



## **MALLPLAZA CONSOLIDA POSITIVOS RESULTADOS SUMANDO NUEVAS MARCAS, CATEGORÍAS Y SERVICIOS A SUS CENTROS URBANOS**

- El crecimiento en ventas (21% por sobre las del primer trimestre de 2019) y el retorno de los visitantes a Mallplaza, ratifican el regreso a una plena normalidad de la operación, con el 100% de la superficie arrendada operando y una ocupación del 93% del GLA.
- Propuesta de valor se robustece: H&M sumará 13 nuevas tiendas en los centros urbanos de la compañía, completando un total de 19 locales a nivel regional e IKEA, que sumará 3 tiendas. A lo anterior se agrega una red de cowork y nuevos espacios de entretenimiento y gastronomía.

**Santiago, 10 de mayo 2022.-** Consolidar a sus centros urbanos como núcleos en medio de la ciudad capaces de atraer a visitantes, socios comerciales y sellers es uno de los propósitos que Mallplaza se ha puesto para este 2022 y que de acuerdo a los estados financieros del primer trimestre ya está teniendo positivos avances. La compañía con 25 centros comerciales en Chile, Perú y Colombia, informó un buen desempeño con una operación normalizada, con mejores resultados a los alcanzados en prepandemia en materia de ingresos (+18%) y ebitda (+9%).

Respecto al flujo de visitantes, Mallplaza incrementa el retorno de las personas a sus centros urbanos, alcanzando los 62 millones de personas durante el trimestre. Junto con ello, se registraron niveles de conversión un 44% mayor que durante los años de prepandemia, lo que permitió que las ventas fueran un 21% por sobre las del primer trimestre de 2019.

“Mallplaza se está consolidando como un lugar de destino preferido. Eso nos permite continuar empujando al alza los flujos, propiciar el desarrollo de una propuesta omnicanal de vanguardia y una propuesta comercial enriquecida con los mejores retailers. Clave en eso ha sido nuestra capacidad para tomar las oportunidades de espacios que nos generó la pandemia y consolidar un mix de socios comerciales diversificado y de alto valor”, sostuvo Fernando de Peña, gerente general de Mallplaza.

Durante el primer trimestre 2022, concretamos nuevos negocios por 30.000 m2, adicionales a los anunciados durante el 2021. A la fecha, de los 185.000 m2 de nuevos negocios, 48% ya se encuentran en operación y otro 17% está en proceso de habilitación de locales al cierre del 1Q2022, mientras que el 35% restante entrará en operación durante los siguientes trimestres del 2022. Esto ha permitido a la compañía terminar con un nivel de ocupación de 93% al cierre de marzo 2022.



Es así como, por ejemplo, H&M suma 13 nuevas tiendas en los centros urbanos de la compañía, completando un total de 19 locales a nivel regional e IKEA, el retailer de muebles más grande del mundo, incorpora 3 tiendas: Mallplaza Oeste, en Chile; y Mallplaza Cali y Mallplaza NQS en Colombia. A ello, se suman marcas atractivas y valoradas como Decathlon, Casaideas, TheLine y Tricot, entre otras. Mallplaza, asimismo, ha concretado las primeras incorporaciones de la nueva red de cowork, que sumará en total 12 mil m2 a nivel regional. Junto con ello, se considera el ingreso de dos complejos de canchas de padel, ocupando espacios readecuados y que permiten traccionar flujo y generar nuevas alianzas.

En cuanto a resultados financieros durante el 1Q2022, los ingresos aumentaron un 53% respecto del 1Q2021, y un 18% respecto del 1Q2019. En tanto, el EBITDA fue un 46% superior al del mismo periodo del año anterior y un 9% sobre el mismo periodo de 2019, alcanzando un margen del 75% durante el trimestre.

### **Vespucio: renovada propuesta gastronómica**

La compañía continúa avanzando en la actualización de la propuesta de valor del nuevo Mallplaza Vespucio con una innovadora oferta de entretenimiento y gastronomía marcada por un carácter de sociabilización único en la industria. Se incorporará el Mercado Gastronómico, la remodelación y ampliación de las Terrazas y la incorporación de nuevos fast casual, cafés y sweet zone, considerando más de 120 propuestas. En tanto, en entretenimiento se incorporará una inédita zona de gamers, además de la renovación y ampliación de los cines Cinemark con nuevas pantallas IMAX.

### **Crecimiento regional**

A ello, se suma el crecimiento como parte del ADN de Mallplaza. Es así como retomó las obras de Mallplaza Cali en Colombia, mall que incorporará 67.000 m2 a la superficie arrendable de la compañía con una gran propuesta fashion con marcas nacionales e internacionales como es Inditex (Zara, Berskha, Pull&Bear, Stradivarius), a la cual se suma IKEA, con la primera tienda en la ciudad de Cali; H&M, Decathlon, Homecenter y Cinemark.

### **Estrategia omnicanal**

En cuanto al desempeño de su estrategia omnicanal, esta continúa entregando positivos resultados, fortaleciendo las diferentes alternativas desarrolladas tanto para sus socios comerciales como para sus visitantes, aportando valor, generando flujos y continuando el fortalecimiento de sus centros urbanos como hub logístico.



Mallplaza, por ejemplo, ha incrementado la cantidad de interacciones con sus clientes a través de medios de pago y lealtad, permitiéndole aumentar la cantidad de clientes identificados por mes, pasando de 0,7 millones a 1,6 millones. En términos de logística, la compañía cuenta con 13 puntos Pitstop en sus centros comerciales, ofreciendo servicio a más de 240 restaurantes, entregando más de 1.400.000 pedidos en el último año. Adicional a eso, cuenta con 19 Click&Collect y 6 bodegas a nivel regional, entregando durante el último año más de 77.000 paquetes.

Por último, en el periodo informado, Mallplaza recibió distintos reconocimientos de la industria tales como: primer lugar en la categoría centros comerciales en el Omnichannel Index Chile 2022, realizado por la consultora Kawésqar Lab; primer lugar en el estudio Chile 3D como la marca de centros comerciales más valorada por los chilenos y la Certificación AIS para sus cuatro centros urbanos en Perú por su compromiso con la diversidad e inclusión.