787,98	0,3%
CLP/PEN	210,06	214,45	-2,0%
CLP/COP	0,17	0,21	-19,0%

Tipo de Cambio Promedio

	1T23	1T22	Var%
CLP/USD	811,37	809,44	0,2%
CLP/PEN	212,60	212,67	0,0%
CLP/COP	0,17	0,21	-17,6%

### 3.2. Inflación

País	1T23	1T22
Chile	11,1%	9,4%
Perú	8,4%	7,5%
Colombia	13,3%	8,5%

### 3.3. Tasa de Descuento Propiedades de Inversión

País	1T23	4T22
Chile	4,0% - 6,0%	4,0% - 6,0%
Perú	4,5% - 6,5%	4,5% - 6,5%

## 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 m<sup>2</sup> y 40.000 m<sup>2</sup> 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

[IR@cencosud.cl](mailto:IR@cencosud.cl)

María Soledad Fernández  
Gerente Relación con Inversionistas y Sostenibilidad

Andrés Guarda  
Subgerente Relación con Inversionistas

Oscar Bentjerodt  
Analista Relación con Inversionistas

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

