

REPORTE DE RESULTADOS

Segundo trimestre - 2021



01 Resultados Segundo Trimestre 2021

Cencosud Shopping aumentó sus ventas un 65% a/a y logró un alza del GLA abierto en 2.032 bps. El aumento de 941 bps en el Margen EBITDA Ajustado a/a se explica por el aumento de la superficie abierta, mayor niveles de cobro de arriendos variables y menores descuentos de arriendo.

Ingresos
+64,9%



El crecimiento en ingresos se explica por la apertura gradual de los centros comerciales, la disminución en los descuentos brindados a los locatarios y el aumento de los aforos. Además, durante el trimestre, se han agregado nuevos m² de oficinas en la Torre Costanera Center, y se han contabilizado mayor cantidad de visitas al Sky Mirador y uso de estacionamientos.

Tráfico **+108,9%**
Venta Locatarios
+84,9%



El aumento en la venta de locatarios refleja la mejora en el consumo y el desempeño de los eventos realizados durante el trimestre: Cyberday, Día de la Madre y Día del Padre. Además, los rubros de supermercados y productos relacionados con el hogar continúan con un alza en ventas a/a. El crecimiento en tráfico se explica por menores restricciones a la movilidad y mayores aforos vs 2020.

EBITDA Ajustado
+85,4%



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

Utilidad
CLP **9.682** millones



La utilidad del período refleja principalmente la mejora en el desempeño del negocio y la menor caída en la revaluación de activos versus 2T20.

FFO
CLP **25.370** millones



La Compañía logra un FFO positivo en el período como consecuencia de la reapertura gradual del GLA y la baja en deudores incobrables. Lo anterior sin perjuicio de los descuentos brindados a los locatarios.

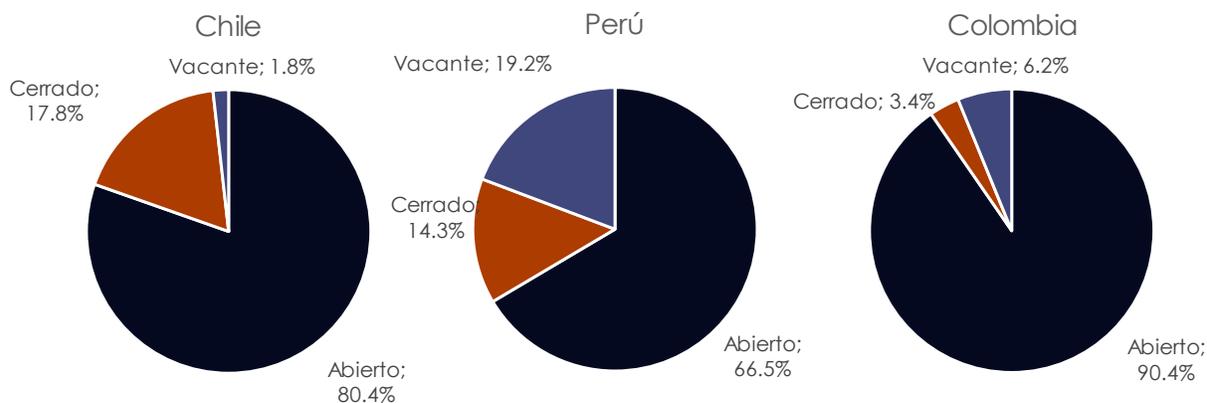
PRINCIPALES CIFRAS

	2T21	2T20	Var. (%)	6M21	6M20	Var. (%)
CLP millones						
Ingresos	37.336	22.639	64,9%	81.287	75.902	7,1%
EBITDA Ajustado/ NOI	31.727	17.109	85,4%	71.109	66.140	7,5%
% EBITDA Ajustado / NOI	85,0%	75,6%	941 bps	87,5%	87,1%	34 bps
FFO	25.370	4.792	429,4%	58.517	42.249	38,5%
Utilidad neta Rev. Activos	19.179	1.643	1067,5%	45.010	34.519	30,4%
GLA (m²)						
GLA (m²)	1.338.766	1.338.761	0,0%	1.338.766	1.338.761	0,0%
Tasa de ocupación (%)	97,2%	98,5%	-131 bps	97,2%	98,5%	-131 bps
Visitas (miles)	14.682	7.028	108,9%	37.517	33.306	12,6%
Ventas locatarios	854.289	462.150	84,9%	1.699.047	1.176.388	44,4%

02 Hechos Relevantes

COVID-19

A nivel consolidado, en el 2T21 se vio un alza en el GLA abierto respecto al 2T20 a pesar del aumento de las restricciones sanitarias y de movilidad durante los meses de abril y junio. El detalle por mes del segundo trimestre es: abril 77,9%, 85,7% en mayo y 80,4% en junio. A continuación, el detalle por país al cierre de junio:



Durante el trimestre, los cierres de las ubicaciones en Chile y el % de GLA abierto promedio se dio de la siguiente forma:

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

Durante el trimestre, **Perú** fue viendo una apertura gradual y menores restricciones en sus centros comerciales. El trimestre empezó con restricciones de movilidad a los días domingo, aforos del 40% y una hora máxima de cierre a las 6 PM, además la ciudad de Arequipa se mantuvo en cuarentena total un poco más de un mes. Sin embargo el trimestre terminó sin restricciones de movilidad, aforos alrededor del 80% y cierre de tiendas a las 9 PM, generando un crecimiento en la demanda y una mayor activación de la economía.

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

Medidas de Apoyo a Locatarios

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

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

¹ El Plan Paso a Paso es una estrategia en Chile para enfrentar la pandemia según la situación sanitaria de cada zona en particular. Se trata de 5 escenarios o pasos graduales, que van desde la Cuarentena hasta la Apertura Avanzada, con restricciones y obligaciones específicas. El avance o retroceso de un paso particular a otro está sujeta a indicadores epidemiológicos, red asistencial y trazabilidad. Las fases son las siguientes: Fase 1 "Cuarentena", Fase 2 "Transición", Fase 3 "Preparación", Fase 4 "Apertura Inicial" y Fase 5 "Apertura Avanzada". Fuente: www.gob.cl/pasoapaso. Fase al 30 de junio de 2021.

² Promedio calculado con el GLA abierto al final de cada mes.

Aperturas en el período

- Durante el trimestre ingresó una nueva empresa a la Torre de Oficinas del complejo Costanera Center, ocupando 1.553 m². A la fecha la ocupación de las oficinas es de un 62,7% de un total de 65.000 m² recepcionados.

Sostenibilidad / Progreso ASG

- **Fortalecimiento gestión ambiental:** Cencosud Shopping está trabajando para mejorar la calidad de vida de sus colaboradores, clientes, locatarios y grupos e interés a través de una experiencia única y sostenible. En el marco de la Política Medioambiental, se busca analizar el impacto de los proyectos de la Compañía, calificándolos desde un entorno ambiental y gestionando la mitigación de los problemas significativos para llevar a cabo dichos proyectos, cuidando el planeta y asegurando el cumplimiento de las normativas vigentes. Para esto se está desarrollando una serie de procedimientos para seguir fortaleciendo una gestión sostenible y coherente, empezando con una referente a los nuevos proyectos y remodelaciones.
- **Feria Mercado Emprende Centros Comerciales:** Con el objetivo de apoyar y promover la reactivación económica de pymes de más de 50 comunas, Costanera Center, Alto Las Condes y 9 de nuestros Portales (La Dehesa, Ñuñoa, El Llano, La Reina, Belloto, Rancagua, Temuco, Osorno y Florida Center) realizaron la Feria Mercado Emprende, la más grande a nivel nacional. La iniciativa se concretó gracias a la participación de entidades públicas y privadas como Sercotec, Corfo, 3 Municipios, la Asociación Nacional de Comercio Justo y el Ministerio de Mujer y Equidad de Género. Esta vitrina promovió el aumento de contactos con clientes de los más de mil emprendedores en un 87%, ampliando las redes de ventas de productos únicos de origen, sustentables e innovadores.



Estado de Resultados³

	2T21	2T20	Var. (%)	6M21	6M20	Var. (%)
Ingresos	37.336	22.639	64,9%	81.287	75.902	7,1%
Chile	35.736	21.222	68,4%	77.970	72.108	8,1%
Perú	801	606	32,0%	1.700	1.942	-12,5%
Colombia	799	811	-1,5%	1.617	1.853	-12,7%
Costo de Ventas	-3.302	-2.261	46,0%	-5.800	-3.427	69,2%
Ganancia Bruta	34.033	20.378	67,0%	75.487	72.475	4,2%
Margen Bruto	91,2%	90,0%	114 bps	92,9%	95,5%	-262 bps
Gasto de Administración y Ventas	-2.350	-3.368	-30,2%	-4.560	-6.580	-30,7%
GAV/ Ingresos	-6,3%	-14,9%	859 bps	-5,6%	-8,7%	306 bps
Otros ingresos, por función	-13.134	-16.841	-22,0%	-16.925	-13.334	26,9%
Otros gastos, por función	21	57	-63,5%	61	37	62,8%
Otras ganancias (pérdidas)	-1	18	-108,2%	74	161	-53,9%
Resultado Operacional	18.569	243	7532,1%	54.137	52.758	2,6%
Costo Financiero Neto	-2.619	-2.572	1,9%	-5.235	-4.653	12,5%
Diferencias de tipo de cambio	-151	-1.330	-88,7%	-245	-1.303	-81,2%
Resultado por Unidades de Reajuste	-6.041	-1.819	232,0%	-12.294	-7.358	67,1%
Resultado No Operacional	-8.810	-5.721	54,0%	-17.773	-13.314	33,5%
Resultado antes de impuestos	9.759	-5.478	-278,2%	36.364	39.444	-7,8%
Impuesto a la renta	-76	-3.332	-97,7%	-3.672	-12.801	-71,3%
Ganancia (pérdida)	9.682	-8.809	n.a.	32.692	26.643	22,7%
EBITDA Ajustado	31.727	17.109	85,4%	71.109	66.140	7,5%
Chile	30.645	16.192	89,3%	68.743	63.391	8,4%
Perú	618	458	34,8%	1.417	1.679	-15,6%
Colombia	465	459	1,4%	949	1.070	-11,3%
Margen EBITDA	85,0%	75,6%	941 bps	87,5%	87,1%	34 bps
Utilidad	9.682	-8.809	-209,9%	32.692	26.643	22,7%
Revaluación de activos	-13.134	-16.841	-22,0%	-16.925	-13.334	26,9%
Impuesto diferido	3.637	6.389	-43,1%	4.607	5.458	-15,6%
Utilidad Neta de Revalorización de activos	19.179	1.643	1067,5%	45.010	34.519	30,4%

CHILE

Los **ingresos** crecieron 68,4% alcanzando CLP 35.736 millones, reflejo del aumento en el consumo, las menores restricciones a la movilidad, la baja base de comparación del año anterior y los menores descuentos otorgados a los locatarios. Los menores ingresos vs 1T21 se vieron impulsados por el no cobro del arriendo a locatarios de rubros no esenciales en los días cerrados en fase 1 (abril y junio) y 2 (mayo y junio). El impacto en ingresos también incluyó mayores cobros de

³ Cifras en CLP millones al 30 de junio de 2021.

estacionamiento y mayores visitas al mirador Sky Costanera. Además, durante el trimestre hubo un aumento de arriendo de oficinas a/a y un mayor cobro de arriendo variable, principalmente a los locatarios relacionados a rubros de supermercado y hogar que mantienen su fuerte demanda.

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

PERÚ

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

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

COLOMBIA

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

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

RESULTADO OPERACIONAL

El resultado operacional creció en más de 75 veces explicado por el crecimiento en ingresos, la disminución de la provisión del deudor incobrable en el gasto de administración y ventas y un revalúo de propiedades de inversión menos negativo vs el año anterior. La mejor revaluación de activos del 2T21 vs 2T20 se explica por una actualización en el desempeño de los Centros Comerciales.

Tasa de descuento Propiedades de Inversión⁴

País	2T21	2T20
Chile	4,37%	4,75%
Perú	4,63%	5,62%

⁴ En el caso de Colombia el revalúo de Propiedades de Inversión se calcula por tasación.

Conciliación NOI y FFO

NOI / EBITDA AJUSTADO	2T21	2T20	Var. (%)	6M21	6M20	Var. (%)
Ingresos ordinarios	37.336	22.639	64,9%	81.287	75.902	7,1%
(+) Costo de ventas	-3.302	-2.261	46,0%	-5.800	-3.427	69,2%
(+) Gasto de administración	-2.350	-3.368	-30,2%	-4.560	-6.580	-30,7%
(+) Otros gastos de administración	19	75	-74,2%	135	198	-31,9%
(+) Depreciación y Amortización	24	24	1,3%	47	48	-2,4%
NOI	31.727	17.109	85,4%	71.109	66.140	7,5%

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

Funds from Operations (FFO) logra nuevamente un resultado positivo en el período, creciendo CLP 14.618 millones en 2T21 respecto al mismo período del 2020 por el mayor EBITDA generado en el período debido a la apertura gradual de los centros comerciales, menores descuentos, y mayor porcentaje de población vacunación impulsado una mayor activación de la economía.

Gross Leasable Area (GLA)⁵

Ubicaciones	GLA Terceros			GLA Relacionadas			GLA Total		
	2T21	2T20	Var%	2T21	2T20	Var%	2T21	2T20	Var%
Costanera Center	90.020	90.020	0,0%	39.809	39.809	0,0%	129.829	129.829	0,0%
Oficinas Costanera	50.302	50.302	0,0%	14.698	14.698	n.a	65.000	65.000	0,0%
Alto Las Condes	72.150	72.150	0,0%	49.065	49.065	0,0%	121.215	121.215	0,0%
Portal Florida Center	53.687	53.687	0,0%	69.501	69.501	0,0%	123.188	123.188	0,0%
Portal La Dehesa	32.630	32.630	0,0%	34.104	34.104	0,0%	66.734	66.734	0,0%
Portal La Reina	9.045	9.045	0,0%	29.153	29.153	0,0%	38.198	38.198	0,0%
Portal Rancagua	7.295	7.295	0,0%	36.411	36.411	0,0%	43.705	43.705	0,0%
Portal Temuco	31.670	31.670	0,0%	28.101	28.101	0,0%	59.771	59.771	0,0%
Portal Ñuñoa	14.723	14.723	0,0%	17.674	17.674	0,0%	32.396	32.396	0,0%
Portal Belloto	8.818	8.818	0,0%	33.596	33.596	0,0%	42.414	42.414	0,0%
Portal Osorno	7.771	7.771	0,0%	15.120	15.120	0,0%	22.891	22.891	0,0%
Portal El Llano	6.885	6.885	0,0%	16.088	16.088	0,0%	22.973	22.973	0,0%
Power Centers	16.094	16.094	0,0%	438.420	438.420	0,0%	454.514	454.514	0,0%
Total Chile	401.090	401.090	0,0%	821.738	821.738	0,0%	1.222.828	1.222.828	0,0%
Total Perú	25.471	20.279	25,6%	24.602	29.794	-17,4%	50.073	50.073	0,0%
Total Colombia	11.372	11.367	0,0%	54.493	54.493	0,0%	65.865	65.860	0,0%
Cencosud Shopping	437.933	432.736	1,2%	900.833	906.025	-0,6%	1.338.766	1.338.761	0,0%

GLA por Rubro⁶

Rubro	Al 30 de junio 2021			
	Chile	Perú	Colombia	Total
Entretenimiento	5,8%	20,2%	7,7%	6,4%
Servicios esenciales	52,0%	51,1%	83,9%	53,5%
Retail	32,6%	7,6%	1,6%	30,1%
Servicios, Oficinas y Hotel	7,9%	1,8%	0,6%	7,3%
Vacante	1,8%	19,2%	6,2%	2,7%
Total	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

⁵ El cambio de en el GLA de Perú se debe al cierre de Tiendas por Departamento Arequipa que deja de pertenecer a EERR.

⁶ Entretenimiento incluye cines, gimnasios, patios de comida y restaurantes. Servicios esenciales incluye Supermercado, Mejoramiento del Hogar, bancos, centros médicos y farmacias. Retail considera tiendas por departamento y tiendas satélites. Servicios incluye lavanderías, peluquerías, agencias de viajes, servicios de pago. Oficinas incluye torres (m2 habilitados) y oficinas Cencosud (ALC, CC, FLC).

Participación en Ingresos de Terceros y Relacionadas

Ingresos	2T21		2T20		6M21		6M20	
	3ros	EERR	3ros	EERR	3ros	EERR	3ros	EERR
Total Chile	47,4%	52,6%	24,2%	75,8%	47,4%	52,6%	24,2%	75,8%
Total Perú	46,0%	54,0%	18,0%	82,0%	46,0%	54,0%	18,0%	82,0%
Total Colombia	18,6%	81,4%	14,3%	85,7%	18,6%	81,4%	14,3%	85,7%
Shopping	46,8%	53,2%	23,7%	76,3%	46,8%	53,2%	23,7%	76,3%

Tipo de Ingresos

	2T21	2T20	6M21	6M20
Arriendo Fijo	72,3%	80,0%	73,8%	81,5%
Arriendo Variable	19,4%	13,7%	18,3%	8,8%
Estacionamientos	4,4%	3,0%	4,5%	5,4%
Oficinas, Sky Costanera y otros	4,0%	3,2%	3,4%	4,3%
Consolidado	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%

Al cierre del 2T21, el 91,6% de los ingresos provino de ingresos por renta, de los cuales el 75,3% corresponden a arriendo fijo y 19,4% a arriendo variable. La composición de los ingresos cambia a una mayor contribución variable reflejo de los descuentos entregados a locatarios por los días cerrados y el incremento de las ventas en algunos rubros de supermercado y categorías del hogar.

Duración de los Contratos (años)

% Vencimiento (de acuerdo al GLA) ⁷	menor a 2	entre 2 y 3	entre 3 y 4	entre 4 y 5	sobre 5
Chile	8,0%	5,5%	3,0%	3,1%	80,4%
Perú	6,6%	0,1%	8,3%	0,0%	85,1%
Colombia	3,2%	92,8%	0,0%	4,0%	0,0%
Consolidado	7,7%	9,9%	3,0%	3,0%	76,4%

% Vencimiento (de acuerdo a los ingresos) ⁸	menor a 2	entre 2 y 3	entre 3 y 4	entre 4 y 5	sobre 5
Chile	26,7%	13,5%	6,9%	3,0%	49,9%
Perú	11,3%	0,7%	8,2%	0,0%	79,8%
Colombia	4,2%	93,3%	0,0%	2,4%	0,0%
Consolidado	26,1%	14,8%	6,7%	2,9%	49,4%

Al cierre del segundo trimestre 2021, la duración ponderada de los contratos de arriendo era de 10,1 años según el GLA y de 6,0 años según los ingresos.

⁷ Considera los ingresos por arriendo fijo, según el periodo que les queda para vencer.

⁸ Considera los ingresos por arriendo asociados al arriendo fijo, se determinan según el periodo que les queda para vencer.

Desempeño por activo Segundo Trimestre

Ubicaciones	Ingresos (CLP MM)			Ocupación ⁹			Visitas (miles)			Ventas (CLP MM)			NOI (CLP MM)		
	2T21	2T20	Var%	2T21	2T20	Δ BPS	2T21	2T20	Var%	2T21	2T20	Var%	2T21	2T20	Var%
Costanera Center	5.956	1.669	256,9%	98,1%	99,6%	-151	3.481	1.122	210,2%	86.082	18.093	375,8%	4.228	89	4630,8%
Oficinas Costanera	1.590	971	63,8%	62,7%	52,3%	1.044	n.a	n.a	n.a	0	n.a	n.a	449	497	-9,6%
Alto Las Condes	6.076	1.993	204,8%	98,8%	99,2%	-38	2.016	559	260,8%	77.815	25.416	206,2%	5.849	1.282	356,3%
Florida Center	1.567	1.415	10,8%	92,9%	98,8%	-591	1.296	855	51,5%	32.527	18.914	72,0%	1.176	1.144	2,8%
Portal La Dehesa	2.131	828	157,4%	99,4%	99,5%	-8	948	482	96,9%	41.260	20.048	105,8%	1.495	454	229,4%
Portal La Reina	1.375	865	59,0%	98,0%	99,1%	-103	955	629	51,7%	39.049	22.133	76,4%	1.246	772	61,4%
Portal Rancagua	1.513	1.066	42,0%	99,5%	99,8%	-30	944	681	38,7%	36.845	23.712	55,4%	1.487	945	57,3%
Portal Temuco	1.219	690	76,8%	98,7%	99,2%	-43	1.107	469	135,9%	34.456	10.230	236,8%	1.129	461	145,1%
Portal Ñuñoa	677	275	145,8%	96,1%	85,6%	1.055	789	433	82,3%	21.437	12.849	66,8%	624	243	156,9%
Portal Belloto	1.064	641	66,0%	99,2%	99,7%	-44	985	481	104,9%	24.661	12.644	95,0%	982	529	85,7%
Portal Osorno	415	274	51,7%	97,3%	97,6%	-29	836	516	61,9%	15.440	6.244	147,3%	340	185	83,8%
Portal El Llano	892	518	72,1%	92,0%	89,8%	221	763	539	n.a	25.731	17.300	48,7%	792	-32	N.A.
Power Centers	11.261	10.018	12,4%	99,2%	99,6%	-37	0	0	n.a	388.053	240.787	61,2%	10.849	9.624	12,7%
Total Chile	35.736	21.222	68,4%	98,1%	98,8%	-74	14.119	6.766	108,7%	823.356	428.370	92,2%	30.645	16.192	89,3%
Total Perú	801	607	32,0%	80,8%	96,0%	-1.524	562	261	115,2%	16.745	15.068	11,1%	618	458	34,8%
Total Colombia	799	811	-1,5%	93,8%	94,6%	-75	n.a	n.a	n.a	14.187	18.712	-24,2%	465	459	1,4%
Total Shopping	37.336	22.640	64,9%	97,2%	98,5%	-131	14.682	7.028	108,9%	854.289	462.150	84,9%	31.727	17.109	85,4%

La tasa de ocupación de centros comerciales alcanza 97,2% a nivel consolidado, debido principalmente a una disminución en Perú por el cierre de Tiendas por Departamento en Arequipa.

Las visitas crecieron 108,9%, debido a la baja base de comparación del año 2020. Las ventas de locatarios crecieron 84,9% explicado en parte por la base de comparación y por la fuerte demanda vista durante el trimestre en los eventos Cyberday y días de la madre y del padre. Además los rubros de supermercado y categorías del hogar siguen mostrando importantes crecimientos impulsado por el continuo crecimiento en el consumo.

En Chile, las mayores ventas se componen por un crecimiento en los rubros de supermercado, hogar y deporte que son un porcentaje relevante de nuestros centros comerciales, y en menor medida las tiendas satélites¹⁰.

En Perú, la variación se explica por las menores ventas en general impulsado por las reaperturas del comercio. En Colombia, la variación se debe a las menores ventas de tiendas satélites y el impacto las tiendas relacionadas por restricciones durante el trimestre.

⁹ La ocupación consolidada de Chile y Cencosud Shopping refleja la ocupación de centros comerciales, excluyendo los metros cuadrados de oficinas.

¹⁰ Se denominan tiendas satélites las tiendas de retail de menor superficie.

Desempeño por activo Acumulado Junio

Ubicaciones	Ingresos (CLP MM)			Visitas (miles)			Ventas (CLP MM)			NOI (CLP MM)		
	6M21	6M20	Var%	6M21	6M20	Var%	6M21	6M20	Var%	6M21	6M20	Var%
Costanera Center	14.141	12.903	9,6%	8.087	9.166	-11,8%	191.710	116.180	65,0%	11.290	9.694	16,5%
Oficinas Costanera	2.688	2.409	11,6%	n.a	n.a	n.a.	n.a	n.a	n.a.	769	1.545	-50,2%
Alto Las Condes	13.737	11.643	18,0%	4.535	4.724	-4,0%	166.196	101.832	63,2%	12.641	10.688	18,3%
Florida Center	5.081	6.209	-18,2%	3.832	4.417	-13,2%	83.245	66.729	24,8%	4.295	5.669	-24,2%
Portal La Dehesa	4.513	3.908	15,5%	2.282	1.989	14,7%	89.995	53.134	69,4%	3.509	3.110	12,8%
Portal La Reina	2.717	2.251	20,7%	2.067	1.970	5,0%	77.884	50.482	54,3%	2.526	2.126	18,8%
Portal Rancagua	3.098	2.779	11,5%	2.341	2.447	-4,3%	77.829	55.234	40,9%	2.981	2.730	9,2%
Portal Temuco	2.641	2.820	-6,3%	2.008	2.790	-28,0%	59.256	40.958	44,7%	2.568	2.573	-0,2%
Portal Ñuñoa	1.322	1.328	-0,4%	1.684	1.857	-9,3%	41.534	30.282	37,2%	1.228	1.293	-5,0%
Portal Belloto	2.180	1.974	10,5%	2.167	2.843	-23,8%	48.165	32.510	48,2%	2.096	1.797	16,6%
Portal Osorno	1.077	1.280	-15,8%	1.507	2.391	-37,0%	27.119	20.671	31,2%	980	1.101	-11,0%
Portal El Llano	1.566	1.316	19,0%	1.652	1.559	n.a	49.276	34.732	41,9%	1.428	694	105,8%
Power Centers	23.208	21.288	9,0%	n.a	n.a	n.a.	723.642	498.834	45,1%	22.431	20.371	10,1%
Total Chile	77.970	72.108	8,1%	32.163	36.153	-11,0%	1.635.851	1.101.579	48,5%	68.743	63.391	8,4%
Total Perú	1.700	1.942	-12,5%	1.143	1.364	-16,2%	33.501	37.386	-10,4%	1.417	1.679	-15,6%
Total Colombia	1.617	1.853	-12,7%	n.a	n.a	n.a	29.695	37.423	-20,7%	949	1.070	-11,3%
Total Shopping	81.287	75.902	7,1%	33.306	37.517	-11,2%	1.699.047	1.176.388	44,4%	71.109	66.140	7,5%

Datos Operacionales

Chile	1T20	2T20	3T20	4T20	1T21	2T21
SSS	-2,6%	-21,0%	-3,8%	20,8%	21,4%	92,5%
SSR	-6,7%	-58,4%	-51,4%	-13,0%	-4,6%	63,1%
Costo de Ocupación	9,5%	9,2%	7,7%	7,3%	6,4%	6,0%

Perú	1T20	2T20	3T20	4T20	1T21	2T21
SSS	-6,7%	-8,0%	-5,8%	-2,2%	-9,3%	21,4%
SSR	-9,4%	-53,6%	-44,2%	-26,1%	-21,2%	46,4%
Costo de Ocupación	7,3%	5,6%	6,3%	5,8%	5,6%	6,5%

Colombia	1T20	2T20	3T20	4T20	1T21	2T21
SSS	9,7%	1,6%	-5,3%	-2,5%	-7,8%	-5,6%
SSR	0,3%	-12,0%	-8,6%	-9,9%	-11,2%	3,0%
Costo de Ocupación	6,4%	5,9%	6,0%	5,9%	5,8%	5,8%

- **Same Store Sales (SSS):** En Chile se observó un aumento en el SSS de 92,5%, explicado principalmente por la reapertura de los centros comerciales en sus áreas no esenciales y aumento del consumo en el trimestre, impulsada por los eventos del Cyberday y días de la madre y padre. Además, los rubros de supermercado y mejoramiento del hogar han tenido un impacto positivo debido a su continuo crecimiento durante el trimestre. En Perú se observó un SSS de 21,4% debido a una mayor apertura y activación de la economía. En Colombia se observó un SSS negativo de 5,6% sin embargo mejor que el trimestre anterior, explicado por el funcionamiento parcial de los centros comerciales producto de la pandemia. El bajo

desempeño se explica por la caída en el SSS de tiendas satélites y tiendas anclas, parcialmente compensado por el crecimiento de tiendas relacionadas.

- **Same Store Rent (SSR):** El SSR se vio impulsado por los menores descuentos al arriendo fijo a los locatarios menores a 4.000 m² y por la devolución de menores días que debieron permanecer cerrados en el trimestre producto de COVID-19.
- **Costo de Ocupación (%)¹¹:** El costo de ocupación disminuye respecto a 2T20 debido al menor pago de arriendo de los locatarios producto de los descuentos (COVID-19) y menor gasto común como resultado de las medidas de eficiencia y renegociaciones de contratos con proveedores. En el caso de Perú crece ligeramente debido a regularizaciones en el gasto común producto de la mayor apertura de los Centros Comerciales.

06 Balance Consolidado

CLP MM AL 30 DE JUNIO 2021

	jun-21	dic-20	Var. (%)
Activos Corrientes	126.219	93.751	34,6%
Activos No Corrientes	3.855.354	3.884.647	-0,8%
TOTAL ACTIVOS	3.981.572	3.978.398	0,1%
Pasivos Corrientes	44.846	50.291	-10,8%
Pasivos No Corrientes	1.251.262	1.246.122	0,4%
TOTAL PASIVOS	1.296.107	1.296.413	0,0%
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	2.681.137	2.677.478	0,1%
Participaciones no controladoras	4.328	4.507	-4,0%
PATRIMONIO TOTAL	2.685.465	2.681.985	0,1%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	3.981.572	3.978.398	0,1%

ACTIVOS

Al 30 de junio 2021 el Total de Activos aumentó CLP 3.174 millones en comparación con diciembre 2020, explicado por el aumento de Activos Corrientes en CLP 32.467 millones, compensado parcialmente por una disminución en Activos No Corrientes en CLP 29.293 millones.

El aumento en Activos Corrientes se explica por:

- Un incremento de CLP 22.261 millones en Otros activos financieros, como resultado de la mayor inversión en cuotas de fondos mutuos debido a una mayor liquidez; y
- Un crecimiento de CLP 13.749 millones en Activos por impuestos corriente, explicado por la mejor performance de los centros comerciales durante el trimestre.

¹¹ Costo de ocupación se calcula como la división entre renta fija + renta variable + gastos comunes + fondo de publicidad sobre las ventas de los locatarios. Cifra determinada en forma acumulada al cierre de cada trimestre.

La disminución en Activos No Corrientes se explica por:

- La caída en CLP 27.572 millones en Propiedades de Inversión como resultado de la revaluación de activos del período, actualizada sobre el desempeño en pandemia de los Centros Comerciales.

PASIVOS

Al 30 de junio 2021, el Total de Pasivos cayó CLP 306 millones en comparación con diciembre 2020 debido a una disminución de Pasivos Corrientes por CLP 5.446 millones y compensado parcialmente por un aumento de Pasivos No Corrientes por CLP 5.140 millones.

La disminución de Pasivos Corrientes se explica por:

- Menores Pasivos no financieros en CLP 7.650 millones explicado por menores devengos al dividendo mínimo;
- Compensado parcialmente por el aumento de Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar en CLP 1.731 millones debido a un mayor saldo con acreedores comerciales.

El aumento de Pasivos No Corrientes se explica por:

- Mayores Pasivos financieros en CLP 12.015 millones reflejo de la variación de la UF sobre la deuda emitida en bonos;
- Parcialmente compensado por una disminución de CLP 6.416 millones en Pasivos por impuesto diferido relacionado a la variación relacionada a propiedades de inversión.

PATRIMONIO

El Patrimonio Total a junio 2021 aumenta en CLP 3.480 millones comparado con diciembre 2020, principalmente por el aumento de Ganancias (pérdidas) acumuladas en CLP 18.908 millones, compensado parcialmente por una disminución de otras reservas en CLP 15.248 millones producto del efecto de la variación de la moneda sobre la inversión en Cencosud Shopping Internacional.

07 Estructura de Capital

CLP MM AL 30 DE JUNIO 2021

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

¹² Para la Deuda Financiera Neta se considera: Otros Pasivos Financieros Corrientes + Otros Pasivos Financieros No Corrientes – Efectivo y Equivalentes de Efectivo – Otros Activos Financieros Corrientes.

En 2T21 la deuda financiera bruta de la Compañía aumentó CLP 12.164 millones respecto a diciembre 2020, explicado por la variación de la UF en el período sobre el total de deuda emitida en bonos con el público. El aumento en caja en CLP 21.826 millones esta explicada por el gradual recupero del negocio generando caja durante el período.

El endeudamiento neto llegó a 3,8x reflejo del incremento de la deuda asociado a la variación de la UF en menor proporción que el crecimiento del EBITDA ajustado para el período de los últimos doce meses, reflejo del impulso en la operación producto de la reapertura gradual y menores restricciones. La duración de la deuda es de 12,8 años y el costo promedio de la deuda es de 1,54%¹³. Al 30 de junio de 2021, el 100% de la deuda expuesta está pactada a una tasa de interés fija. Esta deuda corresponde a obligaciones con el público pactadas en unidades de fomento.

Perfil de Amortizaciones (UF Millones)¹⁴



Costo Deuda Financiera

Deuda Financiera			
Pre-Emissiones		Post Emisiones	
Deuda Financiera	Costo UF	Deuda Financiera	Costo UF
		UF 7 millones	1,89%
		UF 3 millones	2,19%
		UF 3 millones	0,65%
		UF 6 millones	1,25%
UF 37 millones	5,00%	UF 19 millones	1,54%

Ratios Financieros¹⁵

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

¹³ 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.

¹⁴ Considera amortizaciones de capital.

¹⁵ Ratios de utilidad consideran la utilidad de los últimos doce meses.

Flujo de Efectivo

CLP MM AL 30 DE JUNIO 2021

	jun-21	jun-20	Var. (%)
Flujos de efectivo actividades de operación	53.662	30.938	73,5%
Flujos de efectivo actividades de inversión	-26.399	87.964	n.a.
Flujos de efectivo actividades de financiación	-28.018	-100.924	-72,2%
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	-754	17.978	n.a.

Las variaciones del **flujo de efectivo** generado al 30 de junio 2021 respecto al mismo período del año anterior se explican a continuación:

Actividades de Operación

El flujo registró un aumento de CLP 22.725 millones explicado por un incremento de los ingresos producto del mayor cobro de arriendos y una disminución en el pago a proveedores de suministros de bienes y servicios.

Actividades de Inversión

El flujo disminuye en CLP 114.362 millones por una mayor inversión correspondiente a fondos mutuos durante el periodo. El Capex fue CLP 3.865 millones contra CLP 1.835 millones en el mismo periodo el año anterior.

Actividades de Financiación

El flujo registró una mejora de CLP 72.906 millones debido al menor pago de dividendos realizado durante el año por menores ganancias del año anterior y la distribución de un menor porcentaje.

Factores de Riesgo¹⁶

Los riesgos expuestos a continuación son algunos de los potenciales que enfrenta Cencosud Shopping. Un detalle de los mismos puede encontrarlos en la Memoria Anual Integrada 2020 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 cercana al 2,6%. Se ha modificado la naturaleza de los gastos relacionados con el arrendamiento, eliminando el

¹⁶ Para mayor detalle de Riesgos Financieros revisar Estados Financieros publicados (FECU).

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 podría afectar los ingresos de la Compañía asociados al nivel de venta de los arrendatarios de los mismos. 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 nuestros arrendatarios. Si el crecimiento se desacelerara en los países en los que operamos, esto podría generar una mayor tensión política y protestas. Si estas situaciones se generalizaran, podrían tener un efecto adverso en nuestro 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 nuestros centros comerciales y afectar las ventas de nuestros 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 Store de soporte a la venta online de los supermercados Jumbo, Santa Isabel y Spid³⁵.
- 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 a 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 nuestro negocio y resultados de operación: estamos expuestos a los desastres naturales en los países en los que operamos, como terremotos, erupciones volcánicas y/o inundaciones. En el caso de un desastre natural o incendio, nuestras operaciones podrían verse interrumpidas o limitar su funcionamiento por un periodo de tiempo determinado, o nuestros 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.

10 Anexos

Índices Macroeconómicos

Tipo de Cambio Cierre

	2T21	2T20	Var%
CLP/USD	727,76	821,23	-11,4%
CLP/PEN	188,31	231,99	-18,8%
CLP/COP	0,19	0,22	-13,6%

Tipo de Cambio Promedio

	2T21	2T20	Var%
CLP/USD	715,55	822,97	-13,1%
CLP/PEN	188,95	240,19	-21,3%
CLP/COP	0,19	0,21	-7,9%

Inflación Anual

País	2T21	2T20
Chile	3,8%	2,6%
Perú	3,5%	1,8%
Colombia	3,6%	2,2%

Tasa de descuento Propiedades de Inversión

País	2T21	2T20
Chile	4,37%	4,75%
Perú	4,63%	5,62%

Margen EBITDA	2T21		6M21		2T20		6M20	
	S/ IFRS16	C/ IFRS16						
Chile	82,4%	85,8%	85,0%	88,2%	70,5%	76,3%	84,5%	87,9%
Perú	59,3%	77,2%	66,5%	83,4%	48,6%	75,6%	69,8%	86,5%
Colombia	58,2%	58,2%	58,7%	58,7%	56,5%	56,5%	57,7%	57,7%
Consolidado	81,4%	85,0%	84,1%	87,5%	69,5%	75,6%	83,5%	87,1%

Banco de Terrenos

Ubicación	GLA (m ²)	Valor libro (CLP MM)	
		jun-21	dic-20
Chile	663.079	110.356	110.356
Perú	16.254	27.505	28.233
Colombia	70.792	102.638	113.226
Cencosud Shopping	750.125	240.498	251.814

- La Compañía cuenta con 4 terrenos en Chile y 2 terrenos en Perú.
- Estos terrenos se encuentran a valor de mercado, el cual es actualizado mediante tasación una vez al año en el mes de marzo.
- 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.

Balance Consolidado

CLP MM AL 30 DE JUNIO 2021

	jun-21	dic-20	Var. (%)
Activos Corrientes	126.219	93.751	34,6%
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	22.976	23.411	-1,9%
Otros activos financieros corrientes	64.020	41.759	53,3%
Otros Activos No Financieros, Corriente	2.599	91	2760,7%
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	16.192	20.012	-19,1%
Cuentas por Cobrar a Entidades Relacionadas, Corriente	4.015	5.811	-30,9%
Activos por impuestos corrientes, corrientes	16.416	2.667	515,6%
Activos No Corrientes	3.855.354	3.884.647	-0,8%
Otros activos no financieros no corrientes	5.326	5.317	0,2%
Activos intangibles distintos de la plusvalía	344	305	12,9%
Propiedades de Inversión	3.803.689	3.831.260	-0,7%
Activos por Impuestos Diferidos	45.994	47.764	-3,7%
TOTAL ACTIVOS	3.981.572	3.978.398	0,1%
Pasivos Corrientes	44.846	50.291	-10,8%
Otros pasivos financieros corrientes	2.268	2.119	7,0%
Pasivos por arrendamientos, corrientes	4.219	4.014	5,1%
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	21.117	19.386	8,9%
Cuentas por Pagar a Entidades Relacionadas, Corriente	608	504	20,7%
Otras provisiones corrientes	943	710	32,8%
Pasivos por impuestos corrientes, corrientes	0	7	-100,0%
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	1.019	1.229	-17,2%
Otros pasivos no financieros corrientes	14.672	22.322	-34,3%
Pasivos No Corrientes	1.251.262	1.246.122	0,4%
Otros pasivos financieros no corrientes	568.919	556.904	2,2%
Pasivos por arrendamientos no corrientes	58.399	59.158	-1,3%
Pasivo por impuestos diferidos	612.570	618.986	-1,0%
Otros pasivos no financieros no corrientes	11.374	11.074	2,7%
TOTAL PASIVOS	1.296.107	1.296.413	0,0%
Capital Emitido	707.171	707.171	0,0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	1.663.288	1.644.380	1,1%
Primas de emisión	317.986	317.986	0,0%
Otras Reservas	-7.307	7.941	-192,0%
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	2.681.137	2.677.478	0,1%
Participaciones no controladoras	4.328	4.507	-4,0%
PATRIMONIO TOTAL	2.685.465	2.681.985	0,1%
TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	3.981.572	3.978.398	0,1%

Flujo de Efectivo

CLP MM AL 30 DE JUNIO 2021

	jun-21	jun-20	Var. (%)
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación			
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	110.080	95.534	15,2%
Otros cobros por actividades de operación	621	56	1012,3%
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	-30.921	-40.082	-22,9%
Pagos a y por cuenta de los empleados	-1.846	-2.751	-32,9%
Otros pagos por actividades de operación	-3.401	68	-5109,7%
Flujos de efectivo procedentes operaciones	74.533	52.825	41,1%
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	-21.862	-22.783	-4,0%
Otras entradas (salidas) de efectivo	991	895	10,7%
Flujos de efectivo procedentes de actividades de operación	53.662	30.938	73,5%
Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión			
Compras de activos intangibles	-86	0	n.a
Compras de otros activos a largo plazo	-3.779	-1.835	106,0%
Intereses recibidos	5	163	-96,8%
Otras entradas (salidas) de efectivo	-22.539	89.636	-125,1%
Flujos de efectivo procedentes de actividades de inversión	-26.399	87.964	-130,0%
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación			
Importes procedentes de préstamos de corto plazo	0	354	-100,0%
Pagos de pasivos por arrendamientos	-2.733	-3.262	-16,2%
Pagos de préstamos a entidades relacionadas	0	-8	-100,0%
Dividendos pagados	-20.982	-93.821	-77,6%
Intereses Pagados	-4.299	-4.182	2,8%
Otras entradas (salidas) de efectivo	-4	-4	-13,3%
Flujos de efectivo procedentes de actividades de financiación	-28.018	-100.924	-72,2%
Incremento (disminución) en el efectivo y equivalentes al efectivo, antes del efecto de los cambios en la tasa de cambio	-754	17.978	-104,2%
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	319	-1.112	-128,7%
Incremento (disminución) de efectivo y equivalentes al efectivo	-435	16.866	-102,6%
Efectivo y equivalentes al efectivo al principio del período	23.411	8.883	163,5%
Efectivo y equivalentes al efectivo al final del período	22.976	25.750	-10,8%