



# MEMORIA ANUAL **2023**

Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A.







NOW  
OPEN

READY FOR YOU

SALIDA →

SALE ON  
2x1  
TUE-SUN

EAT  
TRAVEL  
REPEAT

# ÍNDICE

<b>1. DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD</b>	6		
<b>2. NEGOCIO</b>	7		
2.1 Datos generales	7		
2.1.1. Denominación	7		
2.1.2. Domicilio, Número de Teléfono	7		
2.1.3. Constitución e inscripción en los Registros Públicos	9		
2.1.4. Capital social y Estructura accionaria	10		
2.1.5. Composición Accionaria	12		
2.2 Descripción de Operaciones y Desarrollo	12		
2.2.1. Objeto social	12		
2.2.2. Plazo del negocio	13		
2.2.3. Cambios de los responsables de la Elaboración y Revisión de la Información Financiera	13		
2.2.4. Evolución de las operaciones	13		
2.3 Procesos judiciales, administrativos o arbitrales	30		
2.3.1. Procedimientos tributarios.	31		
2.4 Administración	32		
		2.4.1. Directores	32
		2.4.2. Principales funcionarios	34
		2.4.3. Grado de vinculación	37
		<b>3. INFORMACIÓN FINANCIERA</b>	38
		3.1. Análisis y discusión de la administración acerca del resultado de las operaciones y de la situación económica financiera.	38
		<b>4. ANEXOS</b>	44
		4.1. Información relativa al mercado de los valores inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores.	44
		<b>5. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA</b>	45
		<b>6. GOBIERNO CORPORATIVO</b>	57
		6.1. Acciones respecto del Buen Gobierno Corporativo	57
		6.1.1. Gestión de procesos	58
		6.1.2. Gestión de personas	58
		6.1.3. Gestión de proveedores	58
		6.1.4. Gestión de clientes	59
		6.1.5. Gestión de la comunidad	59



# **MEMORIA 2023**





## CARTA GERENTE GENERAL

El año 2023 nos recordó la importancia de la adaptabilidad y la visión a largo plazo. A pesar de enfrentar un panorama económico desafiante, marcado por una contracción del PBI y una política monetaria restrictiva, el Jockey Plaza ha sobresalido, evidenciando nuestro liderazgo, nuestra solidez y nuestro compromiso con la excelencia.

Este año, hemos dado la bienvenida a 70 nuevas marcas, ampliando nuestra oferta y reforzando nuestro compromiso con la diversidad y la innovación. La expansión de marcas icónicas y la incorporación de espacios dedicados a la moda circular demuestran nuestro enfoque sostenible. La notable reducción de la vacancia orgánica a menos del 1% es un testimonio del atractivo continuo del Jockey Plaza y de nuestra estrategia eficaz de gestión.

Nuestras inversiones estratégicas en la remodelación de espacios, entre la que destaca el nuevo Centro Financiero y el significativo crecimiento de espacios de entretenimiento, facilitarán la consolidación de nuestra exclusiva zona de lujo y promoverán un notable aumento e incorporación de prestigiosas marcas de moda. Así no solo continuamos atendiendo la demanda de nuestros clientes, sino que también reforzamos nuestro liderazgo en la vanguardia de la industria retail.

La integración de la experiencia del consumidor, la excelencia operacional, y la integración digital han sido fundamentales. Nuestro enfoque en mejorar constantemente la infraestructura y las ofertas de servicios, junto con una presencia omnicanal fuerte, asegura que el

Jockey Plaza no solo sea un lugar para comprar, sino un destino de experiencias memorables.

Nuestro enfoque en la sostenibilidad ha tomado un nuevo vigor este año, con la adopción de iniciativas que destacan nuestro compromiso con prácticas comerciales responsables y lanzando iniciativas que reflejan nuestro compromiso con un futuro más verde y una sociedad más consciente. La integración de la moda circular en nuestro espacio comercial es solo un ejemplo de cómo estamos liderando el cambio hacia un sector más sostenible.

Mirando hacia adelante, continuaremos enfocándonos en la innovación tecnológica y la sostenibilidad. Nuestros éxitos en el programa de Corporate Venture y el reconocimiento en concursos de buenas prácticas son solo el principio. El compromiso con un futuro mejor y la promesa de marca “La felicidad que das regresa” guiarán nuestros esfuerzos hacia un impacto positivo y duradero.

Quiero destacar de manera especial el reconocimiento al equipo de colaboradores que me acompañaron en esta gestión, sin cuyo esfuerzo y dedicación no hubiera sido posible alcanzar los resultados que hoy presentamos.

Finalmente, quisiera agradecer al directorio y nuestros accionistas por su permanente confianza, apoyo y consejo para llevar adelante los objetivos trazados.

Juan José Calle Quirós

# 1. DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

El presente documento contiene información veraz y suficiente respecto al desarrollo del negocio de Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A. (en adelante "Jockey Plaza" o "la compañía") durante el año 2023. Sin perjuicio de la responsabilidad que compete al emisor, el firmante se hace responsable de su contenido conforme a los dispositivos legales aplicables.



Juan José Calle Quirós  
Gerente General



## 2. NEGOCIO

### 2.1. Datos Generales

#### 2.1.1. Denominación

Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A., con Registro Único de Contribuyente N° 20306841506.

#### 2.1.2. Domicilio, Número de Teléfono

El domicilio de la Compañía está ubicado en la Av. Javier Prado Este Nro. 4200, Urb. Fundo de Monterrico Chico, distrito de Santiago de Surco, provincia y departamento de Lima, República del Perú. El número telefónico es el 716-2000.



## UBICACIÓN DE CENTROS COMERCIALES DEL GRUPO

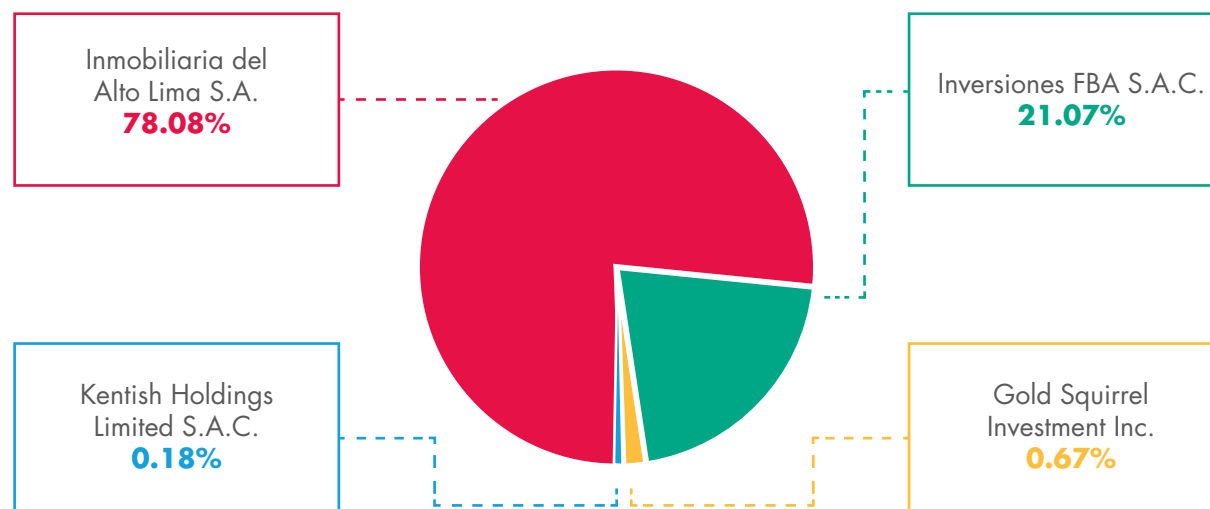


### 2.1.3. Constitución e inscripción en los Registros Públicos

El Centro Comercial Jockey Plaza inició sus operaciones bajo la administración de la empresa Centros Comerciales del Perú S.A. (en adelante Centros Comerciales), empresa constituida mediante escritura pública de fecha 24 de octubre de 1995, otorgada ante Notario Público de Lima, Dr. Percy Gonzáles Vigil Balbuena. Posteriormente, mediante Escritura Pública de fecha 20 de enero de 2011, otorgada ante Notario Público de Lima Santos Alejandro Collantes Becerra, la Compañía, en calidad de sociedad absorbente, se fusionó con Centros Comerciales, asumiendo a título universal y en bloque el patrimonio de esta última, fusión que consta inscrita en la partida registral de la Compañía.

La Compañía consta inscrita en la Partida Electrónica N° 01617230 del Registro de Personas Jurídicas de la Oficina Registral de Lima y es la empresa que actualmente administra el Centro Comercial Jockey Plaza.

A la fecha de la presente Memoria, Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A. tiene como principales accionistas a las empresas:



• Inmobiliaria del Alto Lima S.A., con una participación de 78.08% del capital de la compañía, cuyo objeto es el desarrollo de actividades inmobiliarias y administración de centros comerciales; e

• Inversiones FBA S.A.C., con una participación de 21.07% del capital de la compañía, cuyo objeto es el financiamiento y desarrollo de inversiones en diversos rubros.



Por otro lado, la Compañía ejerce el cargo de Gerente General en las siguientes empresas:

- New Company del Perú S.A.: Dedicada a desarrollar actividades inmobiliarias.
- Compañía de Inversiones y Proyectos Inmobiliarios Portezuelo S.A. (Sucursal del Perú): Dedicada a prestar servicios inmobiliarios, como el arriendo y la administración de bienes inmuebles.
- Inversiones Castelar S.A.C.: Dedicada a la compraventa, arrendamiento y demás actos relativos a la comercialización de bienes inmuebles propios o de terceros.

#### 2.1.4. Capital Social y Estructura Accionaria

A la fecha de la presente Memoria, el capital social del Jockey Plaza asciende a la suma de S/ 206'525, 739.00 (Doscientos Seis Millones Quinientos Veinticinco Mil Setecientos Treinta y Nueve con 00/100 Soles), dividido en 206 525 739 acciones comunes de un valor nominal de S/ 1,00 (Un Sol) cada una, íntegramente suscritas y pagadas.

Capital Social en S/	Acciones
206' 525, 739.00	206 525 739



El capital social del Jockey Plaza se encuentra distribuido entre sus accionistas que cuentan con una participación mayor a 5% de la siguiente manera:

Accionistas	Cantidad de Acciones	Participación	Nacionalidad
Inmobiliaria del Alto Lima S.A.	161 256 980	78.08%	Panamá
Inversiones FBA S.A.C. (antes Inversiones Puerto Nuevo S.A.)	43 513 788	21.07%	Perú

La Compañía forma parte del Grupo Económico Altas Cumbres, grupo chileno conformado por empresas de reconocida trayectoria y dedicadas principalmente a actividades inmobiliarias, siendo su actividad más relevante la administración del Centro Comercial Jockey Plaza.

Entre las principales empresas que forman parte de este grupo económico destacan como las más importantes:

- **Inversiones Castelar S.A.C.:** Empresa propietaria del Centro Comercial Boulevard de Asia, dedicada a la compraventa, arrendamiento y demás actos relativos a la comercialización de bienes inmuebles propios o de terceros.
- **New Company del Perú S.A.:** Dedicada a desarrollar actividades inmobiliarias, prestación de servicios de administración de Centros Comerciales; promoción y organización de ferias, de eventos culturales, musicales, deportivos, entre otros.
- **Compañía de Inversiones y Proyectos Inmobiliarios Portezuelo S.A. (Sucursal del Perú):** Dedicada a prestar servicios inmobiliarios, como el arriendo y la administración de bienes inmuebles.

### 2.1.5. Composición Accionaria

A continuación, se detalla la distribución de las acciones con derecho a voto:

Tenencia	Número de accionistas	Porcentaje de participación
Menor al 1%	2	0.85%
Entre 1% - 5%	0	0%
Entre 5% - 10%	0	0%
Mayor al 10%	2	99.15%
Total	4	100%

## 2.2. Descripción de Operaciones y Desarrollo

### 2.2.1. Objeto social

El objeto social del Jockey Plaza es la prestación de servicios inmobiliarios en general, incluyendo pero no limitándose a la compra venta, adquisición o enajenación, bajo cualquier título, de bienes inmuebles; la administración y/o explotación de bienes inmuebles mediante su arrendamiento, subarrendamiento, construcción, remodelación, usufructo o cualquier otra forma de cesión en uso o disfrute, incluyendo los bienes muebles, instalaciones, equipos o maquinarias que formen parte de dicho inmueble. Asimismo, el objeto del Jockey Plaza comprende el dedicarse a la compra, venta, importación, exportación, o administración de bienes muebles, así como a la prestación de servicios de administración, actividades de explotación y desarrollo de actividades de centros comerciales, con CIIU 6810.

### 2.2.2. Plazo de duración

El plazo de duración de la Compañía es indefinido.

### 2.2.3. Cambios de los responsables de la Elaboración y Revisión de la Información Financiera

Durante el año 2023, no hubo cambios en los responsables de la elaboración y revisión de la información Financiera de Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A. manteniéndose a cargo Juana Rodríguez Cajas, Sub Gerente de Contabilidad.

Asimismo, se mantuvieron como Auditores Externos para el ejercicio 2023 a Gaveglio Aparicio y Asociados Sociedad Civil de Responsabilidad Limitada, firma miembro de PriceWaterhouseCoopers International Limited – PwC

### 2.2.4. Evolución de las operaciones



El 17 de abril de 1997, el Centro Comercial Jockey Plaza inició operaciones como el primer gran centro comercial del Perú. Hasta ese momento, los centros comerciales en el Perú se manejaban como operaciones inmobiliarias en las que el desarrollador vendía las tiendas y los dueños las arrendaban u operaban directamente, manejando de manera conjunta la administración del centro comercial. El Jockey Plaza cambió este modelo por uno de administración centralizada en el que el desarrollador arrienda los locales y administra el centro comercial para optimizar el servicio que se ofrece a los clientes. En su apertura, el Jockey Plaza contaba con 161 locales y más de 50 000 m<sup>2</sup> comerciales. El mix comercial tenía como base 4 tiendas ancla, entre ellas un supermercado (Santa Isabel, que luego cambiaría a Plaza Veja), una tienda de mejoramiento del hogar (Ace Home Center, que luego cambiaría a Maestro), Ripley (su primera tienda fuera de Chile) y Saga Falabella (la primera departamental construida por Falabella en Perú, ya que a ese momento sólo contaban con dos tiendas antiguas ex SAGA). Posteriormente se fueron incorporando nuevas marcas y operadores que cubrirían las expectativas de los consumidores peruanos, como la cadena de multicines Cinemark, Tommy Hilfiger y Starbucks, así como una oferta de entretenimiento moderna como un Bowling que ocupaba un área aproximada de 2 500 m<sup>2</sup>.

En el año 2001, se realizó la primera ampliación, añadiendo 7 tiendas adicionales en una nueva plazuela denominada Plaza Cielo y generando una conexión peatonal hacia el estacionamiento sur. Además, se convirtió una parte del área de estacionamientos techados, que conectaba el primer piso de Ripley con Cinemark, en una nueva área comercial denominada La Plazuela.

A partir del año 2005, se decide hacer un mayor énfasis en locatarios que traigan marcas únicas en lugar de abrir tiendas multimarcas. El objetivo era brindar a los clientes el mismo look and feel en el Jockey Plaza que el que podían tener al visitar una tienda de una marca internacional en el extranjero. De esta forma llegan marcas como Kenneth Cole, Adidas y Nike. Poco antes de cumplir 10 años, en el 2006, el Jockey Plaza realizó un cambio estratégico al cambiar su marca y hacer un énfasis en la mujer peruana como foco de su estrategia comercial. Finalmente se lanzó la Tarjeta Jockey en cobranding con Scotiabank con la finalidad de brindar más beneficios a los clientes. A fines del año 2007 se inaugura la clínica Jockey Salud con 77 consultorios médicos, cuyo objetivo era incorporar nuevos servicios al mix de oferta que se ofrecía a los clientes.



En el año 2008 se publica la primera edición de la revista J, siendo el primer centro comercial en lograr el lanzamiento de una revista propia, teniendo gran acogida entre los clientes quienes rápidamente se identificaron con el estilo fresco y noticias de la moda actual.

La ampliación más ambiciosa desde el inicio del Centro Comercial Jockey Plaza ocurrió en el 2010 al inaugurar la primera etapa del Boulevard con 8 800 m<sup>2</sup> incorporando marcas de lujo como Carolina Herrera, Salvatore Ferragamo, Mont Blanc, HStern y Emporio Armani. Otras importantes marcas que llegaron a la primera etapa del Boulevard fueron Calvin Klein, Bose, iStore distribuidor oficial de Apple para Perú, LEGO, entre las más conocidas. Esta ampliación renovó la imagen del Centro Comercial dado que, a diferencia de la nave central, su arquitectura era abierta al cielo, lo que permite a los visitantes disfrutar de una experiencia al aire libre en un ambiente seguro. Este proyecto trajo propuestas gastronómicas de chefs reconocidos como Gastón Acurio y Sandra Plevisani.

En el año 2011 llegaron Tottus y Sodimac, consolidando la oferta de supermercados y mejoramiento para el hogar con un total de casi 20 mil m<sup>2</sup> entre ambos. Además, se agrupó la oferta de servicios financieros (bancos y casas de cambio) en una sola zona, el Centro Financiero, con 5 600 m<sup>2</sup>. Asimismo, se logra concretar la salida al aire del Canal J por medio de la señal de un operador de cable, proyecto ambicioso y único en el mercado.

Al año siguiente, se inauguró la segunda etapa de la ampliación, añadiendo más de 10 500 m<sup>2</sup> de área arrendable, dando paso a que inicie operaciones en el Perú la primera tienda de Zara. Otras importantes marcas se sumaron como Coach, Brook Brothers, Armani Exchange y Chanel. En el año 2013, se inauguró la tercera etapa del Boulevard con 3 900 m<sup>2</sup> y 30 tiendas adicionales, trayendo consigo nuevas marcas como Sony, Swarovski, Carmen Steffens y Juan Valdez Café. Esta tercera etapa del Boulevard significó unir por completo la nave central con la zona de cines y el centro financiero, generando un mayor flujo de personas entre ambas zonas y potenciando con esto la venta de los locatarios. Hacia fines del mismo año se inaugura el flagship de Oechsle, la tienda más importante de dicho operador.

En mayo del 2015, H&M, uno de los líderes mundiales del fast fashion, abre su tienda flagship más grande en Sudamérica con más de 4,000 m<sup>2</sup>, introduciendo su línea Home antes que en cualquier país de la región. Finalmente, en diciembre del 2015, Forever 21 abre sus puertas con más de 3,000 m<sup>2</sup>.



En el 2016 se concluye la remodelación del patio de comidas, convirtiéndolo en una nueva zona denominada Food Hall en donde se amplían los metros cuadrados de oferta gastronómica y se varía el mix teniendo nuevos operadores que ofrecen nuevas tendencias de comida saludable, logrando cubrir rubros con los que aún no contaba el Centro Comercial, como chifa, pollería y oferta de productos marinos, entre otros, arribando al Centro Comercial marcas como Sanurya, Segundo Muelle, Don Mamino, Pardos Chicken. y Mr. Shao.

Ese mismo año se inaugura el Nuevo Hall al que hoy se le reconoce como el Barrio, con más de 7,000 m<sup>2</sup> y 62 nuevas marcas de reconocido prestigio nacional e internacional, entre las que destacan Adidas y iShop, así como tiendas de la talla de Reebok, Carter's (primera tienda en el Perú), Kitchen Center, Collbox, Claire de Lune y Levi's Kids.

En el 2017 se repotencia la oferta comercial con el regreso de Casa&Ideas y el arribo de marcas internacionales de la talla de Victorias Secret, Bath & Body Works, Bobbi Brown, Rayban, Superga, Women's Secret, Boggi Milano, Purificación García, entre otras. Asimismo se crearon nuevos formatos comerciales, los denominados Pop Up, enfocados en concentrar a las marcas que definen tendencias y mantienen una comunidad importante que las siguen, muchas de ellas en redes sociales como Monoblock, Papa con Camote, Agua Bendita, Ayni, Fascino la Galería, Pietá y Vernácula. En el mes de noviembre de ese año, se inaugura una nueva zona denominada La Alameda Jockey Plaza, con 28 módulos que agrupa marcas independientes y de emprendimiento distribuidos en la parte frontal del ingreso por la avenida Javier Prado, a lo largo de 126 m<sup>2</sup> de paseo peatonal. Ese año, la estrategia se enfocó en mejorar la experiencia del cliente. Se mejoraron las vías internas de las playas de estacionamiento, con apoyo de señalética estandarizada y sistemas de guiado, que permiten conocer en tiempo real la disponibilidad por zonas.

Asimismo, se implementó una plataforma de servicios novedosos como el APP Jockey, Whatsapp Jockey, guardacompras, entre otros.

En el 2018 se incluyeron 67 nuevas marcas a nuestra oferta comercial, entre ellas Miniso, Taco Bell, Haagen-Dazs, Lloyd, Barbarian, Aruma, Utilex, Joyería Murguía, Wigman, entre otras.

El centro comercial se enfocó en tener las mejores versiones de las marcas, por lo que ese año hubo 18 ampliaciones y remodelaciones de tiendas,

tales como la ampliación de Adidas con la mejor tienda del país y última tecnología y la primera tienda certificada mundialmente de LEGO.

Asimismo, se abrió las puertas a nuevas categorías y marcas de deporte y bienestar que siguen reforzando el mix comercial, tales como: KO Urban Detox Center, EBAC Escuela de Danza, Espressate Vegan, Saori y la escuela de modelaje MODELAB. Estas son parte de una nueva tendencia a nivel mundial, enfocada en el cuidado personal.

A fines del 2018, se incorpora una nueva zona de más de 500 m<sup>2</sup> de entretenimiento con Jump Spot, teniendo las primeras camas saltarinas gigantes del país. Asimismo, se incorporaron nuevos servicios dirigidos a mejorar la experiencia del cliente, tales como el Jockey to Go, Lactario, Fortachones Jockey, Jockey Bus, entre otros.

En el 2019, ingresaron 59 nuevas marcas, así como también se llevaron a cabo importantes inauguraciones, tales como el relanzamiento de la nueva tienda Zara con 3,000 m<sup>2</sup> convirtiéndose en la tienda más grande, más moderna y con mayores ventas de la región; Victoria's Secret con más de 600m<sup>2</sup>, siendo la primera tienda en Perú en incluir la línea Pink, y la 2da tienda en Sudamérica con este formato; Nike remodeló su tienda para convertirla en una impresionante flagship store de 644 m<sup>2</sup>, al igual que Calvin Klein con 400 m<sup>2</sup> en una nueva ubicación en el Barrio.



De otro lado, en el mes de **octubre 2019** se concreta la compra de la totalidad de las acciones de la empresa Inversiones Castelar S.A.C., propietaria del Centro Comercial "Boulevard de Asia", el mismo que se encuentra ubicado estratégicamente en la zona de playa residencial más exclusiva de la ciudad de Lima, y concentra una variada oferta de restaurantes, moda, vida nocturna y entretenimiento para toda la familia.

El año 2019 termina con dos importantes inauguraciones: WeWork, con una moderna propuesta de oficinas con un área de 2,800 m<sup>2</sup>, lo que representó el ingreso de la categoría de oficinas en el centro comercial; y McDonald's con un formato de 643 m<sup>2</sup>, que trae al Jockey Plaza la última versión de sus tiendas tecnológicas globales. Asimismo, se refuerza la propuesta de entretenimiento con FunTopia, 200 m<sup>2</sup> de juegos infantiles de 5m de altura con laberintos, puentes colgantes y toboganes; así como, experiencia culinaria con el ingreso de La Cocina by Urban Kitchen. El año 2020 comenzó con una oferta comercial consolidada, donde los primeros dos meses del año se llevaron a cabo importantes inauguraciones tales como, la tienda de Xiaomi – MiStore y Saki Poke.

En el mes de marzo, ante la rápida propagación del virus causante de



la COVID-19, la Organización Mundial de la Salud declara Pandemia a nivel mundial. Es así que en Perú, el 16 de marzo el gobierno establece el inicio a nivel nacional del aislamiento social obligatorio como medida para contener la propagación del virus. Decreto Supremo N° 044-2021-PCM paralizó las actividades económicas y el tránsito de personas, autorizando solo algunas actividades denominadas esenciales. El impacto en el Jockey Plaza fue el cierre inmediato de sus puertas por casi 100 días hasta el 22 de junio, periodo en el que las únicas categorías permitidas para atender al público fueron los supermercados, farmacias, bancos y el Centro Médico Jockey Salud.

Durante esa etapa de confinamiento se tuvieron que negociar acuerdos con casi todos los locatarios, arribando a reducciones en los arriendos mensuales, de tal manera que se preservara la permanencia de los negocios, a la vez que se generaba un flujo de ingresos al centro comercial para cubrir los gastos corrientes y obligaciones contractuales.

Desde la reapertura en junio y hasta diciembre del 2020 hubo categorías que recuperaron rápidamente su nivel de ventas y empezaron a alcanzar resultados positivos, tales como las Deco y Deporte. Lamentablemente, algunos locatarios dejaron el centro comercial; entre los más significativos a nivel de metros cuadrados, está la tienda por departamento París. No obstante ello, y gracias al buen posicionamiento del Jockey Plaza en su industria, en el mismo periodo, se registró el ingreso de 62 nuevas marcas, tales como Huawei, Mi Farma, Depilarte e Inbox; inauguraciones de nuevos formatos como Kitchen Center, e incluso marcas como Adidas apostaron por incorporar nuevos locales a su mix comercial con el lanzamiento de Adidas Kids en la nave central.

Dentro de los nuevos ingresos, se sumaron un amplio portafolio de marcas emprendedoras tales como: Lima Bonita, Luvaro, Fasce, Petit Boutique, Lady Posh, Lou Botanicals, Lima Puzzle, Valentina Armas, entre otras.

Se logró consolidar la oferta comercial para niños, incorporando reconocidas marcas de esta categoría, como Rookie (tienda de Nike para niños), la marca colombiana Offcorss y la marca brasilera de calzado infantil BIBI. Adicionalmente, se contó con 17 remodelaciones y reubicaciones de tiendas, entre ellas cabe mencionar Hush Puppies, Starbucks, Porta, Kallma, Crocs, The Friend of Pablo, Reebok, entre otras.



Todo lo acontecido en el 2020 confirmó que Jockey Plaza cuenta con las mejores versiones de las mejores marcas.

Se cerró el año 2020 con la puesta en marcha de un Outlet, que dio oportunidad para que más de 50 marcas presentaran su oferta de productos durante la campaña navideña.

El 2021 empezó con gran expectativa ante el aparente regreso a la normalidad por el control de la Pandemia en los últimos meses de 2020, pero se presentaron tres factores que volvieron a configurar un entorno complejo para los negocios: i) cuarentena total en el mes de febrero, ii) incertidumbre política y iii) volatilidad del tipo de cambio. El Jockey Plaza, enfocado en preservar la salud del Centro Comercial y de toda la comunidad que lo compone, mantuvo una gestión comercial personalizada con cada uno de los locatarios, negociando facilidades mientras se regularizaba paulatinamente el nivel de ventas.

A pesar del complicado contexto, se logró el ingreso de 41 nuevas marcas del Centro Comercial. Entre los ingresos más importantes del año tuvimos que en mayo del 2021 la marca española Bimba y Lola, inauguró su primera tienda propia en Perú. Posteriormente, en el mes de julio ingresó la reconocida marca de lujo francesa: Louis Vuitton, la cual en su primer mes superó las expectativas de venta de la empresa.

Asimismo, el mall sumó a su mix de marcas emprendimientos peruanos como Estrafalario, y Nuqa, del mismo modo les dio la bienvenida a Bipolar y Butrich, propuestas de calzado y accesorios exclusivos de reconocidas diseñadoras peruanas.

A mediados de año, las categorías de entretenimiento y deporte, que se habían mantenido cerradas por mandato legal pudieron retomar sus operaciones. Es así que Cinemark, Happyland, Jump Sport, El Baúl de Antonia y KO reabrieron sus puertas para que niños y adultos puedan disfrutar nuevamente de sus servicios. Además, se consolidó la oferta de servicios en nuestro centro financiero con el ingreso de Bitel y una oficina de la Superintendencia Nacional de Migraciones. Ese año se demostró que, a pesar de todas las dificultades, el Jockey Plaza mantuvo su posición como el mejor Centro Comercial del Perú, ganándose la confianza de nuevos operadores y afianzando la relación con sus locatarios, quienes siguieron invirtiendo en nuevos proyectos a lo largo de todo el año.

En el año 2022, se incorporan 61 nuevas marcas al mix comercial y ha trabajado en un plan de reconversión de m<sup>2</sup>, lo que dio la oportunidad de lograr el ingreso de 1,200 m<sup>2</sup> en la categoría de deporte con Smart Fit y una nueva oferta de entretenimiento para todas las edades con Caja de Talentos y Mundo de Pelotas con 500 m<sup>2</sup> cada uno, además de Jump Spot Kids, y Playin VR, primer local de realidad virtual.

A mediados de año, se dio el crecimiento de la escuela de modelaje Model Lab, pasando de 50 a más de 300 m<sup>2</sup>, donde se incorporó una mayor oferta de talleres y clases para el público en general. Se reforzó la categoría de gastronomía; con el ingreso de Papa John's, Otto Grill y Popeyes en el food court, así como La Píadinería, Mis Costillitas y Oak Berry, en otras zonas del mall.

Al cierre del año en conjunto con el Grupo Adidas, se abrió la primera *stand alone* de Terrex, marca especializada en la categoría *outdoor*. Del mismo modo, se inauguró dos locales con marcas muy esperadas por el público: Tai Loy con 500 m<sup>2</sup> y Natura.



En el año 2023, la estrategia se basó en 2 pilares: reconversión del mix comercial enfocado en atender y satisfacer al nuevo cliente post-pandemia; y foco en la reducción de la vacancia. Es por ello que se sumaron 70 nuevas marcas al centro comercial, marcas tanto nacionales, como internacionales, quienes buscan aterrizar en el país y eligen al Jockey Plaza como puerta de ingreso. Entre ellas resaltan: Polo Ralph Lauren, Nespresso, PC Factory, Bsoul, Bubba Black, Lacoste, PdPaola, Viajes Falabella, entre otras. Asimismo, se logró el crecimiento de dos importantes marcas: Puma, que triplicó su metraje convirtiéndose en la tienda más icónica del país y Ishop, que creció en 50% con un renovado formato.

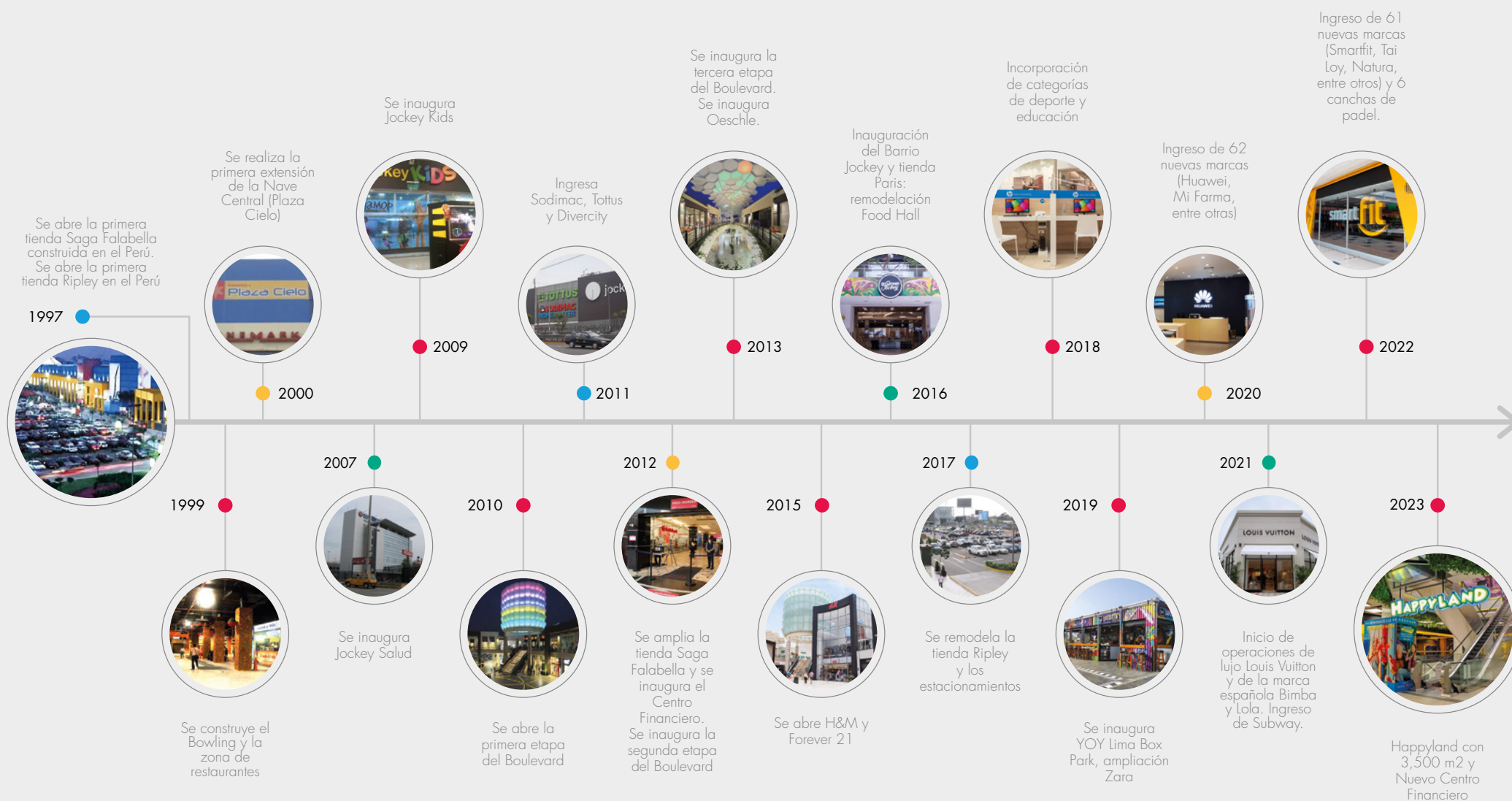
Se logró cerrar el año con una vacancia menor al 1%, con la consolidación de la Ex Torre Paris y la zona de Barrio, logrando la colocación de los 12,000 m<sup>2</sup> de los 3 niveles de la Torre. En el 1er Nivel se realizó la mudanza del Centro Financiero, incorporando los nuevos conceptos de agencias de los bancos más importantes del país; en el 2do Nivel se sumó a la oferta Crisol con un local icónico de 250m<sup>2</sup> y en el 3er Nivel Happyland desarrolló su tienda Flagship con 3,500m<sup>2</sup>, siendo la mejor propuesta de la cadena en la región. Esto permitió reforzar la categoría de entretenimiento familiar para los clientes y brindar una experiencia excepcional.

En línea con la estrategia de sostenibilidad del Mall, se destinaron dos espacios comerciales para moda circular: la tienda Las Traperas y el corner J, donde se le da espacio a distintas marcas de moda de segundo uso para que vayan rotando y así cuenten con un espacio en el centro comercial. Junto con estas propuestas, el enfoque sigue siendo hacer crecer el mercado de moda circular y buscar un futuro más sostenible en la industria del retail.





### 2.2.4.1. Reseña histórica



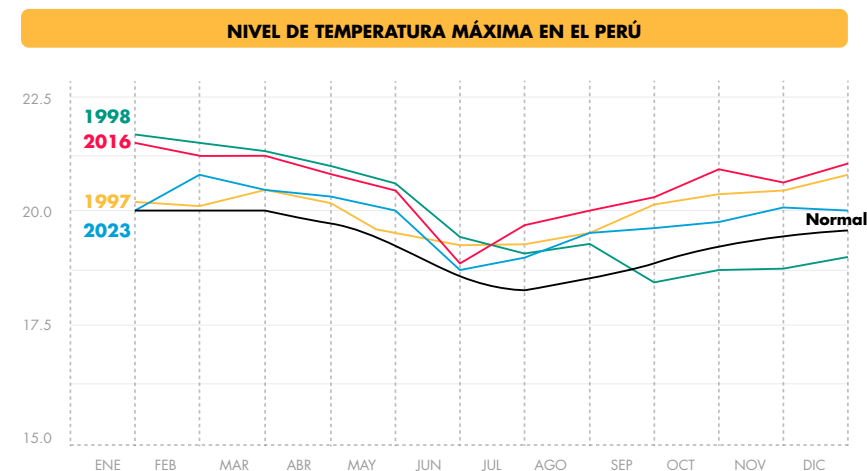
## 2.2.4.2 Descripción del Entorno Macroeconómico y del Sector

### Entorno Macroeconómico

Fenómeno del Niño, rezagos de la pandemia, y una política monetaria restrictiva fueron algunos de los aspectos que caracterizaron el año 2023 en el Perú y en el mundo, considerándolo un año de recesión económica. El Perú cerró el año con una contracción anual de 0.6%, explicado principalmente por los choques de oferta producidos por las anomalías climáticas, sequías en el sur, brote de la gripe aviar, y conflictos sociales ocurridos en el primer semestre del año; adicionalmente, fue un año de impulso de obras de prevención y atención de contingencias por el Niño Costero, donde el Poder Ejecutivo tuvo el deber de coordinar con los gobiernos regionales y locales.

Según el Banco Central de Reserva del Perú, el impacto del Fenómeno del Niño en el Perú durante el 2023 fue de 1.1 puntos porcentuales sobre el PBI, afectando no solo la contracción de la economía con repercusiones en los sectores agropecuarios y pesca, sino también el consumo privado, ya que se elevaron los precios de los alimentos, afectando el presupuesto familiar; asimismo, a las microempresas y el sector informal también les impactó, lo que trajo menor dinamismo a la economía peruana. En el gráfico 1, se puede observar que los niveles de temperatura en el Perú fueron los más altos en el 2023 producto de este fenómeno, especialmente desde mediados de año. En el sector pesca, las anomalías climáticas produjeron escasez de anchoveta y menor producción de harina y aceite de pescado ocasionando una caída de 19.5% en la producción durante el 2023; en el sector agropecuario, la falta de invierno afectó el desarrollo de cultivos como espárrago, papa, tomate, lo que trajo consigo una caída de 2.91% en la producción agropecuaria, siendo el resultado de la actividad agrícola el peor observado desde 1992.

Gráfico 1



Nota: Redibujado por Administradora Jockey Plaza, basado en Senamhi, Comparación de temperatura media nacional, 2024.





Otro de los sectores impactados fue el de Minería; si bien la actividad de Minería e Hidrocarburos creció en un 8.27% y fue el sector con mayor crecimiento económico durante el año 2023 llegando a sostener el PBI peruano, hubo una fuerte reducción de las inversiones en ese sector. Según el Ministerio de Energía y Minas, solo en el cuarto trimestre del 2023, la inversión en el sector minero se redujo en 31 millones respecto al mismo periodo en el año 2022; las compañías mineras Quellaveco, Yanacocha, y Southern fueron las principales en realizar esa reducción, principalmente en los rubros de infraestructura, desarrollo y preparación, y planta beneficio.

Respecto al mercado laboral, se obtuvo una caída del empleo en el sector agropecuario y construcción con 6.3% y 5% respectivamente, reduciendo el crecimiento del consumo privado. Por otro lado, ocasionó el aumento del ahorro privado ante la incertidumbre de la economía, influenciado también por el aumento de las tasas de interés ofrecidas por los bancos, así como la posibilidad de un fuerte impacto de eventos climáticos adversos; sin embargo, a pesar de que en el 2022 se obtuvo una tasa de 13.7% respecto al PBI, y en el 2023 de 16.8%, la tasa de ahorro no llegó a recuperar los niveles antes de la pandemia (17.9% en el 2019).

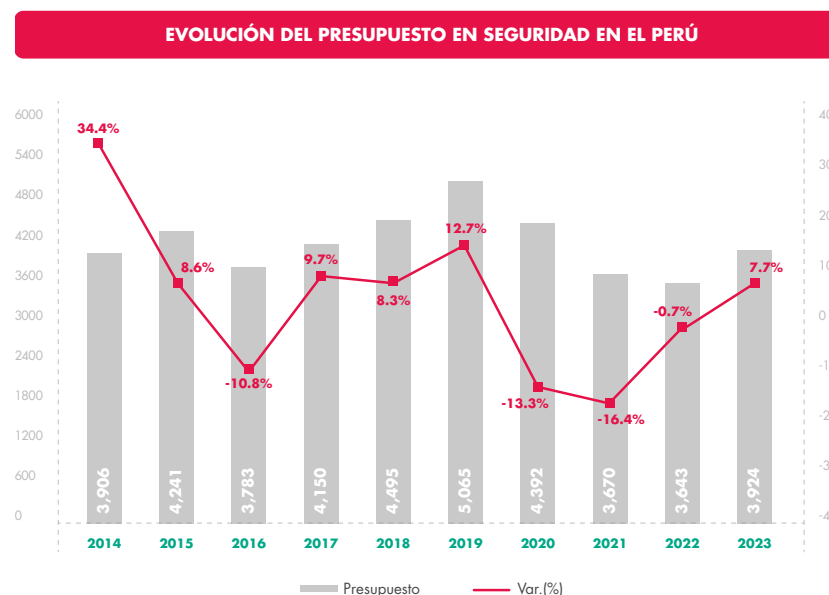
En referencia a la balanza comercial, las exportaciones se expandieron en 9.1% interanual en el último trimestre del año, explicado principalmente por una mayor exportación de metales como cobre, oro y zinc, café, y gas natural, además de mayores precios en algunos insumos como harina de pescado. Las importaciones, por otro lado, presentaron una reducción de 5.1% interanual durante el último trimestre; además, hubo menores volúmenes importados de derivados del petróleo y menores precios de importaciones, principalmente de hierro y acero.

El ratio crédito sobre el PBI también cayó, impactado por las mayores amortizaciones de los créditos como el programa Reactiva Perú que se dio a raíz de la pandemia. La liquidez total, por otro lado, aumentó en 2.7% de un año a otro debido a los mayores depósitos a plazo y a la vista.

Otro factor predominante en el año 2023 fue la inseguridad; pequeñas empresas y emprendedores fueron expuestos a robos, vandalismo y extorsiones, que ocasionaron pérdidas, mayores gastos, menores ingresos debido al menor flujo de clientes, paralización o reformulación de planes de

inversión. En el 2019, las empresas destinaron un promedio de 5.6% de los ingresos a la seguridad, pero según la Encuesta de Economía Anual del INEI, durante el 2023 este porcentaje fue mucho más elevado, llegando a un promedio de gasto de 15 millones de soles; en el gráfico 2, se observa el creciente presupuesto en seguridad del Gobierno nacional desde 2020. Algunos impactos de este panorama se produjeron en el norte, donde el turismo decreció en un 35% debido a la falta de seguridad en restaurantes y hoteles. Adicionalmente, según la SBS, al cierre de octubre del 2023 las primas y siniestros de seguros de "robo y asaltos" crecieron en un 23.2% y 34% anualizado respectivamente.

Gráfico 2

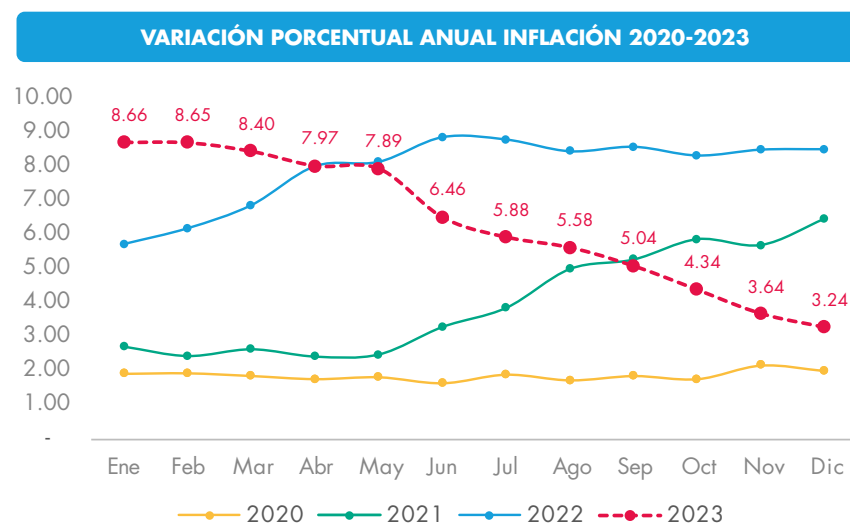


Nota: Redibujado por Administradora Jockey Plaza, basado en MEF, Evolución del presupuesto del Gobierno nacional para la reducción de delitos y faltas que afectan la seguridad ciudadana (S/ millones), 2023.

Dentro de este contexto de recesión, se logró normalizar la inflación a finales de año, cerrando en 3.41%, cifra que no se veía desde mediados del 2021. Esto fue debido a las decisiones de política monetaria tomadas por el Banco Central de Reserva, demostrando un rendimiento superior en comparación con otros países de la región, ya que se logró contener y mantener la inflación a lo largo del año. Esta normalización de la inflación vino de la mano de un ciclo contractivo de la tasa de referencia para combatir la presión inflacionaria y la invasión de Rusia a Ucrania; así fue como, luego de haber iniciado el año 2023 con una tasa de referencia de 7.75% , producto de los rezagos de la pandemia y de las políticas para combatirla, esta cerró el año con 6.75%.

En el gráfico 3 se observa esta caída gradual de la variación % de la inflación.

Gráfico 3

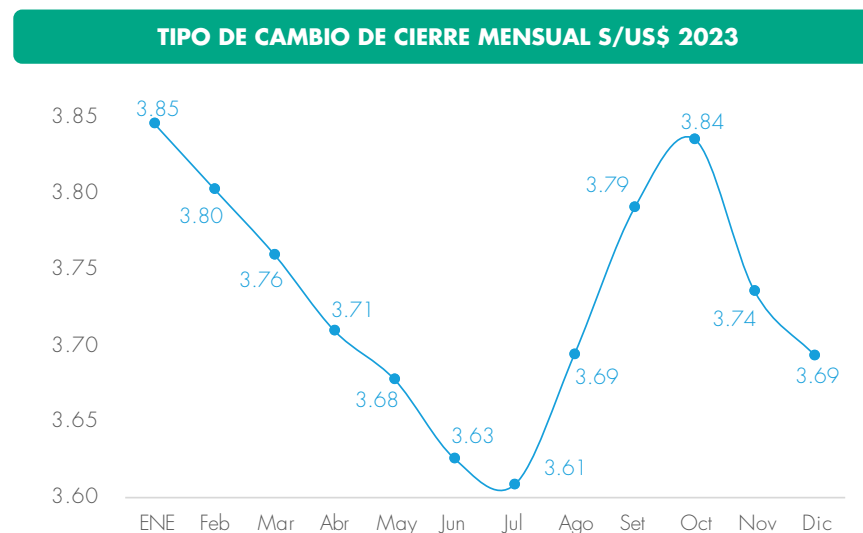


Nota: Información histórica del IPC en el Perú. Los datos fueron obtenidos del BCRP.

Otro aspecto positivo fue el tipo de cambio ya que se dio una apreciación del sol frente al dólar en el último mes del año. El 2023 inició con un tipo de cambio sol/dólar de 3.89, manteniéndose estable a lo largo del año, sin cambios realmente bruscos, pero igualmente elevados debido a la inestabilidad política y social que trajo consigo disturbios sociales y el efecto adverso del cambio

climático. A pesar de lo anterior, en el último mes del año, el tipo de cambio llegó a niveles de 3.7, principalmente porque Estados Unidos tuvo una ligera caída en su crecimiento del tercer trimestre del año, pasando de 5.2% a 4.9%. Asimismo, esto también fue influenciado la mayor demanda de soles para el pago de los beneficios como la gratificación a los trabajadores, además de recibir mayores inversiones extranjeras en depósitos a plazo de corto plazo.

Gráfico 4



Nota: Información del tipo de cambio de cierre mensual S/US\$ en el 2023. Los datos fueron obtenidos del BCRP.



El mundo también experimentó un impacto económico y se enfrentó a una serie de retos como el cambio climático, la inflación, los conflictos sociales y la inseguridad alimentaria, afectados en mayor medida por la guerra entre Rusia y Ucrania que provocó choques en el suministro de materias primas, una creciente crisis de deuda, desastres naturales, y rezagos de la pandemia. El 2023 se caracterizó por una desaceleración de la recuperación de la economía mundial que se venía dando en el 2022. La crisis energética que tuvo que enfrentar Europa debido al corte del suministro del gas ruso, llevó a aumentos en los precios del gas y electricidad bastante grandes, ocasionando una pérdida de poder adquisitivo. Importantes bancos estadounidenses como Silicon Valle Bank y Signature Bank cerraron, generando el impacto del “terremoto financiero”, por lo que tuvieron que existir intervenciones financieras que evitaron una crisis generalizada bancaria, pero que demostraron la fragilidad del sistema financiero global. Adicionalmente, India prohibió la exportación de arroz blanco sorpresivamente, lo que generó inestabilidad en los precios del arroz en todo el mundo; ello, sumado a la crisis climática y conflictos geopolíticos amenazaron la seguridad alimentaria.

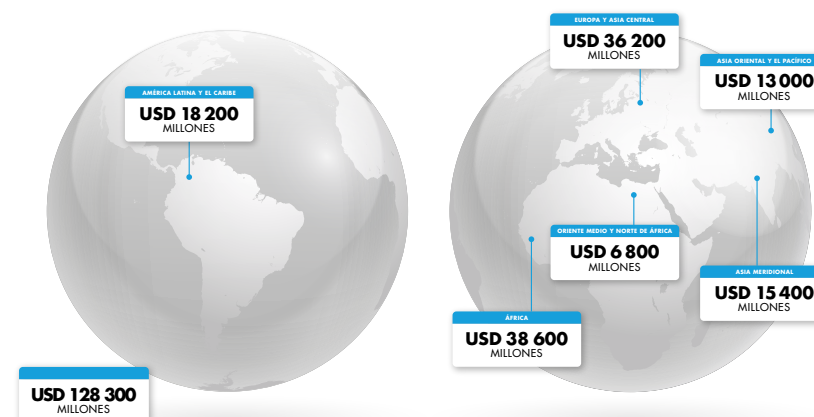
En África, más de 36 millones de personas no pudieron acceder a suficientes alimentos debido a la peor sequía vista en los últimos 40 años; el nivel de ingreso per cápita en los países de altos ingresos se estancó, especialmente en Asia Oriental y el Pacífico. La invasión de Rusia a Ucrania, ya en su segundo año consecutivo, ocasionó altos precios de energía y alimentos, condiciones financieras más restrictivas, perturbaciones del comercio e inestabilidad geopolítica, principalmente en Europa y Asia Central, ocasionando retrocesos importantes en desarrollo, como aumento de la pobreza, desplazamientos forzados, desigualdad y exclusión. El Banco Mundial fue una fuente de apoyo constante e importante a estas crisis, ayudando a abordar la creciente inseguridad alimentaria con paquetes económicos, promoviendo oportunidades del sector privado y facilitando la inversión y la innovación para promover el crecimiento sostenible. En regiones como América Latina y el Caribe, el Banco Mundial proporcionó 24 millones de dólares en donaciones para respaldar seguros contra riesgos de catástrofes, ayudando a más de 3.5 millones de personas. En el gráfico 5, se visualiza el nivel de financiamiento otorgado por el Banco Mundial en el 2023.

Gráfico 5

### Nivel de financiamiento global otorgado por el Banco Mundial durante el 2023

#### COMPROMISOS MUNDIALES

En el ejercicio de 2023, el GBM proporcionó financiamiento sumamente necesario. Realizó investigaciones y análisis, y se asoció con Gobiernos, el sector privado y otras instituciones para respaldar el desarrollo de los países y abordar los desafíos mundiales.



en préstamos, donaciones, participaciones en capital accionario y garantías para países asociados y empresas privadas. En el total se incluyen las operaciones que abarcan varias regiones y las de alcance mundial. Los totales regionales reflejan los compromisos de IFC recalculados.

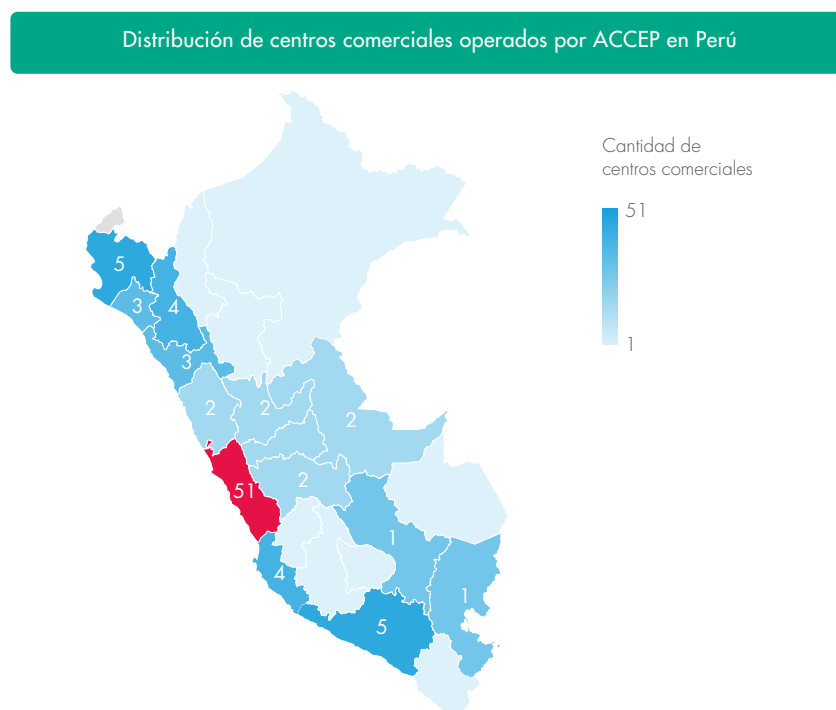
Nota: Redibujado por Administradora Jockey Plaza, basado en Banco Mundial, Compromisos mundiales del Banco Mundial, 2023, Informe Anual del Banco Mundial.

En la región de América Latina y el Caribe, hubo una recuperación del PBI, ya que disminuyó la incidencia del COVID-19, y el empleo volvió a niveles anteriores a la pandemia, al igual que la pobreza; sin embargo, al cierre de año, el PBI solo llegó a un 2.2% frente al 3.9% del 2022. La inflación se redujo en la región, reportando una tasa menor en junio del 2023 respecto al cierre del 2022; países como Chile, Costa Rica y Guatemala presentaron caídas de más de cuatro puntos porcentuales; no obstante, en el primer trimestre del año, el consumo privado solo se expandió a una tasa anual de 2.3%, inferior al 2022 (3.9%), debido a la pérdida del poder adquisitivo de los salarios, deterioro de los recursos percibidos por las familias durante la pandemia, y la política monetaria restrictiva.

## Sector

La empresa en cuestión opera en el sector retail inmobiliario y es catalogada como Centros Comerciales Súper Regional en Perú. Sus competidores principales son los operadores Cencosud Shopping Centers, Centenario Renta Inmobiliaria, Corporación E. Wong, Grupo Patio, Mall Aventura, Open Plaza, Parque Arauco, Plaza San Miguel, Real Plaza y Urbanova. Administradora Jockey Plaza Shopping Center se encuentra dentro de la supervisión de la ACCEP (Asociación de Centros Comerciales y Entretenimiento del Perú), junto con 12 otros operadores comerciales, los cuáles se distribuyen alrededor del Perú según el Gráfico 6.

Gráfico 6



Nota: Cantidad de centros comerciales operados por ACCEP. La información fue obtenida del Reporte de ACCEP 2023.

Si bien el nivel de penetración de los centros comerciales en el Perú es bajo en comparación con la región (aproximadamente tres centros comerciales por cada millón de habitantes), el Perú es un destino atractivo para la inversión en retail ya que existe mercado latente para explotar. En el año 2023, se abrió el primer centro comercial en Iquitos (Mall Aventura de Iquitos), y también el Mall Aventura de San Juan de Lurigancho, generando aproximadamente 15 mil puestos de trabajo, y se espera desarrollar un centro comercial dentro del Aeropuerto Internacional Jorge Chávez según datos de ACCEP.

El 2023 también se caracterizó por un año de inversión en remodelaciones y expansiones en el sector; Administradora Jockey Plaza Shopping Center continuó con el plan de remodelación del Boulevard de Asia, buscando transformar el mall en un ambiente de comercio, servicios, entretenimiento, y gastronomía. Asimismo, Parque Arauco realizó la modernización de 29 mil m<sup>2</sup> de superficie en Cajamarca, además de la reconversión y ampliación del complejo Mega Plaza Independencia con una inversión de 33 millones de dólares. Esta tendencia seguirá estando presente en el 2024. Gracias a estas nuevas iniciativas, se registró una vacancia de 8.5%, ligeramente inferior al 13.4% registrado en el 2022, y de 15.1% en el 2021.

A pesar de las dificultades económicas que trajo consigo los conflictos sociales, bloqueo de carreteras, Fenómeno del Niño, cambios estacionales y receso económico, y las bajas ventas del primer del año, el sector retail y de centros comerciales logró recuperarse a lo largo del 2023, obteniendo un incremento del 2% respecto al año 2022 (36 y 33 millones de soles respectivamente). Asimismo, el sector, tanto en el mundo como en el Perú, enfrentó una gran incertidumbre ante las diferentes crisis geopolíticas, económicas y sociales como las altas tasas de interés y la inflación persistente, lo que impactó directamente en el poder adquisitivo de los consumidores, reduciendo los márgenes de ganancia de las empresas y limitando la inversión. Sin embargo, el sector ha demostrado resiliencia, tomando decisiones y afrontando los retos para superar los obstáculos.

De acuerdo con Produce, el rubro de supermercados e hipermercados también registró un aumento de ventas de 17.3%, con mayor facturación en alimentos, bebidas y tabaco, farmacéuticos y cosméticos; no obstante, en el rubro tiendas por departamento, hubo una disminución de ventas



de 6.9%, también en equipamiento del hogar (9.1%), y ferreterías y acabados (11.1%).

Según KPMG, el sector también estuvo impactado por las nuevas 4P, personas, planeta, ganancias, y propósito donde se trabaja en un nuevo marco de análisis entre las empresas y sus grupos de interés, destacando las nuevas tendencias del consumidor. Así, se establece que las nuevas directrices fueron la digitalización y los nuevos modelos de negocio, entorno altamente complejo que exige nuevos costos, además de un uso responsable de la data, gestión eficiente de talento, y la relación clave con los grupos de interés. Por ejemplo, las empresas del sector retail vieron la importancia de invertir en tecnología. Esto se da en respuesta a los cambios en los hábitos del consumidor que dejó la pandemia y ante el cambio radical en los hábitos sociales, laborales, y de consumo de las personas, realizando grandes inversiones en comercio electrónico y creación de plataformas, además de nuevos entornos digitales como el metaverso, el cual podría significar un mercado de casi 800 mil millones de dólares para el 2024, lo que puede traer oportunidades de expansión para el comercio minorista.

A pesar de los retos que se han tenido que afrontar, al cierre del 2023, Jockey Plaza sigue siendo el centro comercial más grande del Perú con una superficie bruta alquilable de 174 mil m<sup>2</sup>, esto se debe gran parte a la estrategia de reducir al mínimo la vacancia orgánica, la cual llegó a ser de 0.83% al cierre de año. Inaugurando el nuevo Centro Financiero en el primer piso de la Torre Ex Paris, y el nuevo Happyland en el tercer piso, se logró cerrar una brecha de vacancia de 5%.

Este posicionamiento también se debe a la estrategia comercial que tiene la compañía. Durante el 2023, solo la categoría de entretenimiento creció en 236% en comparación con el 2019; además, ingresaron 70 nuevas marcas, incluyendo las del grupo Inditex como Oysho, Massimo Dutti, y Stradivarius; de esta forma, Administradora Jockey Plaza Shopping Center, mantiene ofreciendo un mix diversificado y una ubicación estratégica para las tiendas flagships de marcas internacionales y tiendas de lujo. Siguiendo con la línea de crecimiento, los ingresos totales al cierre de año ascendieron a 346 millones de soles, 5% por encima de los ingresos de

diciembre 2022 (329 millones de soles), seguido de un crecimiento de 7% en el EBITDA respecto al 2022; también incrementaron las ventas en entretenimiento (40%), telecomunicaciones (22%), comida (8%), y belleza y accesorios (6%).

La compañía también continuó con el enfoque en la sostenibilidad corporativa e innovación tecnológica. En el 2023, el Jockey Plaza obtuvo el segundo puesto en el concurso de buenas prácticas de mercado (junto a Indecopi, PerúData y Osinergmin) realizado por Produce; además dos de sus iniciativas tecnológicas, que nacieron del programa de Corporate Venture, ganaron el concurso de MIT.

Para el 2024, se esperan nuevas soluciones o estrategias para enfrentar los retos del sector, por ejemplo, el desarrollo y ampliación de centros logísticos, los negocios de "puerta calle" o stand alone centrados en gastronomía, cuidado personal y tecnología se perfilan como la nueva cara del comercio, y finalmente, se espera que el ticket promedio de los consumidores en los centros comerciales se mantenga o incluso se incremente durante el 2024.



### 2.2.4.3. Estrategia de Negocios

#### Experiencia Mejorada del Consumidor y Excelencia Operacional

El objetivo de Jockey Plaza es establecer un destino de compras y entretenimiento sin igual. La oferta del centro comercial incluye una mezcla dinámica de opciones de retail, entretenimiento y servicios, todo ello enmarcado en una infraestructura moderna y accesible. Jockey Plaza se esfuerza por ofrecer una amplia variedad de entretenimiento y experiencias interactivas diseñadas para atraer y retener a un mayor número de visitantes, lo que lo convierte en un punto de encuentro esencial en la ciudad. Todo esto convierte al mall en el Centro Comercial destino para las Flagships más importantes de la industria, dada la ubicación estratégica en la ciudad, los cerca de 2 millones de visitantes al mes, y su posicionamiento con los anunciantes más importantes del país.

Además, se introduce una Oferta Integral One Stop Shopping para garantizar una selección siempre fresca, atractiva y transversal a todos NSE objetivo. Se motiva a los locatarios a innovar tanto en el diseño de sus tiendas como en el concepto de sus marcas.

El Mall respalda las estrategias que integran las compras en línea con las experiencias físicas en tienda. Comprometido con la mejora continua, Jockey Plaza invierte en la modernización de su infraestructura para realzar la estética, funcionalidad y sostenibilidad del espacio. Con sus más de 170,000 m2 de área arrendable y más de 300,000 m2 de espacio construido, el Jockey Plaza se posiciona como uno de los centros comerciales líderes de la industria.

#### Integración Digital y Presencia Omnicanal

Para satisfacer las expectativas del consumidor moderno, el Jockey Plaza integra de manera fluida las experiencias de compra digitales y físicas. Esto incluye un aplicativo del centro comercial que permite la navegación de las tiendas, promociones en tiendas, pago de estacionamientos, entre otros. El Jockey Plaza alienta y apoya a sus locatarios al desarrollo y adopción de estrategias de retail omnicanal. Asimismo, el Jockey Plaza cuenta con las

herramientas para la medición y entendimiento de los flujos de visitantes; y tendencias y preferencias del siempre en movimiento sector retail.

#### Sostenibilidad y Responsabilidad Social

En el 2023 se agregó el pilar SOSTENIBILIDAD a la estrategia de negocio, alineado al propósito de construir un futuro mejor e inspirar, impactar, y educar a todos los clientes. De esta manera, se consolidan todos los esfuerzos de la compañía en estar enfocados bajo ese frente. Se generó una mesa de trabajo multidisciplinaria, donde se trabajaron diversas iniciativas y se creó la promesa de marca: LA FELICIDAD QUE DAS REGRESA.



#### 2.2.4.4. Descripción de los principales activos

A diciembre 2023, la inversión inmobiliaria del Jockey Plaza incluye 399 locales comerciales, 153 módulos y otros 85 espacios arrendables como cajeros, depósitos y bodegas, distribuidos por zonas, y más de 5,300 estacionamientos.

#### Asimismo, el Jockey Plaza es titular de los siguientes Derechos de Superficie:

- a) El Derecho de Superficie constituido sobre el terreno inicialmente de propiedad del Jockey Club del Perú y que a la fecha es de propiedad de Portalia S.A., denominado "Parcela B" con un área de 130 000 m<sup>2</sup>, ubicado en Avenida Javier Prado Este, Fundo Monterrico Chico, distrito de Santiago de Surco, e inscrito en la Partida Electrónica N° 11090679 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao.  
  
Conforme a lo establecido en el Contrato de Fideicomiso del Primer Programa de Bonos Corporativos del Jockey Plaza, se ha transferido el Derecho de Superficie sobre la Parcela B, en dominio fiduciario a favor de La Fiduciaria S.A, a fin de garantizar el pago de los Bonos y las demás Obligaciones Garantizadas. La constitución del fideicomiso en virtud del referido contrato de Fideicomiso consta inscrita en el asiento C00010 de la Partida Electrónica N° 11090679 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao.
- b) El Derecho de Superficie constituido sobre el terreno inicialmente de propiedad del Jockey Club del Perú y que a la fecha es de Portalia S.A., denominado según consta en Registros Públicos "Sub Lote 2 – Ex Parcela C del Fundo Monterrico Chico", con un área de 8 295,23 m<sup>2</sup>, ubicado en Avenida Javier Prado Este, esquina con Avenida Manuel Olgúin, Fundo Monterrico Chico, distrito de Santiago de Surco, e inscrito en la Partida Electrónica N° 13978583 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao; derivándose a su vez en una Partida Especial de Derecho de Superficie, inscrita en la Partida Electrónica N° 13978595 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao.
- c) El Derecho de Superficie constituido sobre el terreno inicialmente de propiedad del Jockey Club del Perú y que a la fecha es de propiedad de Portalia S.A., denominado "Parcela F", con un área de 30 462 m<sup>2</sup>, ubicado en Avenida Javier Prado Este, Fundo Monterrico Chico, distrito de Santiago de Surco, e inscrito en la Partida Electrónica N° 11251633 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao.
- d) El Derecho de Superficie, constituido por el Jockey Club del Perú sobre el inmueble denominado la Parcela I, sobre 15,247.10 m<sup>2</sup>, ubicado en Avenida Carretera Panamericana Sur, Fundo Monterrico Chico, distrito de Santiago de Surco, que representan el total del área del inmueble inscrito en la Partida Electrónica N° 11251636 del Registro de Propiedad Inmueble de la Oficina Registral de Lima y Callao. El referido derecho de superficie fue otorgado a favor de El Club Jockey Plaza S.A., empresa que fue absorbida por el Jockey Plaza, mediante fusión que entró en vigor el 1 de mayo de 2014

### 2.2.4.5 Al cierre del 2023 estos activos se reflejan de la siguiente forma en el Estado de Situación Financiera:

<b>Activo corriente</b>	Al 31 de diciembre de 2023 S/000	Al 31 de diciembre de 2022 S/000
Efectivo y equivalente de efectivo	58,495	79,260
Inversiones financieras a valor razonable con cambios en resultados	3,483	4,530
Inversiones financieras a costo amortizado	-	-
Cuentas por cobrar comerciales	37,365	36,123
Inventarios	130	-
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	71,174	6,343
Otras cuentas por cobrar	1,386	3,024
Otros activos no financieros	1,272	209
<b>Total activo corriente</b>	<b>173,305</b>	<b>129,489</b>

<b>Activo no corriente</b>		
Inversión en subsidiaria	187,849	187,849
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	36,407	71,219
Otras cuentas por cobrar	9,888	7,976
Propiedades de inversión	1,463,809	1,515,877
Instalaciones, mobiliario y equipos diversos	8,581	9,623
Activo por derecho de uso	3,780	6,143
Activos intangibles	4,517	3,801
<b>Total activo no corriente</b>	<b>1,714,831</b>	<b>1,802,488</b>
<b>Total activo</b>	<b>1,888,136</b>	<b>1,931,977</b>



#### 2.2.4.6. Número de personal empleado

	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Permanentes</b>	175	178	170	182	170	169	187	198
<b>Funcionarios</b>	20	20	20	20	19	19	18	17
Dirección	5	6	6	6	7	7	7	7
Gerentes	15	14	14	14	12	12	11	10
<b>Empleados</b>	155	158	150	162	151	150	169	181

#### 2.2.4.7. Préstamos recibidos relevantes

Con fecha 12 de febrero de 2015, el Jockey Plaza recibió un préstamo puente con el Banco Scotiabank hasta por US\$ 70 000 000 a una tasa de 2,65% a un plazo de 18 meses, el cual se canceló en diciembre del 2015 con las dos primeras emisiones del Primer Programa de Bonos Corporativos del Jockey Plaza.

Las dos emisiones de bonos corporativos fueron colocadas el 17 de diciembre del 2015, la primera emisión por un monto de US\$ 97,4 millones y la segunda por S/ 32,0 millones a una tasa de 7,09375% y 9,15625% respectivamente. Ambas emisiones tienen un plazo total de 15 años que incluyen 10 años de gracia. La mayor parte de estos fondos fue utilizada para cancelar obligaciones financieras, entre ellas el préstamo puente y la diferencia para financiar nuevos proyectos de inversión para la ampliación del Centro Comercial.

La tercera emisión de bonos corporativos fue colocada el 21 de julio de 2016 por un monto de S/ 100,0 millones a una tasa de 7,75%. La emisión tiene un plazo total de 15 años que incluyen 10 años de gracia. Estos fondos también fueron utilizados para financiar nuevos proyectos de inversión para la ampliación del Centro Comercial.



Durante el 2018 y 2019, se toman préstamos de mediano plazo con Santander y Banco GNB por un total de US\$ 10 millones para financiar mejoras continuas del Centro comercial.

En abril de 2020, la compañía firmó un contrato de préstamo del Programa Reactiva Perú con el Banco de Crédito del Perú por S/ 10,000,000, el cual fue utilizado dentro del marco de lo previsto por las normas dictadas por el Gobierno Peruano.

En octubre del 2019, se tomó un préstamo puente con el Banco de Crédito por US\$ 40,600,000 , que se usó para financiar parte de la adquisición del Boulevard de Asia.

En diciembre de 2020, la compañía firmó un contrato de préstamo sindicado con el Banco de Crédito del Perú (BCP) y el Banco Santander del Perú por US\$ 40,600,000, el cual fue destinado a la cancelación del préstamo puente otorgado por BCP en octubre de 2019. Esta deuda se estructuró a 6 años, con un año de gracia y pago de cuotas trimestrales, con términos favorables de reperfilamiento de deuda, a nivel de plazo, tasa y pagos. Esta transacción demostró la confianza del sistema financiero en la solidez del Centro Comercial y la calidad de sus activos.

En junio de 2022, la Compañía reperfiló el contrato de préstamo sindicado con el Banco Santander del Perú y Banco de Crédito del Perú, adquirido en diciembre de 2020 por US\$40,600,000, tomando un préstamo de US\$40,000,000, con vencimiento en el año 2027.

En setiembre de 2022, la Compañía realizó una amortización voluntaria de US\$8,000,000 del préstamo sindicado que mantiene con el Banco Santander del Perú y Banco de Crédito del Perú ,con esta amortización, el saldo del capital por pagar asciende a US\$32,000,000.

Por otro lado, en setiembre y diciembre 2023, la Compañía firmó pagarés de corto plazo con el Banco de Crédito por US\$ 2,250,000 y US\$ 2,250,000 respectivamente, con vencimientos en agosto y diciembre 2024.

### 2.3. Procesos judiciales, administrativos o arbitrales

Durante el año 2023, no se han reportado procesos judiciales, arbitrajes procesos y/o procedimientos tributarios y/o administrativos en contra del Jockey Plaza, que puedan tener un impacto significativo sobre los resultados de la operación y la posición financiera del mismo. Asimismo, el Jockey Plaza no conoce, a esa fecha, de procesos civiles o arbitrajes que sean previsibles que se inicien en su contra y que puedan tener un impacto significativo sobre los resultados de la operación y la posición financiera del mismo.

A continuación, se indican los procesos judiciales, arbitrajes o procedimientos administrativos de los cuales Jockey Plaza es parte.

### 2.3.1. Procedimientos tributarios.

Al 31 de diciembre de 2023, la Compañía tiene los siguientes procesos tributarios pendientes de resolución:

- a) Proceso Contencioso Administrativo contra Resolución del Tribunal Fiscal y diversas Resoluciones de Determinación y Resoluciones de Multa por concepto del impuesto a la renta e impuesto general a las ventas del período 2001. El monto total de estas acotaciones y multas asciende aproximadamente a S/13,839,000 (Trece millones ochocientos treinta y nueve mil y 00/100 Soles). Dicho importe fue pagado y registrado como gasto en años anteriores. A la fecha del informe, se encuentra pendiente la emisión de la sentencia por parte del Vigésimo Primer Juzgado Especializado en lo Contencioso Administrativo con Sub Especialidad en temas tributarios y aduaneros.
- b) Proceso Contencioso Administrativo contra Resolución del Tribunal Fiscal y contra diversas Resoluciones de Determinación y de Multa de la SUNAT por concepto de impuesto general a las ventas del periodo 2004 directamente relacionado al adelanto del derecho de superficie al Jockey Club del Perú en arbitraje, por un monto total aproximado de S/458,000. Dicho importe fue pagado y registrado como gasto en años anteriores. A la fecha, el expediente se encuentra concluido con un resultado favorable en el extremo de la inaplicación de los intereses moratorios generados fuera de los plazos legales para resolver.
- c) Demanda Contencioso Administrativa contra Resolución del Tribunal Fiscal N°8013-1-2016, referida al impuesto a la renta del ejercicio gravable 2005 de la empresa Centros Comerciales, que fue absorbida por la Compañía. El 24 de enero de 2017, SUNAT emitió la Resolución de Intendencia en cumplimiento del mandato del Tribunal Fiscal, reliquidando la deuda. La citada resolución fue apelada por AJPSC, mediante recurso interpuesto el 21 de febrero de 2017. El 29 de agosto de 2017, el Tribunal Fiscal emitió la RTF 7250-1-2017, mediante la cual confirmó los reparos contenidos en la R.I. N° 0150150001481. Contra dicha RTF, el 20 de octubre de 2017 AJPSC interpuso una Demanda Contencioso Administrativa ante el Poder Judicial. A la fecha, el expediente se encuentra concluido con resultado favorable en el extremo de la inaplicación de los intereses moratorios generados fuera de los plazos legales para resolver.
- d) Recurso de Apelación contra Resolución de Intendencia N°0150140012256, que declaró fundada, en parte, la reclamación interpuesta por la Compañía contra las Resoluciones de Determinación y de Multa emitidas por concepto del impuesto a la renta del ejercicio gravable 2011. A la fecha del informe, este procedimiento se encuentra pendiente de ser resuelto.
- e) Recurso de Apelación contra Resolución de Intendencia N°0150140012469, que declaró infundada la reclamación interpuesta por la Compañía contra las Resoluciones de Determinación y de Multa emitidas por concepto de los pagos a cuenta y el pago de regularización del impuesto a la renta del ejercicio gravable 2012. A la fecha del informe, este procedimiento se encuentra pendiente de ser resuelto.
- f) Recurso de Apelación contra la Resolución No. 4070140000716, mediante la cual la SUNAT resolvió declarar infundada la reclamación interpuesta por la Compañía contra las Resoluciones de Determinación y multa emitidos por concepto del Impuesto a la Renta del ejercicio gravable 2016; así como los pagos a cuenta del Impuesto a la Renta por los periodos de enero a diciembre del ejercicio gravable 2016, mediante los cuales se formuló los siguientes reparos: i) Reparó a la base imponible por ingresos por Derecho de Llave; y, ii) Reparó al coeficiente aplicable, que comprende la determinación realizada por la Administración Tributaria en base a los ejercicios 2014 y 2015 y la inclusión de la ganancia de diferencia de cambio en el denominador. A la fecha el recurso de apelación se encuentra pendiente de ser resuelto por el Tribunal Fiscal.

- g) Recurso de Apelación contra la Resolución de Intendencia No. 4070140000760, mediante la cual se declaró infundado el recurso de reclamación contra las Resoluciones de Determinación y Multa i) por concepto de Impuesto a la Renta 2017 y por la base imponible de los pagos a cuenta de enero a diciembre del 2017; y, ii) Reparó al coeficiente aplicable a los pagos a cuenta de enero a diciembre 2017. A la fecha el recurso de apelación se encuentra pendiente de ser resuelto por el Tribunal Fiscal.

## 2.4 Administración

### 2.4.1. Directores

Al cierre del 2023, el Directorio estaba conformado por las siguientes personas:

Nombre y Apellido	Cargo
Carlos Enrique Palacios Rey	Presidente de Directorio
Enrique Bendersky Assael	Director
Santiago Cummins Bañados	Director
Ana María Cummins Bañados	Directora
Margaret Grace Burns Olivares	Directora
Matías Exequiel Lira Ratinoff	Director



A continuación, se presenta una breve descripción de los señores que conforman el Directorio del Jockey Plaza al 31 de diciembre del 2023:

### **Carlos Enrique Palacios Rey**

Presidente del Directorio, de nacionalidad Peruana, empresario de profesión, graduado de Babson College (Massachusetts, EEUU) con experiencia en la dirección de diversas empresas en el medio local. Ha sido presidente del directorio del Banco de Lima y del Banco Wiese Sudameris y director de Pacífico Seguros, Volcan Compañía Minera y Laive, entre otras. Actualmente es Presidente del directorio de Valores Agroindustriales (holding de Laive). Es Director de la sociedad desde el 26 de mayo del 2000

### **Santiago Cummins Bañados**

Director, de nacionalidad Chilena, Arquitecto y empresario. Socio fundador de la oficina de arquitectura Cummins & Donoso, encargados del diseño y desarrollo de los proyectos Costa Cachagua en Chile y Jockey Plaza en Lima Perú, entre otros. Socio fundador de la empresa de retail Odda S.A. con más de 15 años ejerciendo como director en diversas empresas, tiene vasta experiencia en la Dirección Ejecutiva de los negocios financieros e inmobiliarios. Es director desde el 15 de diciembre de 2010.

### **Margaret Grace Cecilia Burns Olivares**

Directora, de nacionalidad Peruana. Abogada por la Pontificia Universidad Católica del Perú. Tiene amplia experiencia en Derecho Corporativo, Mercado de Capitales, Solución de Conflictos y Arbitraje. Socia del Estudio Flint Abogados (1984 hasta noviembre de 2001); jefe del Departamento Legal de PROCOMPRA, Ministerio de Agricultura (1983); profesora asociada de Derecho Empresarial de la Escuela de Administración de Negocios (1984 - 1993); directora de CONASEV (2002 al 2006); Vicepresidente del directorio de Compañía Minera San Ignacio de Morococha S.A. Es directora desde el 10 de marzo del 2014.

### **Enrique Bendersky Assael**

Director, de nacionalidad Chilena, de profesión Ingeniero Civil Industrial, con amplia experiencia en el desarrollo de empresas inmobiliarias, comerciales y otros en diversos países como Panamá, Chile y Perú. Ha sido Director suplente de Parque Arauco en los años 90. Es director desde el 26 de mayo del 2003.

### **Ana María Cummins Bañados**

Directora, de nacionalidad Chilena. Diseñadora egresada del Instituto de Ciencias y Artes de Chile. Con experiencia en logística y en el desarrollo de negocios inmobiliarios y de comercialización. Ha sido Presidenta y Directora Ejecutiva de la fundación Alter Ego y del Centro de Rehabilitación del mismo. Actualmente ocupa la Vicepresidencia de dicha fundación. Es directora desde el 15 de septiembre del 2015.

### **Matías Lira Ratinoff**

Director, de nacionalidad Chilena, graduado de la Universidad de Los Ángeles California (UCLA). Titulado como Comunicador audiovisual con mención en Dirección de Cine y TV. Postgrado en Comunicación Estratégicas en la Universidad Católica de Chile. Ha sido Gerente de la empresa de distribución de Cine y TV Phoenix Investment en Los Ángeles, California. Director de Televisión para Canal Megavision y Metropolis Intercom de Chile. Actualmente es Socio y director ejecutivo de la empresa de distribución de películas BF Distribution (Ex Bazuca), Socio y Director de la Productora Ocio, Socio y administrador de dos Sociedades de Inversión. Es director desde el 15 de septiembre del 2015.

De los directores mencionados, los directores independientes son: Carlos Enrique Palacios Rey y Margaret Grace Cecilia Burns Olivares.

### 2.4.2. Principales funcionarios

A continuación, se presenta una breve descripción de los principales gerentes y funcionarios del Jockey Plaza al 31 de diciembre del 2023:



#### Juan José Calle Quirós

Gerente General (CEO), de nacionalidad peruana, experto consultor, desarrollador y operador de centros comerciales y proyectos inmobiliarios. Actualmente es Presidente de la Junta directiva de la Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú – ACCEP. Asimismo, es director de diversas empresas de bienes raíces, comercio y servicios; y ha ocupado diversos cargos gerenciales en diferentes compañías de seguros y de servicios. Licenciado en Relaciones Internacionales, y estudios de postgrado en Derecho Internacional y Marketing. Ocupa el cargo actual desde noviembre del 2017.



#### Omar Bernardo Hidalgo Cossio

Gerente de Operaciones, de nacionalidad peruana. Egresado de la Escuela Naval del Perú y de la Universidad de Piura, Licenciado en Ciencias Marítimo Navales (Oficial de Marina) y como Ingeniero Mecánico - Eléctrico respectivamente, ingeniero colegiado con un Master en Dirección de Operaciones y Logística por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas y la Universidad Politécnica de Cataluña – España y un Master en Facility Management en la Universidad Isabel I – España. Cuenta con más de 10 años de experiencia en la industria de centros comerciales. Ocupa el cargo actual desde abril del 2020.



### Mariana Becerra Abusada

Directora Comercial & Marketing, de nacionalidad peruana. Egresada de la Universidad de Lima y de la maestría en Gestión Comercial y de Marketing por la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, con estudios de Retail Management en Londres, Design Thinking en California y Luxury Management en Madrid. Cuenta con más de 10 años de experiencia en la industria de centros comerciales. Ocupa el cargo actual desde abril del 2016.



### Rossana Arnaiz Figallo

Directora de Finanzas e Innovación Tecnológica, de nacionalidad peruana, ingresó al Jockey Plaza en octubre del 2017. Es Economista por la Universidad de Lima y Máster en Dirección de Empresas por la Universidad de Piura, habiendo cursado el Global Senior Management Program del IE Business School. Tiene 25 años de experiencia profesional en banca, finanzas corporativas, desarrollo de negocios inmobiliarios, reestructuración de empresas y productos financieros. Ha trabajado para el BCRP, Scotiabank, W Capital del grupo Wiese y antes de unirse al Jockey Plaza fue Gerente General de Inmobiliaria Valora, periodo durante el cual fue miembro del Comité Ejecutivo de la Asociación de Desarrolladores Inmobiliarios - ADI Perú. Ha sido por varios años docente de la Escuela de Negocios de la Universidad de Lima.



### Gabriel Renato Campos Aguilar

Gerente de Proyectos y Desarrollo Inmobiliario, de nacionalidad peruana. Arquitecto e Ingeniero Civil colegiado con un Máster en Dirección Inmobiliaria y Construcción por la Universidad Politécnica de Madrid y un MBA en Infraestructura en la EOI de España becado por OEA - Organization of American States. Anteriormente ha trabajado en el Ministerio de Vivienda y Construcción, Maestro Ace Home Center, Telefónica del Perú, Universidad Científica del Sur, BBVA Banco Continental y el Fondo Inmobiliario de Compass Group, logrando acumular más de 14 años de experiencia en Desarrollo de Portafolios Inmobiliarios y Gerencia de Proyectos, consolidando aspectos técnicos, comerciales, financieros y legales, en diversos productos inmobiliarios (oficinas, retail, banking, vivienda, educación y consumo masivo). Es gerente en el Jockey Plaza desde julio del 2017.



### Juan Manuel Echevarría Arellano

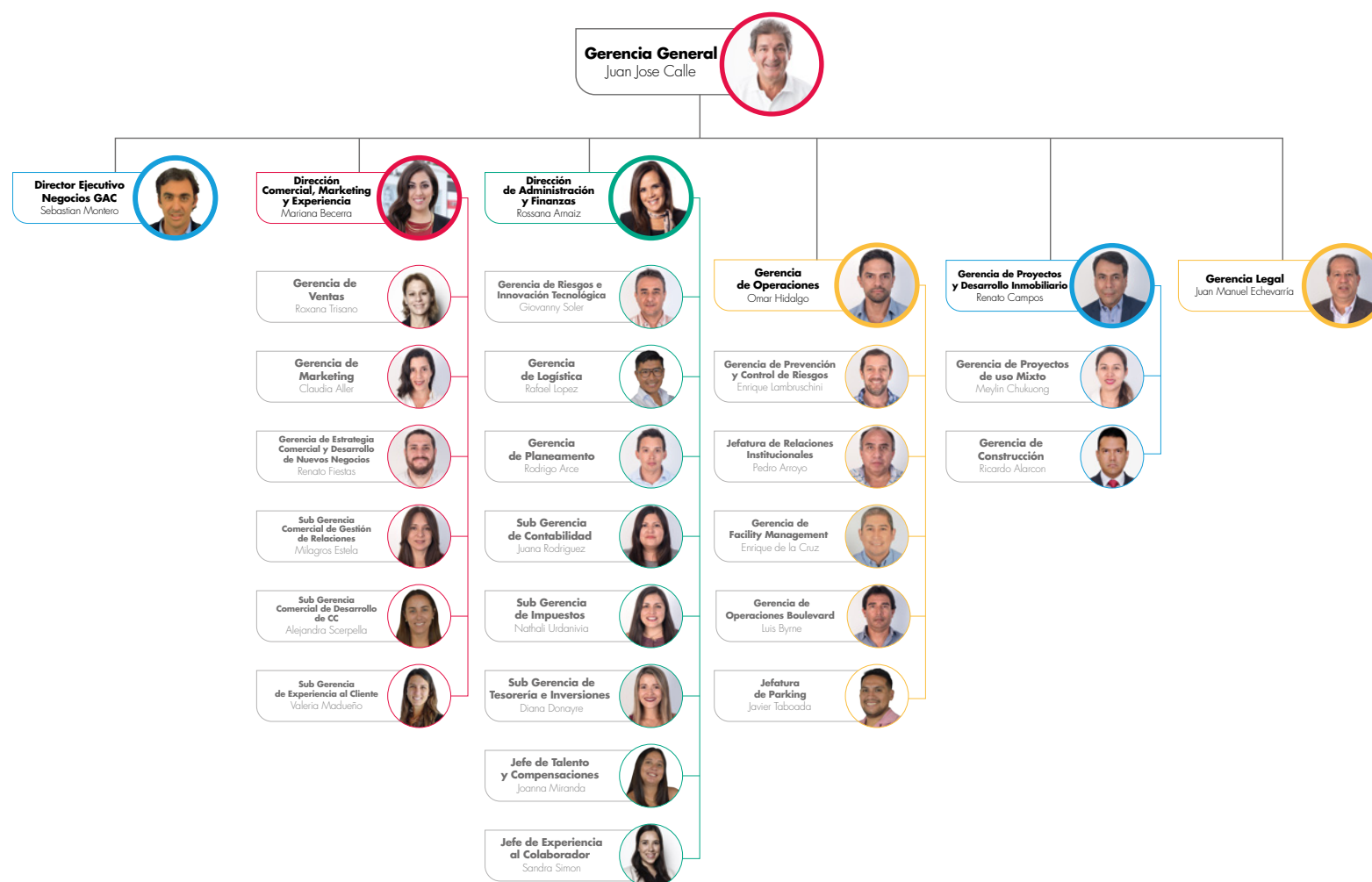
Gerente Legal, abogado por la Universidad de Lima, con especialización en Banca, Derecho Empresarial y Derecho Corporativo y egresado de la Maestría en Derecho Empresarial de la Escuela de Posgrado de la Universidad de Lima. Gerente con más de 20 años de experiencia legal corporativa en empresas multinacionales y nacionales líderes del sector financiero, microfinanzas, de consumo y del sector público. Se ha desempeñado como Gerente Legal Corporativo y Gerente General Adjunto del Banco del Trabajo, entidad que perteneciera al Grupo Altas Cumbres de Chile; Gerente Legal de Crediscotia Financiera; Jefe del Gabinete de Asesores del Ministerio de Economía y Finanzas; miembro del Consejo Directivo de INDECOP; Director del Banco de la Nación y de la Superintendencia del Mercado de Valores; Director de EDIFICA CORP. S.A.C.; Gerente General del Banco de Comercio; Jefe del Gabinete de Asesores del Ministerio de Defensa. Es actual Profesor Ordinario de la Facultad de Derecho de la Universidad de Lima en el curso de Títulos Valores.

Se ha desempeñado además como presidente del Comité de Derecho Bancario de la Asociación de Bancos del Perú, ASBANC. Miembro de la Comisión del Anteproyecto de Nueva Ley de Títulos – Valores y Comisión del Anteproyecto de Ley de Grupos de Empresas del Congreso de la República. Expositor en eventos académicos a nivel nacional e internacional y autor de artículos y ponencias de carácter legal. Es Gerente Legal de Administradora Jockey Plaza Shopping Center S.A. desde febrero del 2017





El organigrama del Jockey Plaza al cierre del diciembre 2023 es el siguiente:



### 2.4.3. Grado de vinculación

Existen vínculos de afinidad y consanguinidad entre los directores: la señora Ana María Cummins Bañados y el señor Santiago Cummins Bañados son hermanos y cuñados del señor Matías Exequiel Lira Ratinoff. En el caso de la plana gerencial, no existen vínculos de afinidad ni consanguinidad entre ellos ni con los directores.

# 3.

## INFORMACIÓN FINANCIERA

### 3.1.

Análisis y discusión de la gerencia acerca del resultado de las operaciones y situación financiera por los periodos de Enero a Diciembre de 2023 y de 2022

#### 1. Análisis del Estado de Resultados:

Estado de resultados integrales

Al 31 de diciembre de	2023	2022
	S/000	S/000
Ingresos por arrendamiento de locales y recuperación de gastos de operación	345,331	328,561
Costo del servicio inmobiliario	(132,361)	(142,855)
<b>Utilidad bruta</b>	<b>212,970</b>	<b>185,706</b>
Gastos de operación	(23,133)	(27,047)
Cambios en el valor razonable de propiedades de inversión	(71,450)	(76,908)
Otros ingresos	12,778	14,190
Otros gastos	(12,353)	(12,229)
<b>Utilidad operativa</b>	<b>118,812</b>	<b>83,712</b>
Deterioro de Inversión en subsidiaria	-	(26,379)
Ingresos financieros	10,548	9,739
Gastos financieros	(84,486)	(79,481)
Diferencia en cambio, neta	18,080	33,966
<b>Utilidad (pérdida) antes de impuesto a las ganancias</b>	<b>62,954</b>	<b>21,557</b>
Impuesto a las ganancias	(20,399)	(11,093)
<b>Utilidad (pérdida) y resultados integrales del año</b>	<b>42,555</b>	<b>10,464</b>

Al cierre de diciembre 2023, Administradora Jockey Plaza (AJP) registró un crecimiento del 5.10% en su nivel de ingresos respecto al mismo periodo del año 2022. Este incremento se explica principalmente por el aumento en 15.25% en los ingresos provenientes de la administración de estacionamientos, y en 3.50% en los ingresos por arrendamiento de locales, explicado principalmente por la significativa reducción de la vacancia durante el ejercicio 2023, pasando de 9,01% (diciembre 2022) a 3,83%.



## COSTOS DEL SERVICIO INMOBILIARIO

	2023 S/000	2022 S/000
<b>Operaciones con terceros</b>		
Gastos comunes y fondo de promoción	97,500	87,519
Cambios en el valor razonable de activos por derecho de uso	21,364	39,583
Parking y otros	8,318	11,460
Depreciación de activos por derecho de uso	2,362	1,630
Depreciación	1,453	1,700
Amortización	548	460
Servicio de Auditoría	241	229
Servicio de Asesoría	192	65
	131,978	142,646
<b>Operaciones con partes relacionadas -</b>		
Gastos comunes y otros	382	209
	132,361	142,855

A nivel de costos del servicio inmobiliario, a diciembre 2023 este cayó en 7.13%, explicado principalmente por la disminución de 46.03% en los cambios en el valor razonable de activos por derecho de uso. Además, se evidencia un aumento en los gastos comunes, así como de energía y agua, en un 11.40%, en línea con el alza generalizada en el costo de los servicios.

Los gastos de la operación a diciembre 2023 decrecen en un 14.47% respecto al mismo periodo del año anterior, producto principalmente de la disminución en un 28.19% del costo de los servicios contratados a terceros, todo ello reflejo de políticas internas de la compañía en búsqueda constante de eficiencias operativas y optimización del gasto corriente.

Los ingresos financieros han crecido en 8.32% respecto al periodo anterior, debido a la consolidación del portafolio de inversiones de la compañía, que permite maximizar los retornos. Con respecto a los gastos financieros, si eliminamos el reconocimiento contable de los intereses de pasivos por arrendamiento relacionado a los derechos de superficie de las parcelas, estos son equivalentes a los registrados en el ejercicio 2022.

La compañía registró a diciembre 2023 un EBITDA de S/ 173.2 millones, corregido por la NIIF 16. Es decir, se excluye la variación del valor razonable de derecho de uso y se incluye la factura del pago del usufructo del derecho de superficie (que ya no se considera en la utilidad operativa dada la implantación de la NIIF 16).

## 2. Análisis del Estado de Situación Financiera

Estado de situación financiera al 30 de Diciembre de 2023 y 31 de Diciembre 2022

<b>Al 31 de diciembre de</b>	<b>2023</b>	<b>2022</b>
	<b>S/000</b>	<b>S/000</b>
<b>Activo corriente</b>		
Efectivo y equivalente de efectivo	58,495	79,260
Inversiones financieras a valor razonable con cambios en resultados	3,483	4,530
Inversiones financieras a costo amortizado	-	-
Cuentas por cobrar comerciales	37,365	36,123
Inventarios	130	-
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	71,174	6,343
Otras cuentas por cobrar	1,386	3,024
Otros activos no financieros	1,272	209
<b>Total activo corriente</b>	<b>173,305</b>	<b>129,489</b>
<b>Activo no corriente</b>		
Inversión en subsidiaria	187,849	187,849
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	36,407	71,219
Otras cuentas por cobrar	9,888	7,976
Propiedades de inversión	1,463,809	1,515,877
Instalaciones, mobiliario y equipos diversos	8,581	9,623
Activo por derecho de uso	3,780	6,143
Activos intangibles	4,517	3,801
<b>Total activo no corriente</b>	<b>1,714,831</b>	<b>1,802,488</b>
<b>Total activo</b>	<b>1,888,136</b>	<b>1,931,977</b>



Al 31 de diciembre de	2023	2022
	S/000	S/000
<b>Pasivo corriente</b>		
Otros pasivos financieros	59,905	28,768
Pasivo por arrendamiento	17,210	14,527
Cuentas por pagar comerciales	13,832	15,430
Cuentas por pagar a partes relacionadas	304	338
Otras cuentas por pagar	21,473	59,061
Ingresos diferidos	5,114	2,853
<b>Total pasivo corriente</b>	<b>117,838</b>	<b>120,978</b>
<b>Pasivo no corriente</b>		
Otros pasivos financieros	571,208	625,157
Pasivo por arrendamiento	306,128	304,531
Cuentas por pagar comerciales	-	59
Otras cuentas por pagar	10,825	9,139
Ingresos diferidos	3,028	1,820
Pasivo por impuestos diferidos	259,946	265,589
<b>Total pasivo no corriente</b>	<b>1,151,135</b>	<b>1,206,294</b>
<b>Total pasivo</b>	<b>1,268,973</b>	<b>1,327,272</b>
<b>Patrimonio</b>		
Capital emitido	206,526	206,526
Reserva legal	41,305	41,305
Resultados acumulados	371,332	356,874
<b>Total patrimonio</b>	<b>619,163</b>	<b>604,705</b>
<b>Total pasivo y patrimonio</b>	<b>1,888,136</b>	<b>1,931,977</b>

Al cierre de diciembre 2023 y diciembre 2022, el activo total de la compañía registró una variación de 2.00%, pasando de S/ 1,932 millones a S/ 1,894 millones.

Asimismo, el pasivo total de la compañía decreció 2.00% respecto a diciembre 2022, explicado principalmente por la línea Otras cuentas por pagar con una variación de 52.6%, porque en el año 2022 se tenía una provisión de S/ 33 millones en el impuesto a la renta anual, el mismo que fue pagado en su totalidad en el primer semestre del 2023 (con caja propia reservada para dicho fin). Al cierre de diciembre 2023, esta provisión cae a S/ 6.9 millones, dado que en el año 2023 se reanudaron los pagos a cuenta mensuales del impuesto a la renta anual.

El patrimonio de la compañía crece un 2.4% a diciembre 2023 respecto diciembre 2022.

### 3. Análisis del Estado de Flujos de Efectivo

Por los meses terminados el 31 de Diciembre del 2023 y de 2022



Al 31 de diciembre de	2023	2022
	S/000	S/000
<b>Actividades de Operación</b>		
Cobranza a clientes	412,751	386,253
Pago a proveedores	(115,547)	(105,830)
Pago de Remuneraciones y beneficios sociales	(26,690)	(21,962)
Pago de intereses por préstamos bancarios	(48,137)	(48,192)
Pago de intereses por pasivo por arrendamiento	(29,191)	(24,588)
Pago de impuesto a las ganancias	(51,165)	(6,179)
Pago de otros tributos	(64,434)	(53,184)
Otros cobros relativos a la operación	(11,814)	9,705
<b>Efectivo neto provisto por las actividades de operación</b>	<b>65,773</b>	<b>136,023</b>
<b>Actividades de Inversión</b>		
Pago por suscripción de fondos mutuos	-	(23,144)
Cobros por rescate de fondos mutuos	139	23,346
Pago por compra de intalaciones, maquinaria y equipos diversos	(392)	(422)
Pagos por ampliación de inversiones inmobiliarias	(10,095)	(4,633)
Compra de activos intangibles	(991)	(2,494)
Compra de instrumentos financieros	-	-
Venta de instrumentos financieros	-	-
Cobro por préstamos otorgados a terceros	84	90
Préstamos otorgados a terceros	(251)	(5,301)
Cobro de préstamos otorgados a partes relacionadas	73	581
Préstamos otorgados a partes relacionadas	(23,090)	(18,658)
<b>Efectivo neto (aplicado a) provisto por las actividades de inversión</b>	<b>(34,523)</b>	<b>(30,635)</b>
<b>Actividades de Financiamiento</b>		
Préstamos bancarios recibidos	16,771	150,600
Pagos de arrendamientos financieros y préstamos bancarios	(25,784)	(190,849)
Pago de pasivos por arrendamiento	(16,536)	(21,914)
Dividendos pagados, neto de retenciones	(26,466)	(40,165)
<b>Efectivo neto aplicado a las actividades de financiamiento</b>	<b>(52,015)</b>	<b>(102,328)</b>
Variación neta de efectivo y equivalente de efectivo	(20,765)	3,060
<b>Saldo de efectivo y equivalente de efectivo al inicio de año</b>	<b>79,260</b>	<b>76,200</b>
<b>Saldo de efectivo y equivalente de efectivo al final del año</b>	<b>58,495</b>	<b>79,260</b>

Al 31 de diciembre de	2023	2022
	S/000	S/000
<b>Transacciones que no generan flujo de efectivo</b>		
Cambio en el valor razonable de las propiedades de inversión	71,450	76,908
Cambio en el valor razonable de activos por derecho de uso	21,364	39,583
Compensación de cuentas por cobrar y préstamos de terceros	-	1,890
Compensación de préstamos con partes relacionadas	1,947	2,213
Capitalización de cuentas por cobrar y préstamos por cobrar a partes relacionadas	-	-
Cambios en el valor del activo por derecho de uso y pasivo por arrendamiento	(30,644)	29,850
Obras en curso por pagar	-	-
Inversiones inmobiliarias por pagar	7	-
Compensación de cuentas por cobrar y por pagar comerciales	1,129	7,968

A diciembre del 2023, la cobranza alcanzó S/ 412.8 millones, 6.9% mayor al mismo periodo del año 2022. La principal variación de las actividades de operación se explica por la variación en el pago de impuestos a las ganancias, como ya se explicó anteriormente.

En las actividades de inversión, se registra una variación en los pagos por ampliación de inversiones inmobiliarias, ya que en el 2023 la compañía ejecutó obras de infraestructura para reconvertir M2 y así mudar al centro financiero al primer piso del edificio ex Paris. Todo ello promovido por una estrategia comercial que busca consolidar mayor actividad en diversas zonas del mall.

Se registra a diciembre 23, una variación de 23.8% en los préstamos a relacionadas, principalmente compuesto por préstamos otorgados desde el portafolio de inversiones financieras hacia su subsidiaria Inversiones Castelar, como parte de la ejecución de la última fase del plan de remodelación del Boulevard de Asia.

A diciembre 2023, la compañía cumple sus resguardos financieros. En términos de estructura de capital, el ratio deuda financiera entre patrimonio se encuentra por debajo del covenant de 1,6x, siendo 1.02x a diciembre 2023. Por su parte, el ratio de cobertura de servicio de deuda es 3.36x, por encima del covenant de 1,5x. Finalmente, el ratio de cobertura de obligaciones garantizadas fue de 1.46x a diciembre 2023, por encima del covenant de 1,2x.



# 4 ● ANEXOS

## 4.1. Información relativa al mercado de los valores inscritos en el Registro Público del Mercado de Valores

Durante el año 2023, los valores representativos de deuda emitidos por la compañía no han registrado negociación en Rueda de Bolsa .





**5.**

**Responsabilidad  
Social  
Corporativa:**



**EN EL 2023 SE CONSOLIDÓ LA ESTRATEGIA DE  
SOSTENIBILIDAD BAJO EL PARAGUAS:**



La Felicidad que Das Regresa, consolida todas las acciones Ambientales, Económicas y Sociales de la Organización.





## ▼ INICIATIVAS AMBIENTALES

### → Huella de Carbono

En el 2023 se realizó el estudio de Huella de Carbono por primera vez en el centro comercial, para poder medir y evaluar nuestro impacto ambiental.

### → Banca Sostenible

Se creó la primera banca hecha completamente de tapitas de plástico reciclado de la mano de Circular Lab. Esta banca, compuesta por 17,000 tapitas de plástico, es una muestra tangible del esfuerzo por promover la sostenibilidad y reducir el impacto ambiental.

### → Robot de Reciclaje (IRbin)

Se implementó un robot de reciclaje de botellas de plástico en conjunto con la startup Cirsys. Esta iniciativa fomenta hábitos sostenibles y de aprendizaje entorno al cuidado del ambiente y ayuda en prevalecer la economía circular.

### → Ahorro en consumo de energía eléctrica en áreas comunes:

Se automatizó el encendido y apagado de iluminación áreas comunes mediante programadores (PLC). Además se implementó el uso iluminación Tubos LED con Sensor de Movimiento. Todo esto generó un ahorro de energía de 1,190 MWh.



### → Contenedores de reciclaje de vidrio

Se implementó contenedores de reciclaje de vidrio, logrando reciclar un promedio mensual de 1.5 a 1.8 tn.

### → Contenedor PET:

Se implementó contenedores PET para la concientización y reciclaje de botellas de plástico.

### → Contenedor de Aceite vegetal quemado

Se implementó un contenedor de reciclaje de aceite en conjunto con la empresa Bioils.

### → Ahorro en consumo de AA

Se automatizó el encendido de los equipos de Aire Acondicionado del centro comercial mediante la implementación de controladores programables, obteniendo un ahorro de energía de 18 MWh.

### → Reciclaje de Cartón

Se implementó jaulas para facilitar al locatario el reciclaje de cartón, generando orden y concientización al locatario con el cuidado del medio ambiente.

### → Estacionamiento de bicicletas

Se implementó el primer estacionamiento de bicicletas, con una capacidad de 196 estacionamientos disponibles. Este medio de transporte es el más sostenible, dado que no consume combustible y no emite gases de efecto invernadero.

### → Estación de reciclaje

Se implementó la primera estación de reciclaje del Centro Comercial, con el objetivo de fomentar la preservación del medioambiente y generar consciencia en todos los clientes.







## ▼ INICIATIVAS ECONÓMICAS

### → Cerramiento Sostenible

Se instaló un mural de prendas de ropa usada, con la finalidad de que se pueda reusar y adaptar a las distintas tiendas en el Jockey Plaza.

### → Ingresos de tiendas de segunda

Se implementó desde el 2023 locatarios de ropa de segunda como: Las Traperas, OK Round 2 y Perpetua, con el objetivo de promover el consumo responsable y la economía circular.

### → Check Trust de Bureau Veritas para proveedores

En el 2023, se validó la conformidad del nivel de cumplimiento de la gestión Ambiental, Social y de Gobernanza de la cadena de suministro de los proveedores.





Por un regreso a clases  
**SIN BULLYING**



Infórmate y reporta en

**SISEVE.PE**

**0800-76888**

## ▼ INICIATIVAS SOCIALES

### → Campaña contra el Bullying

La campaña escolar del 2023 fue la Campaña contra el Bullying, la cual tuvo como objetivo generar consciencia en todos los clientes y visitantes del Centro Comercial. “Al Colegio No Voy Más”, tuvo como aliados a Latina y RPP y se creó una web, para poder reportar los casos en SISEVE, una guía para padres y orientación.

### → Talleres Eco Jockey

Se realizaron Talleres para niños, con el objetivo de inspirar conciencia ambiental y empoderar a los más jóvenes para que se conviertan en defensores del planeta.

### → Ruta Botánica y Exploradores del océano

Actividades dirigidas a niños, con la finalidad de concientizarlos y enseñarles el cuidado y las variedades de plantas que se tienen en el centro comercial y los cuidados del océano.

### → Robot donador de juguetes

Se implementó un robot, para que los visitantes del centro comercial, puedan dejar sus juguetes en desuso y de esta manera, promover la economía circular.

### → Sernanp

Se instaló módulos de recaudación con el objetivo de proteger las Áreas Naturales Protegidas por el Estado, comprometidos con la conservación del patrimonio natural.



### → Jockey University y Talento Boulevard

Son los Programas de Formación para los vendedores de los locatarios del Jockey Plaza y Boulevard de Asia. Mediante este programa se mejora el conocimiento de las posiciones de atención al cliente y ventas, fortaleciendo aspectos profesionales y conductuales de los participantes.

### → Limpieza de Playas

Junto con el Boulevard de Asia, la Municipalidad de Asia, L.O.O.P. - Life Out Of Plastic SAC y el equipo de HazlaPorTuPlaya, se logró realizar esta iniciativa que promueve la sostenibilidad ambiental e invita a reflexionar acerca de la importancia de mantener los espacios limpios y el impacto que generan los residuos en la naturaleza.

### → Voluntariado: Casa Ronald

Junto a los voluntarios del Jockey Plaza y acompañados del equipo y niños de la Casa Ronald McDonald, se tuvo la oportunidad de impactar en el cuidado de sus viviendas, terraza y huerto; así como cocinar y compartir manualidades y diversión.

### → Olimpiadas Especiales Perú

Apoyo en la campaña de recaudación para los deportistas que iban rumbo al mundial en Berlín.

### → Empresa Anemia Cero

Durante el 2023, Jockey Plaza se alió con Peruanos Por Peruanos para ayudar a concientizar y detectar anemia en niños y adolescentes, otorgándoles un espacio dentro de nuestro centro comercial, concientizando a las familias con asesoría nutricional y realizando pruebas de descarte.

### → Alianza Universidad Científica del Sur

Se organizó charlas dirigidas a los clientes, proveedores, locatarios y trabajadores. Durante estas sesiones, se resaltó la relevancia de adoptar prácticas empresariales sostenibles y se compartieron ejemplos de acciones implementadas a nivel mundial.

### → Trabajo con ONGs

Se trabajó con diversas ONGs, brindándoles puntos corazón y otorgándoles espacios en el centro comercial, para apoyarlos en la recaudación y desarrollo de sus proyectos. Las ONG con las que se trabajó son: UNICEF, Fundación Peruana de Cáncer, Magia, Teletón, Operación Sonrisa y Campañas de donación de Sangre, Presente, Caritas, Aldeas Infantiles, World Vision Peru, Ayuda en acción y Enseña Perú.

## Gestión del Talento Jockey



Poténciate es el programa oficial de Gestión del Talento J, que busca potenciar el crecimiento de los colaboradores con la finalidad de seguir construyendo el desarrollo profesional y el desarrollo formativo de habilidades de todos los colaboradores.

Este programa unifica los pilares de Talento, Desarrollo, Formación y Líder J:





## Potencia T

Talento

Se busca identificar y aprovechar las habilidades de los colaboradores centrándose en evaluar y diferenciar el talento para poder retener, desarrollar y comprometerlos con el propósito de la compañía.

## Potencia T

Desarrollo

Las líneas de desarrollo se desenvuelven mediante el desarrollo de carrera que es el crecimiento en el mismo puesto de trabajo o hacia otro puesto del mismo nivel y mediante la línea de carrera que es el crecimiento por cambio de puesto en la línea jerárquica.

## Potencia T

Formación

Con el objetivo de desarrollar de forma permanente al equipo se ha desarrollado una ruta de formación integral para desenvolver el nivel cognitivo, el nivel conductual y el nivel emocional para que sean mejores profesionales y personas. Jockey Plaza cuenta con capacitaciones internas y externas y una alianza con una plataforma de formación digital para gestionar de manera profesional la ruta formativa.





Jockey Plaza cuenta con el programa Líder J en donde el objetivo es desarrollar y acompañar a los líderes, ya que se considera que son la base de gestión de talento en la empresa y por ello se necesita potenciar y desarrollar sus habilidades de liderazgo.



El Programa Beca J impulsa el crecimiento profesional de los colaboradores a través de la subvención parcial de tres tipos de programas de estudios: Carreras universitarias, Cursos de Postgrado, Cursos Especializados. Los colaboradores pueden postular a esta iniciativa durante dos veces al año. A la fecha 20 colaboradores han podido gozar de este beneficio y potenciar sus estudios profesionales.

## Brillemos Juntos

Se creó el programa de reconocimiento Brillemos Juntos con la finalidad de reconocer, felicitar públicamente y reforzar comportamientos y conductas positivas de los colaboradores. Existen tres formas de reconocimiento en base a dos categorías: Reconocimiento sobre el resultado del negocio en base a la Ruta Estratégica: Logro J y el reconocimiento a la actitud del colaborador, se premian las formas y lo que inspira al equipo: Líder J y Compañero J.



Dentro de la organización se quiere que cualquier persona que la conforme o la visite, tenga una experiencia en la que se sienta incluida, escuchada, cómoda y feliz, y así lograr que la Marca sea reconocida en la sociedad como promotor e impulsador de EDI.



El programa Libre permite contar con diversas prácticas para crear espacios libres de discriminación como capacitaciones a los colaboradores en temas de diversidad e inclusión, creación de Comité de Diversidad e Inclusión, canal de denuncias por hostigamiento sexual laboral, cobertura completa de EPS a parejas sin importar orientación sexual y más.





## Certificaciones



En el 2023 Jockey Plaza fue certificado por la Asociación Buenos Empleadores – ABE. El equipo J está orgulloso de ser uno de los lugares de trabajo que marcan la diferencia. Esta certificación refleja el compromiso de promoción de prácticas laborales justas, cultivar un entorno de trabajo inclusivo y proporcionar oportunidades de crecimiento para todos los colaboradores. Se busca crear un ambiente laboral donde se enfatizan los valores de respeto, participación y bienestar, contribuyendo así a un espacio de trabajo armonioso y feliz.



Este 2023 se obtuvo la certificación de Aequales, la cual acredita las estrategias de equidad de género y diversidad en la empresa. Además, brinda reconocimiento frente al esfuerzo y compromiso en el trabajo que se realiza en pro de estas iniciativas. Con esta certificación se reafirma el compromiso en crear una sociedad con mayor diversidad e inclusión, promoviendo espacios laborales que impulsan la equidad de género y diversidad.





## 6. GOBIERNO CORPORATIVO

### 6.1. Detalle sobre acciones que se toman respecto al buen gobierno corporativo

El Jockey Plaza aspira a seguir impulsando la confianza lograda con los distintos stakeholders, a través de una gestión y comunicación abierta, fluida y transparente. Desde hace varios años viene fortaleciendo el buen gobierno corporativo, asegurando una operación sostenible y que genere valor y bienestar en todas sus relaciones.

Parte de la filosofía de la Compañía se basa en un adecuado manejo de la Responsabilidad Social Empresarial como una ventaja competitiva.

La Compañía ha desarrollado un Código de Ética, el cual refleja el “Alma Jockey” y las aspiraciones de cada uno de los que forman parte de la Compañía. El Código de Ética es la guía que orienta la forma de actuar en materia de convivencia y relaciones internas, así como con clientes, proveedores y la sociedad. Encauza en una conducta justa y honesta, sin dejar de lado la identidad y el criterio de cada colaborador, fortaleciendo día a día las buenas prácticas que contribuyen al buen gobierno corporativo de la Compañía.

Se cree firmemente en que trabajar en una Compañía que goza de una buena reputación y valores enraizados fuertemente en su gente, se vuelve un orgullo y motivo de satisfacción permanente, por lo cual para todos los colaboradores basan sus decisiones y se alinean a lo que es la Compañía, orientados a cumplir con la Visión y Misión practicando permanentemente los valores institucionales.





### 6.1.1. Gestión de procesos

La Compañía cuenta con procesos de mejora continua e implementaciones recientes de Seguridad de la Información, Ley de Protección de Datos Personales, Continuidad Operativa, Atención de reclamos de manera más eficiente y se practica la cultura de la innovación.

### 6.1.2. Gestión de personas

La Compañía cumple con las normativas relacionadas a la gestión de personas respetando como principio básico los derechos humanos, la diversidad y la no discriminación. Se brindan capacitaciones y se promueve la seguridad y salud ocupacional. Se fomenta el adecuado equilibrio de los colaboradores respecto a la conciliación de su vida familiar, personal y laboral, preocupándose por contar con un adecuado clima laboral y satisfacción en el trabajo.

### 6.1.3. Gestión de proveedores

La Compañía cuenta con una política de homologación de proveedores, en donde se verifica las buenas prácticas y se fomenta la compra de productos o insumos que desarrollen soluciones ecológicas o de reducción de desperdicios de empaques. Se previene la anticorrupción en las compras mediante una correcta selección, evaluación y asociación con los abastecedores. Fuera de ello se fomentan las compras responsables (aspectos éticos, laborales, sociales, ambientales)



#### 6.1.4. Gestión de clientes

La Compañía se basa en los principios de los derechos básicos de los consumidores, como su derecho a elegir (acceso a variedad de productos competitivos y a precios razonables) a la seguridad, a ser correctamente informado, a ser escuchado (atención al cliente), a la compensación mediante seguros para accidentes personales. La promoción y publicidad es transparente y ética y se practica el comercio justo.

#### 6.1.5. Gestión de la comunidad

El Jockey se preocupa permanentemente en los diferentes tipos de comunidades con las que se relaciona, según su ubicación geográfica (por su tamaño, no solo se limita al distrito o ciudad si no al país) o grupos de interés (comunidad profesional, comunidad virtual, de investigación).

Dentro de los procesos internos se analiza permanentemente el impacto social de las acciones y decisiones de la Compañía. Se busca la participación de los colaboradores para contribuir con la prevención de la contaminación, cuidado ambiental y uso sostenible de recursos (gestión de residuos, proyectos por ejecutar de reciclaje de agua, uso y disposición de productos químicos tóxicos y peligrosos, apoyo a acciones conjuntas con policía y bomberos, así como eficiencia en el uso de materiales).









ADMINISTRADORA JOCKEY PLAZA SHOPPING CENTER S.A.  
Av. Javier Prado Este 4200, Surco.