



Año

20  
22

# Reporte de Resultados

Segundo trimestre



# Destacados del Período

## 1.1 Resumen Ejecutivo

Durante el segundo trimestre del año 2022, la Compañía presentó un sólido desempeño, con un crecimiento sostenido en sus indicadores financieros que se mantienen en niveles por sobre las cifras pre-pandemia.

El 2T22 registró incrementos de **81%** en **Ingresos** y de **88%** en **EBITDA Ajustado** a/a, con un margen EBITDA Ajustado de 88% (+300 bps). Es así como el FFO crece 86,9% a/a y la Compañía continúa con una sólida posición financiera, alcanzando una Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado LTM de 2,14x.



El desempeño de Cencosud Shopping se explica por la mayor normalización de la operación y la eliminación de los descuentos de arriendo relacionados con la pandemia, vigentes 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. Todo esto se basa en una creciente preferencia de los clientes, que han aumentado las visitas a los centros comerciales en un 80% a/a, reflejo tanto de las ubicaciones privilegiadas de los malls y la excelencia de las operaciones, así como el servicio que cada día la Compañía se esfuerza por mejorar. Es así como la venta de locatarios crece a tasas doble dígito y los niveles de ocupación siguen al alza, llegando ya a un 98% al cierre de junio 2022.

Dentro del trimestre se destaca entre otros hitos: el término de obra del Shopping Portal Altos del Prado en Colombia; la puesta en marcha del cobro de Parking en Florida Center; la inauguración del nuevo Showroom de Oficinas y el lanzamiento de 'Office Hub Costanera'; el debut del nuevo servicio *Hands Free* en Alto Las Condes; y la App "mi mall" que ya supera las 250.000 descargas.

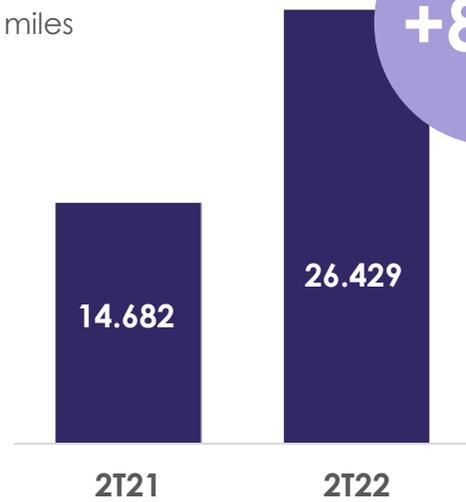
## 1.2 Principales Indicadores





Tráfico alcanza a **26 millones** de visitas en 2T22

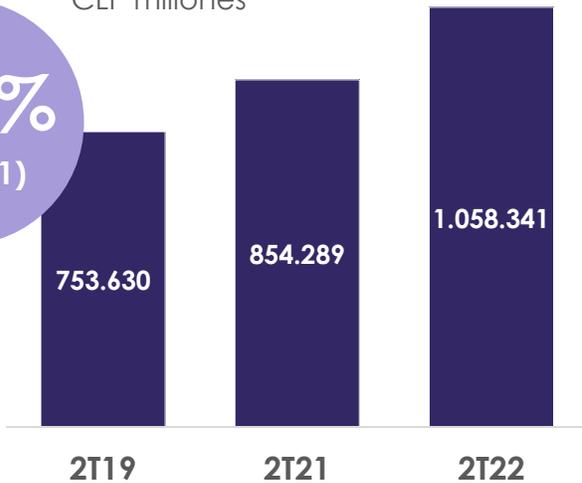
Visitas  
miles



Ventas Locatarios

CLP millones

**+24%**  
(vs 2T21)



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

### 1.3 Principales Cifras

CLP millones	2T 2022	2T 2021	Δ %	6M 2022	6M 2021	Δ %
• Ingresos	67.661	37.336	81,2%	134.255	81.287	65,2%
• EBITDA Ajustado / NOI	59.529	31.727	87,6%	120.254	71.109	69,1%
• % EBITDA Ajustado / NOI	88,0%	85,0%	300 bps	89,6%	87,5%	209 bps
• FFO	47.421	25.370	86,9%	98.023	57.548	70,3%
• Utilidad neta Revaluación de activos	36.915	19.267	91,6%	75.424	45.043	67,5%
• GLA (m <sup>2</sup> )	1.339.651	1.338.800	0,1%	1.339.651	1.338.800	0,1%
• Tasa de Ocupación (%)	97,7%	97,2%	57 bps	97,7%	97,2%	57 bps
• Visitas (miles)	26.429	14.682	80,0%	52.352	33.306	57,2%
• Venta locatarios (CLP millones)	1.058.341	854.289	23,9%	2.080.038	1.699.047	22,4%

## Comentarios de la Administración

“Durante el trimestre continuamos viendo aumentos en venta por sobre niveles pre-pandemia -en términos reales-, impulsado por crecimientos en grandes tiendas y tiendas satélite. A su vez, las áreas de entretención y gastronomía han logrado seguir recuperando sus niveles de venta, de la mano del crecimiento en visitas, lo que sigue demostrando la fortaleza y el atractivo de nuestros Centros Comerciales.

Sin embargo, durante este segundo trimestre del año comenzamos a observar un contexto económico más desacelerado con efectos en el consumo, tanto por altas bases de comparación como por una menor liquidez, así como mayores niveles inflacionarios que impactan directamente en los costos de vida e ingreso disponible de las personas. Estamos atentos a estas condiciones y seguimos reforzando los esfuerzos en productividad y eficiente uso de recursos, con la tranquilidad de contar con una estructura de negocio y financiera sólida.

Los resultados del ejercicio demuestran la resiliencia del negocio, con crecimientos de ingresos de 81,2% y 21,1%, contra 2021 y 2019 respectivamente y margen EBITDA de 88%, siendo uno de los más altos del mercado de Centros Comerciales. Estos resultados son un reflejo del crecimiento en visitas (+80,0%) y venta de locatarios (23,9%), así como el alza de la tasa de ocupación que al cierre del trimestre alcanzó un 97,7%.

Seguimos trabajando en el crecimiento de GLA de la Compañía a través remodelaciones, ampliaciones y evaluación de nuevas oportunidades, tanto en Chile como en la región. En Colombia, Altos del Prado ha terminado su obra y se mantiene en proceso de habilitación con una superficie incremental de 1.500 m<sup>2</sup>, incluyendo la incorporación de una nueva tienda de Mejoramiento del Hogar Easy. En Perú, La Molina estima abrir su primera etapa a finales de 2022 con la habilitación de un Supermercado Wong y los primeros 30 locales, proceso de comercialización que se desarrolla de forma muy exitosa. En Chile, las ampliaciones en Portal Osorno y Portal Temuco están en desarrollo, con la incorporación de tiendas retail y entretención que seguirán fortaleciendo la propuesta.

Para terminar, me gustaría destacar que este año celebramos los 10 años de Costanera Center, el centro comercial de uso mixto más relevante e icónico de la Región, para lo cual desarrollamos múltiples actividades para reconocer la preferencia y alta valoración de nuestros clientes y locatarios.



Es así como continuamos avanzando decididamente en nuestra estrategia de innovación, digitalización y experiencia de clientes de forma de seguir liderando la transformación de la industria de Centros Comerciales de la mano de los desarrollos tecnológicos y acelerados cambios en los hábitos, intereses y necesidades de los clientes en la Región.”

**Rodrigo Larraín**  
Gerente General



# Eventos Relevantes del Trimestre

## 3.1 Avances en Experiencia de Clientes

### Inauguración del nuevo Showroom de Oficinas y Lanzamiento ‘Office Hub Costanera’

Cencosud Shopping inauguró el nuevo Showroom de Oficinas y lanza nueva propuesta de ‘Office HUB Costanera’, consolidando Costanera Center como un polo de negocios e innovando en la oferta de espacios de trabajo flexibles diseñado para clientes institucionales. Este nuevo negocio busca adaptarse a las necesidades de los clientes ofreciendo soluciones de trabajo habilitadas y flexibles en múltiples puntos de la ciudad que permitan la interacción y colaboración de los equipos de trabajo que operen de modo híbrido. Este modelo, que está siendo implementado en Chile, espera expandirse también en Perú y Colombia.



### Hands Free

Con el objetivo de seguir innovando y mejorando la experiencia de compra de nuestros clientes, Cencosud Shopping incorporó un nuevo servicio bajo el nombre “Hands Free”. Este servicio, pionero en el mercado, permite a los clientes dejar en custodia sus compras y retirarlas en cualquier punto del Centro Comercial, solicitar su despacho al auto o a su domicilio dentro del mismo día, de forma que puedan seguir disfrutando. Este servicio se encuentra ya implementado en Mall Alto las Condes.



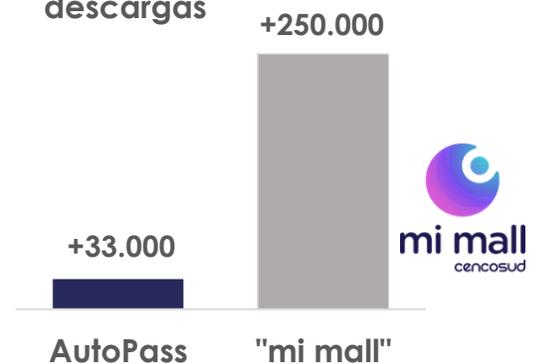
**“Guardamos y enviamos tus compras para que sigas disfrutando.”**

## App “mi mall” – innovación y nuevas tendencias



La aplicación “mi mall” sigue creciendo e integrando funcionalidades, con la mirada en mejorar y digitalizar la experiencia de los clientes. Este trimestre, se ha incorporado a la app la funcionalidad de compra de tickets para Sky Costanera, optimizando los tiempos y evitando las filas de espera. Las principales funciones como *Autopass* y *Autoscan* -para el pago de parking de una forma más simple y rápida- ya cuentan con más de 33.000 **usuarios suscritos**.

Cantidad de descargas



## 3.2 Sostenibilidad

### DJSI

Por segundo año consecutivo Cencosud Shopping participó del DJSI (Dow Jones Sustainability Index, por sus siglas en inglés), relevante índice ASG, demostrando un compromiso y avance en ámbitos de gobernanza, ambientales y sociales, los cuales van alineados a una estrategia de sostenibilidad corporativa. Se muestra un gran avance en la incorporación de información de manera coherente, demostrando compromiso y transparencia por parte de la Compañía.



## Resumen Financiero

### 4.1 Estado de Resultados Consolidado

CLP millones	2T 2022	2T 2021	Δ %	6M 2022	6M 2021	Δ %
<b>Ingresos</b>	<b>67.661</b>	<b>37.336</b>	<b>81,2%</b>	<b>134.255</b>	<b>81.287</b>	<b>65,2%</b>
Ganancia Bruta	63.647	34.033	87,0%	129.256	75.487	71,2%
<b>Margen Bruto</b>	<b>94,1%</b>	<b>91,2%</b>	<b>291 bps</b>	<b>96,3%</b>	<b>92,9%</b>	<b>341 bps</b>
Gasto de Administración y Ventas	-4.796	-2.350	104,1%	-9.655	-4.560	111,8%
Resultado Operacional	47.847	18.569	157,7%	109.951	54.137	103,1%
Resultado No Operacional	-25.860	-8.854	192,1%	-41.048	-17.773	131,0%
Impuesto a la renta	4.486	-76	N.A	-927	-3.672	-74,7%
Utilidad	28.385	9.682	193,2%	67.976	32.692	107,9%
Utilidad neta revalorización de activos	36.915	19.267	91,6%	75.424	45.043	67,5%
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>59.529</b>	<b>31.727</b>	<b>87,6%</b>	<b>120.254</b>	<b>71.109</b>	<b>69,1%</b>
<b>Margen EBITDA Ajustado</b>	<b>88,0%</b>	<b>85,0%</b>	<b>300 bps</b>	<b>89,6%</b>	<b>87,5%</b>	<b>209 bps</b>

## Chile

Los **ingresos** aumentaron 83,4% frente al 2T21 como resultado de un flujo de clientes casi normalizado, el término de los descuentos a los arriendos fijos, a partir del 4T21, y la menor base de comparación debido a cuarentenas vividas durante el año anterior. Además, a pesar de la disminución en el consumo, el país continúa experimentando altos niveles que se reflejan en el crecimiento de las ventas. Importante destacar que durante el trimestre se realizó la apertura de los estacionamientos en el centro comercial Florida Center.



El **EBITDA Ajustado** aumentó 89,1%, con respecto al mismo periodo del año anterior, producto del buen desempeño del negocio y la menor base de comparación, contrarrestado parcialmente por una mayor provisión estacional de incobrables que se vio afectado por el cobro de doble renta realizado en el mes de diciembre y por el término de los descuentos. Además, de la mano con la normalización del negocio, durante el trimestre se incurrieron en mayores gastos de administración y ventas, sumado a los gastos extraordinarios correspondientes a la puesta en marcha del estacionamiento de Florida Center.

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

## Perú

Los **ingresos** aumentaron 46,2% en pesos chilenos y 23% en moneda local, producto de las menores restricciones asociados al COVID-19 -por mayores aforos permitidos-, y el término de los beneficios al arriendo fijo otorgados a los



locatarios, generando un recupero gradual del flujo a los centros comerciales.



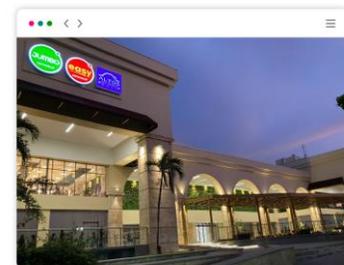
El **EBITDA Ajustado**, por su parte, creció 67,1% en pesos chilenos y 40,5% en PER a/a, producto del mejor desempeño del negocio, contrarrestado parcialmente por mayores gastos debido a la reapertura gradual de los centros comerciales.

## Colombia

Los **ingresos** del 2T22 aumentaron 16,7% en CLP y 4,1% en COP versus 2T21. 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 19,4% en CLP y 6,6% en COP a/a, producto de mayores ingresos y su consiguiente dilución de gastos, contrarrestado parcialmente por mayores gastos de administración debido a un mayor impuesto asociado a obras públicas construidas en Medellín.



## 4.2 Conciliación NOI y FFO

CLP millones	2T 2022	2T 2021	Δ %	6M 2022	6M 2021	Δ %
<b>Ingresos</b>	<b>67.661</b>	<b>37.336</b>	<b>81,2%</b>	<b>134.255</b>	<b>81.287</b>	<b>65,2%</b>
(+) Costo de ventas	-4.013	-3.302	21,5%	-4.999	-5.800	-13,8%
(+) Gasto de administración y ventas	-4.796	-2.350	104,1%	-9.655	-4.560	111,8%
(+) Otros gastos de administración	645	19	3217,8%	547	135	305,3%
(+) Depreciación y Amortización	33	24	35,2%	106	47	127,5%
<b>EBITDA Ajustado / NOI</b>	<b>59.529</b>	<b>31.727</b>	<b>87,6%</b>	<b>120.254</b>	<b>71.109</b>	<b>69,1%</b>

CLP millones	2T 2022	2T 2021	Δ %	6M 2022	6M 2021	Δ %
<b>Utilidad</b>	<b>28.385</b>	<b>9.682</b>	<b>193,2%</b>	<b>67.976</b>	<b>32.692</b>	<b>107,9%</b>
(-) Otros Ingresos	-11.649	-13.134	-11,3%	-10.197	-16.925	-39,8%
(-) Unidades de Reajuste	-26.136	-6.041	332,7%	-40.314	-12.294	227,9%
(-) Diferencias de tipo de cambio	3.367	-151	N.A.	2.542	-245	N.A.
(-) Impuesto a la renta <sup>1</sup>	15.383	3.637	322,9%	17.922	4.607	289,1%
<b>FFO</b>	<b>47.421</b>	<b>25.370</b>	<b>86,9%</b>	<b>98.023</b>	<b>57.548</b>	<b>70,3%</b>

**Funds From Operations (FFO):** el 2T22 registra un FFO de CLP 47.421 millones, implicando un crecimiento de 86,9% frente al 2T21. La mejora año contra año es producto de una mayor utilidad del período explicado por el buen desempeño que ha tenido el negocio durante el trimestre.

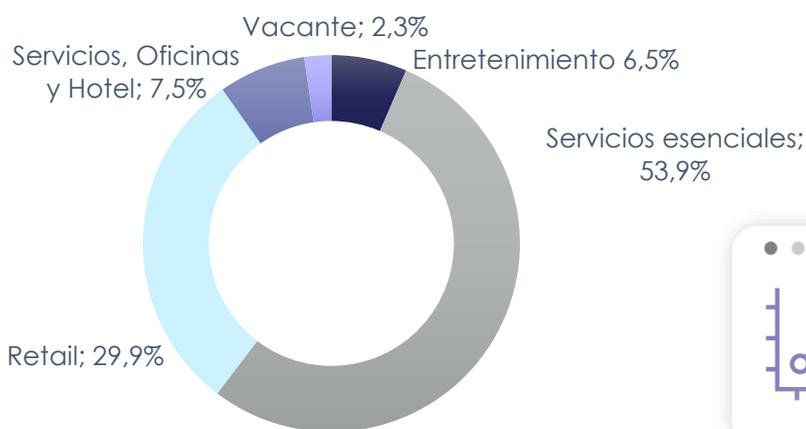
## Desempeño del Negocio

### 5.1 GLA (Gross Leasable Area)



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

## 5.2 GLA por Rubro



## 5.3 Participación de Ingresos – Terceros & Relacionadas

Ingresos	2T 2022		2T 2021	
	Terceros	EERR	Terceros	EERR
• Chile	62,7%	37,3%	47,4%	52,6%
• Perú	54,7%	45,3%	46,0%	54,0%
• Colombia	25,2%	74,8%	18,6%	81,4%
<b>TOTAL</b>	<b>62,1%</b>	<b>37,9%</b>	<b>46,8%</b>	<b>53,2%</b>

## 5.4 Distribución por Tipo de Ingreso

Durante el 2T22, el 91,1% de los ingresos provino de ingresos por renta, de los cuales un 77,8% corresponde a ingresos de arriendo fijo, mientras que un 13,2% 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 a/a en rubros específicos.



## 5.5 Duración de los contratos (en años)

GLA	Menor a 2	Entre 2 y 3	Entre 3 y 4	Entre 4 y 5	Mayor a 5
• Chile	10,0%	8,8%	3,4%	4,9%	73,1%
• Perú	15,9%	12,6%	7,8%	0,7%	63,1%
• Colombia	7,4%	4,0%	0,0%	0,0%	88,5%
<b>TOTAL</b>	<b>10,0%</b>	<b>8,6%</b>	<b>3,3%</b>	<b>4,5%</b>	<b>73,5%</b>

Ingresos <sup>2</sup>	Menor a 2	Entre 2 y 3	Entre 3 y 4	Entre 4 y 5	Mayor a 5
• Chile	28,6%	15,6%	8,1%	5,4%	42,3%
• Perú	18,5%	18,2%	6,1%	2,8%	54,4%
• Colombia	16,8%	3,2%	0,0%	0,0%	80,0%
<b>TOTAL</b>	<b>28,2%</b>	<b>15,5%</b>	<b>7,9%</b>	<b>5,2%</b>	<b>43,2%</b>

Al 30 de junio de 2022, la duración ponderada de vigencia de los contratos de arriendo era de 12,9 años según GLA y de 8,0 según ingresos.

## 5.6 Desempeño por activo

	Ingresos			NOI			NOI %		
	2T22	2T21	Δ %	2T22	2T21	Δ %	2T22	2T21	Δ bps
• Chile	65.558	35.736	83,4%	57.942	30.645	89,1%	88,4%	85,8%	263
• Perú	1.171	801	46,2%	1.032	618	67,0%	88,1%	77,2%	1.096
• Colombia	932	799	16,7%	555	465	19,4%	59,6%	58,2%	136
<b>TOTAL</b>	<b>67.661</b>	<b>37.336</b>	<b>81,2%</b>	<b>59.529</b>	<b>31.727</b>	<b>87,6%</b>	<b>88,0%</b>	<b>85,0%</b>	<b>300</b>

Tanto el crecimiento en Ingresos como el NOI muestran un recupero 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 de 88% respalda una eficiente gestión comercial, estructura de gastos liviana y servicios de *back office* respaldados por Cencosud S.A.

Margen EBITDA **88%**  
por una eficiente gestión del  
negocio.

<sup>2</sup> Considera los ingresos por arriendo fijo y variable según el periodo que les queda por vencer.

	Ocupación <sup>3</sup>			Visitas			Ventas		
	2T22	2T21	Δ bps	2T22	2T21	Δ %	2T22	2T21	Δ %
• Chile	98,6%	98,1%	53	25.750	14.119	82,4%	1.018.906	823.356	23,8%
• Perú	81,1%	80,8%	37	679	562	20,7%	20.657	16.745	23,4%
• Colombia	95,3%	93,8%	149	N.A.	N.A.	N.A.	18.778	14.187	32,4%
<b>TOTAL</b>	<b>97,7%</b>	<b>97,2%</b>	<b>57</b>	<b>26.429</b>	<b>14.682</b>	<b>80,0%</b>	<b>1.021.697</b>	<b>854.289</b>	<b>23,9%</b>

Al 2T22 la **tasa de ocupación** consolidada de Centros Comerciales fue de un 97,7%, en comparación al 97,2% del 2T21. Se demuestra una recuperación gradual de la vacancia generada por la pandemia, con la comercialización de 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 80,0% frente al 2T21, explicado principalmente por las medidas sanitarias menos restrictivas y la reapertura de los centros comerciales, volviendo a posicionarse como uno de los principales atractivos para el día a día. Además el retorno parcial a las oficinas impulsó parte del flujo.



Ocupación de **97,7%**  
impulsado por ubicaciones  
inigualables.

La **venta de los locatarios** incrementó un 24% frente al 2T21 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	2T21	3T21	4T21	1T22	2T22
• Chile	92,5%	59,5%	26,0%	10,0%	9,9%
• Perú	21,4%	10,2%	7,2%	7,1%	13,8%
• Colombia	-5,6%	10,2%	11,8%	17,3%	22,2%

En Chile se observó un **SSS** de 9,9%, explicado por una mayor dinámica en los centros comerciales con esta vuelta a la realidad post pandemia. Esto se explica por el incremento en las ventas respecto al 2021, tanto en tiendas anclas como en grandes tiendas. En Perú y Colombia se observó un SSS de 13,8% y 22,2% respectivamente, por menores restricciones a la movilidad y la activación gradual de la economía.

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

SSR	2T21	3T21	4T21	1T22	2T22
• Chile	63,1%	105,4%	36,0%	51,0%	36,0%
• Perú	46,4%	37,0%	26,1%	28,2%	30,0%
• Colombia	3,0%	10,7%	18,2%	18,4%	7,5%

El **SSR** ha crecido durante el trimestre producto del término de los beneficios al arriendo fijo otorgado a los locatarios y la devolución de días que debieron permanecer cerrados en el año anterior. Además, durante el 2T22 los nuevos contratos se han cerrado con mejores condiciones comerciales en comparación con los contratos firmados en pandemia.

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

El **costo de ocupación** en Chile de 7,3% se debe a los menores beneficios otorgados a los locatarios y una desaceleración en el consumo que impacta directamente en sus ventas. Tanto en Perú como en Colombia el costo de ocupación sigue manteniéndose relativamente estable en referencia a trimestres anteriores.

## Balance Consolidado

CLP millones	jun 22	dic 21	Δ %
Activos Corrientes	156.075	129.576	20,5%
Activos no Corrientes	3.875.123	3.843.616	0,8%
<b>Total Activos</b>	<b>4.031.198</b>	<b>3.973.192</b>	<b>1,5%</b>
Pasivos Corrientes	67.338	47.745	41,0%
Pasivos no Corrientes	1.278.277	1.257.538	1,6%
<b>Total Pasivos</b>	<b>1.345.616</b>	<b>1.305.283</b>	<b>3,1%</b>
<b>Patrimonio propietario de la controladora</b>	2.680.041	2.663.058	0,6%
<b>Participaciones no controladoras</b>	5.542	4.851	14,2%
<b>Patrimonio Total</b>	<b>2.685.582</b>	<b>2.667.909</b>	<b>0,7%</b>
<b>Total Pasivos y Patrimonio</b>	<b>4.031.198</b>	<b>3.973.192</b>	<b>1,5%</b>

## Activos

Al 30 de junio de 2022 el total de **Activos** aumentó CLP 58.006 millones respecto a diciembre 2021, lo que se explica por el aumento de CLP 26.500 millones en **Activos Corrientes** y CLP 31.507 millones en **Activos No Corrientes**.

El incremento de **Activos Corrientes** muestra un aumento de CLP 80.069 millones en *Efectivo y Equivalentes al Efectivo*, producto de los buenos resultados observados en el trimestre, contrarrestado parcialmente por una caída de CLP 45.862 millones en *Otros activos financieros* explicado por la liquidación de fondos mutuos realizada durante el periodo para el pago de dividendos.

El aumento de **Activos No Corrientes** se explica por un crecimiento de CLP 36.182 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 30 de junio de 2022, el total de **Pasivos** creció CLP 40.332 millones respecto a diciembre de 2021 como consecuencia del aumento de **Pasivos Corrientes** por CLP 19.593 millones, junto a un efecto de crecimiento de **Pasivos No Corrientes** por CLP 20.739 millones.

El incremento en **Pasivos Corrientes** se explica por el crecimiento de *Otros pasivos no financieros* por CLP 22.887 millones, explicado por el devengo del dividendo realizado de forma trimestral, contrarrestado parcialmente por la disminución de *Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar* en CLP 5.497 millones producto de la estacionalidad normal del negocio.

El aumento de **Pasivos No Corrientes** se explica por el crecimiento en *Otros Pasivos financieros no corrientes* por CLP 39.671 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 21.143 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 junio 2022 se incrementó en CLP 17.674 millones respecto a diciembre 2021 debido a *Otras Reservas* presentando un aumento de CLP 22.830 millones, lo cual corresponde principalmente a la actualización de activos y pasivos de sociedades del exterior con el incremento del tipo de cambio respecto a diciembre.

## Estructura de Capital

CLP millones	jun 22	dic 21	jun 21
Deuda Financiera Bruta	635.812	595.692	571.187
Duración (años)	12,1	12,3	12,8
Caja	112.560	78.353	86.996
Deuda Financiera Neta	523.252	517.339	484.191
<b>Deuda Financiera Neta / EBITDA Ajustado LTM (veces)</b>	<b>2,14</b>	<b>2,64</b>	<b>3,82</b>

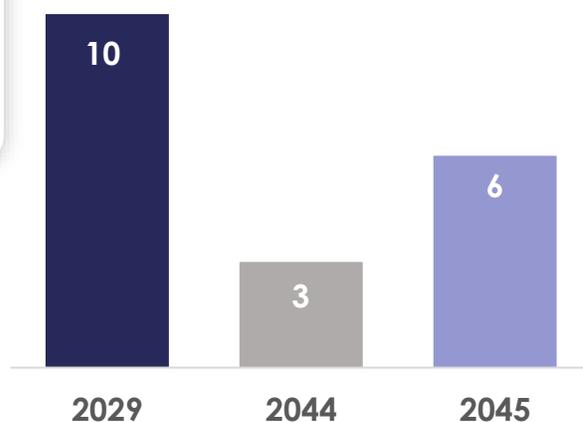
La deuda financiera bruta de la Compañía aumentó CLP 40.120 millones respecto a diciembre 2021, explicado por el incremento de la UF durante el período sobre el total de deuda emitida en bonos. El aumento de caja en CLP 34.207 millones desde diciembre 2021 es producto de la recuperación del negocio, además de su mejor desempeño en la capacidad generadora de caja.

A junio de 2022, el endeudamiento neto es de 2,14 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 12,1 años y el costo promedio de la deuda es de 1,54%<sup>4</sup>.

Al 30 de junio 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).



### Perfil Amortizaciones (UF millones)



<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.

## 7.1 Ratios Financieros

(veces)	jun 22	dic 21	jun 21
Total Pasivos / Patrimonio	0,50	0,49	0,48
Activos Corrientes / Pasivos Corrientes	2,32	2,71	2,81
Total Pasivos / Total Activos	0,33	0,33	0,33
Utilidad / Total Activo	0,03	0,02	0,01
Utilidad / Total Patrimonio	0,04	0,03	0,01

## 7.2 Costo Deuda Financiera



## Flujo de Efectivo

CLP millones	jun 22	jun 21	Δ %
Flujo de efectivo: actividades de operación	108.883	53.662	102,9%
Flujo de efectivo: actividades de inversión	27.053	-26.399	N.A.
Flujo de efectivo: actividades de financiación	-58.837	-28.018	110,0%
<b>Incremento (disminución) antes del efecto de tasa de cambio</b>	<b>77.099</b>	<b>-754</b>	<b>N.A.</b>

Las variaciones del **flujo de efectivo** generado al 30 de junio 2022 respecto al mismo período del año anterior se explican a continuación.

## Actividades de Operación

El flujo registró un aumento de CLP 55.220 millones en comparación con junio 2021, producto de los mayores ingresos provenientes del cobro de arriendos -explicado por los menores descuentos otorgado a los locatarios y el termino de las restricciones- y también por el mayor flujo de ingresos por concepto de garantías en contratos de arrendamiento. 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.

## Actividades de Inversión

El flujo procedente de actividades de inversión aumentó en CLP 53.451 millones con respecto a junio 2021, debido a la liquidación de fondos mutuos realizados para el pago de dividendos. Por otro lado, hubo un aumento en *Compras de otros activos de largo plazo*, que se debe a desarrollos de inversiones en curso tanto en Chile como en Colombia. El Capex del periodo fue de CLP 21.458 millones, muy por sobre los CLP 3.865 millones ejecutados a la misma fecha del año anterior.

## Actividades de Financiación

Al 30 de junio de 2022, el flujo registró una disminución de CLP 30.819 millones frente a junio de 2021, explicado principalmente por el pago de dividendos sumado a las menores variaciones en pasivos por arrendamiento e intereses pagados.

# 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 2,3%. 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 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 (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

## Información Financiera

### 1.1 Estado de Resultados Consolidado

	2T22	2T21	Var. (%)	6M22	6M21	Var. (%)
<b>Ingresos</b>	<b>67.661</b>	<b>37.336</b>	<b>81,2%</b>	<b>134.255</b>	<b>81.287</b>	<b>65,2%</b>
Chile	65.558	35.736	83,4%	130.074	77.970	66,8%
Perú	1.171	801	46,2%	2.201	1.700	29,5%
Colombia	932	799	16,7%	1.980	1.617	22,5%
Costo de Ventas	-4.013	-3.302	21,5%	-4.999	-5.800	-13,8%
Ganancia Bruta	63.647	34.033	87,0%	129.256	75.487	71,2%
<b>Margen Bruto</b>	<b>94,1%</b>	<b>91,2%</b>	<b>291 bps</b>	<b>96,3%</b>	<b>92,9%</b>	<b>341 bps</b>
Gasto de Administración y Ventas	-4.796	-2.350	104,1%	-9.655	-4.560	111,8%
Otros ingresos, por función	-11.649	-13.134	-11,3%	-10.197	-16.925	-39,8%
Otros gastos, por función	70	21	234,8%	55	61	-10,4%
Otras ganancias (pérdidas)	575	-1	N.A.	492	74	565,2%
<b>Resultado Operacional</b>	<b>47.847</b>	<b>18.569</b>	<b>157,7%</b>	<b>109.951</b>	<b>54.137</b>	<b>103,1%</b>
Costo Financiero Neto	-1.179	-2.619	-55,0%	-3.276	-5.235	-37,4%
Diferencias de tipo de cambio	3.367	-151	N.A.	2.542	-245	N.A.
Resultado por Unidades de Reajuste	-26.136	-6.041	332,7%	-40.314	-12.294	227,9%
<b>Resultado No Operacional</b>	<b>-23.948</b>	<b>-8.811</b>	<b>171,8%</b>	<b>-41.048</b>	<b>-17.773</b>	<b>131,0%</b>
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>23.899</b>	<b>9.759</b>	<b>144,9%</b>	<b>68.903</b>	<b>36.364</b>	<b>89,5%</b>
Impuesto a la renta	4.486	-76	N.A.	-927	-3.672	-74,7%
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>28.385</b>	<b>9.682</b>	<b>193,2%</b>	<b>67.976</b>	<b>32.692</b>	<b>107,9%</b>
<b>EBITDA Ajustado</b>	<b>59.529</b>	<b>31.727</b>	<b>87,6%</b>	<b>120.254</b>	<b>71.109</b>	<b>69,1%</b>
Chile	57.942	30.645	89,1%	117.136	68.743	70,4%
Perú	1.032	618	67,1%	1.995	1.417	40,8%
Colombia	555	465	19,4%	1.123	949	18,3%
<b>Margen EBITDA Ajustado</b>	<b>88,0%</b>	<b>85,0%</b>	<b>300 bps</b>	<b>89,6%</b>	<b>87,5%</b>	<b>209 bps</b>
Utilidad	28.385	9.682	193,2%	67.976	32.692	107,9%
Revalorización de activos	-11.649	-13.134	-11,3%	-10.197	-16.925	-39,8%
Impuesto diferido	3.119	3.549	-12,1%	2.748	4.574	-39,9%
<b>Utilidad Neta Revalorización de activos</b>	<b>36.915</b>	<b>19.267</b>	<b>91,6%</b>	<b>75.424</b>	<b>45.043</b>	<b>67,5%</b>

### 1.2 Ingresos y EBITDA Ajustado por activo

	Ingresos			NOI			NOI %		
	2T22	2T21	Δ %	2T22	2T21	Δ %	2T22	2T21	Δ bps
Costanera Center	14.701	5.956	146,8%	12.236	4.228	189,4%	83,2%	71,0%	1.224
Torres de Oficinas	1.984	1.590	24,8%	884	449	96,8%	44,5%	28,2%	1.630
Alto Las Condes	11.516	6.076	89,5%	10.783	5.849	84,3%	93,6%	96,3%	-264
Portal Florida Center	5.617	1.567	258,4%	4.164	1.176	254,1%	74,1%	75,0%	-90

Portal La Dehesa	3.937	2.131	84,8%	3.547	1.495	137,3%	90,1%	70,2%	1.995
Portal La Reina	1.614	1.375	17,4%	1.463	1.246	17,5%	90,7%	90,6%	9
Portal Rancagua	2.315	1.513	53,0%	2.175	1.487	46,3%	94,0%	98,3%	-430
Portal Temuco	3.162	1.219	159,3%	3.193	1.129	182,9%	101,0%	92,6%	841
Portal Ñuñoa	1.451	677	114,3%	1.219	624	95,4%	84,0%	92,1%	-810
Portal Belloto	1.493	1.064	40,4%	1.464	982	49,1%	98,1%	92,3%	573
Portal Osorno	1.503	415	262,1%	1.427	340	320,1%	95,0%	81,9%	1.312
Portal El Llano	1.557	892	74,6%	1.377	792	73,9%	88,4%	88,8%	-35
Power Centers	14.707	11.261	30,6%	14.010	10.849	29,1%	95,3%	96,3%	-108
• Chile	<b>65.558</b>	<b>35.736</b>	<b>83,4%</b>	<b>57.942</b>	<b>30.645</b>	<b>89,1%</b>	<b>88,4%</b>	<b>85,8%</b>	<b>263</b>
• Perú	<b>1.171</b>	<b>801</b>	<b>46,2%</b>	<b>1.032</b>	<b>618</b>	<b>67,0%</b>	<b>88,1%</b>	<b>77,2%</b>	<b>1.096</b>
• Colombia	<b>932</b>	<b>799</b>	<b>16,7%</b>	<b>555</b>	<b>465</b>	<b>19,4%</b>	<b>59,6%</b>	<b>58,2%</b>	<b>136</b>
<b>TOTAL</b>	<b>67.661</b>	<b>37.336</b>	<b>81,2%</b>	<b>59.529</b>	<b>31.727</b>	<b>87,6%</b>	<b>88,0%</b>	<b>85,0%</b>	<b>300</b>

### 1.3 Margen EBITDA Ajustado Sin IFRS 16

	2T 2022		6M 2022		2T 2021		6M 2021	
	IFRS 16 / % EBITDA		IFRS 16 / % EBITDA		IFRS 16 / % EBITDA		IFRS 16 / % EBITDA	
	sin IFRS16	con IFRS16						
Chile	<b>86,3%</b>	<b>88,4%</b>	88,0%	90,1%	<b>82,4%</b>	<b>85,8%</b>	<b>85,0%</b>	<b>88,2%</b>
Perú	<b>73,8%</b>	<b>88,1%</b>	75,6%	90,6%	<b>59,3%</b>	<b>77,2%</b>	<b>66,5%</b>	<b>83,4%</b>
Colombia	<b>59,6%</b>	<b>59,6%</b>	56,7%	56,7%	<b>58,2%</b>	<b>58,2%</b>	<b>58,7%</b>	<b>58,7%</b>
<b>Total EBITDA</b>	<b>85,7%</b>	<b>88,0%</b>	<b>87,3%</b>	<b>89,6%</b>	<b>81,4%</b>	<b>85,0%</b>	<b>84,1%</b>	<b>87,5%</b>

### 1.4 Detalle Impuesto FFO

Impuesto a la Renta	2T 2022	2T 2021	6M 2022	6M 2021
Impuesto diferido revaluación activos	3.119	3.549	2.748	4.574
Impuesto diferido otros conceptos	12.263	88	15.173	33
Impuesto corriente	-10.896	-3.714	-18.849	-8.279
<b>Total</b>	<b>4.486</b>	<b>-76</b>	<b>-927</b>	<b>-3.672</b>
<b>Impuesto diferido total (FFO)</b>	<b>15.383</b>	<b>3.637</b>	<b>17.922</b>	<b>4.607</b>

### 1.5 Balance Consolidado

	jun-22	dic-21	Var. (%)
<b>Activos Corrientes</b>	<b>156.075</b>	<b>129.576</b>	<b>20,5%</b>
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	106.217	26.148	306,2%
Otros activos financieros corrientes	6.344	52.205	-87,8%
Otros Activos No Financieros, Corriente	2.526	88	2786,7%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	12.730	20.765	-38,7%
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, Corriente	6.831	9.708	-29,6%

Activos por impuestos corrientes, corrientes	21.428	20.662	3,7%
<b>Activos No Corrientes</b>	<b>3.875.123</b>	<b>3.843.616</b>	<b>0,8%</b>
Otros activos no financieros no corrientes	5.931	5.556	6,8%
Activos intangibles distintos de la plusvalía	545	438	24,3%
Propiedades de Inversión	3.830.811	3.794.629	1,0%
Activos por Impuestos Diferidos	37.836	42.993	-12,0%
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>4.031.198</b>	<b>3.973.192</b>	<b>1,5%</b>

	jun-22	dic-21	Var. (%)
<b>Pasivos Corrientes</b>	<b>67.338</b>	<b>47.745</b>	<b>41,0%</b>
Otros pasivos financieros corrientes	3.001	2.553	17,6%
Pasivos por arrendamientos, corrientes	5.070	4.500	12,7%
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	31.237	36.735	-15,0%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas, Corriente	1.445	568	154,3%
Otras provisiones corrientes	1.013	563	80,1%
Pasivos por impuestos corrientes, corrientes	11	6	76,6%
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	1.394	1.541	-9,5%
Otros pasivos no financieros corrientes	24.167	1.280	1788,2%
<b>Pasivos No Corrientes</b>	<b>1.278.277</b>	<b>1.257.538</b>	<b>1,6%</b>
Otros pasivos financieros no corrientes	632.811	593.140	6,7%
Pasivos por arrendamientos no corrientes	61.697	59.739	3,3%
Cuentas por Pagar, No Corriente	0	910	-100,0%
Pasivo por impuestos diferidos	570.712	591.855	-3,6%
Otros pasivos no financieros no corrientes	13.057	11.894	9,8%
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>1.345.616</b>	<b>1.305.283</b>	<b>3,1%</b>
Capital Emitido	707.171	707.171	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	1.616.970	1.622.817	-0,4%
Primas de emisión	317.986	317.986	0,0%
Otras Reservas	37.914	15.084	151,4%
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>2.680.041</b>	<b>2.663.058</b>	<b>0,6%</b>
Participaciones no controladoras	5.542	4.851	14,2%
<b>PATRIMONIO TOTAL</b>	<b>2.685.582</b>	<b>2.667.909</b>	<b>0,7%</b>
<b>TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO</b>	<b>4.031.198</b>	<b>3.973.192</b>	<b>1,5%</b>

## 1.6 Flujo de Caja Consolidado

	jun-22	jun-21	Var. (%)
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación</b>			
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	167.707	110.080	52,4%
Otros cobros por actividades de operación	3.160	621	409,0%
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	-31.268	-30.921	1,1%
Pagos a y por cuenta de los empleados	-3.401	-1.846	84,2%

Otros pagos por actividades de operación	-7.899	-3.401	132,2%
<b>Flujos de efectivo procedentes operaciones</b>	<b>128.300</b>	<b>74.533</b>	<b>72,1%</b>
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	-19.394	-21.862	-11,3%
Otras entradas (salidas) de efectivo	-23	991	n.a
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación</b>	<b>108.883</b>	<b>53.662</b>	<b>102,9%</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión</b>			
Compras de activos intangibles	-212	-86	147,6%
Compras de otros activos a largo plazo	-21.245	-3.779	462,2%
Intereses recibidos	68	5	1224,6%
Otras entradas (salidas) de efectivo	48.443	-22.539	N.A.
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión</b>	<b>27.053</b>	<b>-26.399</b>	<b>N.A.</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación</b>			
Pagos de pasivos por arrendamientos	-2.990	-2.733	9,4%
Dividendos Pagados	-51.175	-20.982	143,9%
Intereses Pagados	-4.667	-4.299	8,6%
Otras entradas (salidas) de efectivo	-5	-4	33,4%
<b>Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación</b>	<b>-58.837</b>	<b>-28.018</b>	<b>110,0%</b>
<b>Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio</b>	<b>77.099</b>	<b>-754</b>	<b>N.A.</b>
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	2.970	319	831,7%
<b>Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>80.069</b>	<b>-435</b>	<b>N.A.</b>
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	26.148	23.411	11,7%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	106.217	22.976	362,3%

## 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 <sup>5</sup>			Visitas			Ventas		
	2T22	2T21	Δ bps	2T22	2T21	Δ %	2T22	2T21	Δ %
Costanera Center	99,1%	98,1%	100	6.584	3.481	89,1%	154.606	86.082	79,6%
Torres de Oficinas	64,9%	62,7%	220	n.a	n.a	n.a	n.a.	n.a.	n.a
Alto Las Condes	98,9%	98,8%	14	3.306	2.016	64,0%	120.727	77.815	55,1%
Portal Florida Center	95,4%	92,9%	243	3.545	1.296	173,6%	66.341	32.527	104,0%
Portal La Dehesa	98,7%	99,4%	-72	1.624	948	71,2%	58.452	41.260	41,7%
Portal La Reina	98,9%	98,0%	84	1.225	955	28,2%	41.184	39.049	5,5%
Portal Rancagua	99,7%	99,5%	21	1.492	944	58,1%	47.160	36.845	28,0%
Portal Temuco	99,1%	98,7%	35	2.272	1.107	105,2%	51.722	34.456	50,1%
Portal Ñuñoa	98,6%	96,1%	246	1.376	789	74,4%	28.463	21.437	32,8%
Portal Belloto	100,0%	99,2%	78	1.664	985	69,0%	26.766	24.661	8,5%
Portal Osorno	97,8%	97,3%	46	1.291	836	54,5%	20.467	15.440	32,6%
Portal El Llano	99,6%	92,0%	757	1.371	763	79,8%	30.322	25.731	17,8%
Power Centers	98,9%	99,2%	-30	n.a	0	n.a	372.695	388.053	-4,0%
• Chile	<b>98,6%</b>	<b>98,1%</b>	<b>53</b>	<b>25.750</b>	<b>14.119</b>	<b>82,4%</b>	<b>1.018.906</b>	<b>823.356</b>	<b>23,8%</b>
• Perú	<b>81,1%</b>	<b>80,8%</b>	<b>37</b>	<b>679</b>	<b>562</b>	<b>20,7%</b>	<b>20.657</b>	<b>16.745</b>	<b>23,4%</b>
• Colombia	<b>95,3%</b>	<b>93,8%</b>	<b>149</b>	<b>N.A.</b>	<b>N.A.</b>	<b>N.A.</b>	<b>18.778</b>	<b>14.187</b>	<b>32,4%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>97,7%</b>	<b>97,2%</b>	<b>57</b>	<b>26.429</b>	<b>14.682</b>	<b>80,0%</b>	<b>1.058.341</b>	<b>854.289</b>	<b>23,9%</b>

### 2.2. GLA por activo

Ubicaciones	GLA Terceros			GLA Relacionadas			GLA Total		
	2T22	2T21	Var%	2T22	2T21	Var%	2T22	2T21	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	82.429	0,0%	38.798	38.798	0,0%	121.227	121.215	0,0%
Portal Florida Center	66.124	66.124	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%	66.360	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%

<sup>5</sup> 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	7,9%
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%	424.769	438.420	-3,1%	454.619	454.514	0,0%
<b>Total Chile</b>	<b>437.405</b>	<b>426.888</b>	<b>2,5%</b>	<b>786.906</b>	<b>795.974</b>	<b>-1,1%</b>	<b>1.224.312</b>	<b>1.222.862</b>	<b>0,1%</b>
<b>Total Perú</b>	<b>25.471</b>	<b>25.471</b>	<b>0,0%</b>	<b>25.084</b>	<b>24.602</b>	<b>2,0%</b>	<b>50.555</b>	<b>50.073</b>	<b>1,0%</b>
<b>Total Colombia</b>	<b>10.292</b>	<b>11.372</b>	<b>-9,5%</b>	<b>54.493</b>	<b>54.493</b>	<b>0,0%</b>	<b>64.785</b>	<b>65.865</b>	<b>-1,6%</b>
<b>Cencosud Shopping</b>	<b>473.168</b>	<b>463.731</b>	<b>2,0%</b>	<b>866.483</b>	<b>875.069</b>	<b>-1,0%</b>	<b>1.339.651</b>	<b>1.338.800</b>	<b>0,1%</b>

### 2.3. GLA por Rubro / País

Rubro	Al 31 de junio 2022			
	Chile	Perú	Colombia	Total
Entretenimiento	6,0%	20,2%	4,8%	6,5%
Servicios esenciales	52,3%	51,8%	85,2%	53,9%
Retail	32,4%	8,9%	1,2%	29,9%
Servicios, Oficinas y Hotel	8,0%	0,2%	4,1%	7,5%
Vacante	1,4%	18,9%	4,7%	2,3%
<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)	
		jun-22	dic-21
Chile	663.079	121.347	121.347
Perú	16.254	35.385	30.759
Colombia	70.792	122.068	116.530
<b>Cencosud Shopping</b>	<b>750.125</b>	<b>278.799</b>	<b>268.637</b>

- 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.

## Índices Macroeconómicos

### 3.1. Tipo de Cambio

Cierre				Promedio			
	2T22	2T21	Var%		2T22	2T21	Var%
CLP/USD	932,08	727,76	28,1%	CLP/USD	840,76	715,55	17,5%
CLP/PEN	243,74	188,31	29,4%	CLP/PEN	224,62	188,95	18,9%
CLP/COP	0,22	0,19	15,8%	CLP/COP	0,22	0,19	12,1%

### 3.2. Inflación

País	2T22	2T21
Chile	12,5%	3,8%
Perú	9,3%	3,5%
Colombia	9,7%	3,6%

### 3.3. Tasa de Descuento Propiedades de Inversión

País	2T22	2T21
Chile	4,0% - 6,0%	4,37%
Perú	4,5% - 6,5%	4,63%

## 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

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

Marisol Fernández  
Gerente Relación con Inversionistas y Sostenibilidad

Mafalda Torres  
Subgerente Relación con Inversionistas

Andrés Guarda  
Analista Senior Relación con Inversionistas

María Trinidad Fuenzalida  
Analista Relación con Inversionistas

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