

RESULTADOS FINANCIEROS PLAZA S.A.

Primer Trimestre 2024



Carta del Gerente General

Me complace compartir con ustedes los resultados financieros del primer trimestre de 2024 para Plaza S.A. los que reflejan el éxito que está teniendo la ejecución de nuestra estrategia de negocios y que hoy nos permite contar con una propuesta de valor variada, mejorada y volcada al cliente, con centros urbanos capaces de entregar múltiples y potentes propósitos de visita, con nuevas marcas, servicios y categorías.

Rendimiento Financiero Destacado

Durante este primer trimestre, Mallplaza ha registrado ingresos por MM CLP 114.106, lo que representa un crecimiento del 14,2% en comparación con el mismo período del año anterior. Además, nuestro EBITDA alcanzó los MM CLP 86.852, un 15,9% mayor al mismo trimestre del año anterior. Destacamos también la eficiencia operacional, medida por el EBITDA sobre ingresos, que alcanzó un 76,1%, mostrando una mejora significativa en comparación con 2023. El FFO mostró un crecimiento del 14,7% respecto al primer trimestre de 2023, alcanzando los MMCLP 70.669 y un margen sobre ingresos del 60,1%.

A nivel operacional, las ventas de nuestros socios comerciales, durante el periodo, mostraron un incremento de 3,9%, alcanzando un total de MMCLP 1.182.990, impulsadas por el crecimiento en Chile y Colombia, en línea con la mejora del dinamismo del consumo en ambos países. Además, volvimos a crecer en flujos de visitantes, llegando a 72 millones de visitas, las que estuvieron impulsadas por nuestros centros urbanos TIER A en Chile, como Mallplaza Vespucio, Mallplaza Oeste y Mallplaza Trébol, junto con el destacado crecimiento de 25% en Mallplaza NQS, en Bogotá. Lo anterior es un claro resultado de las mejoras en nuestro mix comercial, con la incorporación de nuevas tiendas y marcas durante el 2023.

Posición Financiera Sólida

Mallplaza mantiene una sólida posición financiera, con un ratio de Deuda Financiera Neta sobre EBITDA de 3,1 veces al cierre del primer trimestre de 2024. Nuestra duración de deuda promedio es de 8 años, con un perfil de pago mayoritariamente a largo plazo.

Crecimiento

El desarrollo sigue siendo parte del ADN de Mallplaza, tanto con la adquisición de nuevos centros comerciales como el crecimiento orgánico en los ya existentes, en especial en nuestros TIER A.

Un logro destacado durante el trimestre fue la exitosa apertura de Mallplaza Cali en Colombia, nuestro quinto centro urbano en el país y el 26° en total para la compañía. Con una superficie de 67.000 m² de GLA, Mallplaza Cali inició operaciones con un 91% de su GLA comercializado y una ocupación del 70% en los primeros días de funcionamiento.



**FERNANDO
DE PEÑA IVER**
Gerente General Plaza S.A.

Carta del Gerente General (cont.)

Por otra parte, durante este trimestre hemos dado un paso significativo con el acuerdo para adquirir Falabella Perú S.A.A. Esta transacción, valuada en un EV/EBITDA de 9,9x y un cap rate en torno al 11%, nos permitirá consolidar nuestra operación en Perú, mercado en el que ya operábamos 4 centros urbanos, agregando aproximadamente 619.000 m² de GLA y 15 nuevos activos a nuestro portafolio. No sólo estamos sumando nuevos GLA y activos, sino que también pasaremos a consolidar nuestro EBITDA. De hecho, si tomamos el EBITDA de Plaza S.A. a 2023, pasaremos de USD 367 millones a USD 448 millones al consolidar Perú, lo que representa un incremento de más del 20%. Esta transacción nos permitirá lograr sinergias al fusionar dos compañías y sus estructuras, como también lograr eficiencias gracias a una mayor escala operacional.

Nuestro plan de desarrollo de estos activos considera sumar 100.000 m² orgánicamente durante los próximos 5 años, así como también planes para mejorar y desarrollar aún más la oferta comercial actual. Los principales activos de este plan son Mallplaza Arequipa, Mallplaza Trujillo, Open Plaza Atocongo, Open Plaza Piura y especialmente en Open Plaza Angamos, donde proyectamos contar con un segundo centro urbano Tier A en Perú, el que se suma a Mallplaza Trujillo y el primero de esta categoría en Lima.

Perú es un mercado que conocemos muy bien. Llegamos en 2006 y lo hemos venido operando desde entonces, evolucionando como compañía con las personas y con nuestros centros urbanos. Los activos que estamos incorporando están en muy buenas ubicaciones y vemos que son mercados con un gran potencial de crecimiento, a los cuales les podemos agregar mucho valor.

Con esta transacción Plaza S.A. aumentará su diversificación en EBITDA y GLA de manera regional, con una distribución de metros cuadrados arrendable (GLA) de 62% en Chile, 27% en Perú y 11% en Colombia y una participación en EBITDA por país aproximada de 75% en Chile, 18% en Perú y el 7% en Colombia.

En Chile, por su parte, contamos con un plan de desarrollo total de 125 mil m² de GLA, entre los que se considera el crecimiento orgánico en Mallplaza Vespucio, Mallplaza Trébol, Mallplaza Oeste, Mallplaza Norte, Mallplaza Antofagasta, Mallplaza La Serena, Mallplaza Iquique y Mallplaza Biobío.

En Mallplaza Vespucio veremos, a fines de 2024, los primeros 21.600 m² de nuevo GLA en la nueva zona Lifestyle. Se trata de una propuesta de mix fashion y oferta de conveniencia, orientados a captar los grandes flujos que generan las dos estaciones de Metro cercanas. Y en el caso de Mallplaza Trébol ejecutaremos una nueva y renovada propuesta de entretenimiento, un nuevo complejo de cines, más un boulevard gastronómico que incluye 20 restaurantes, generando una propuesta única para la región.

Compromisos de Sostenibilidad

Finalmente, reiteramos nuestro compromiso con la sostenibilidad, como lo demuestran nuestras iniciativas Plaza 0 y nuestra certificación LEED en Mallplaza Comas, además de enorgullecernos el reconocimiento como la marca más valorada por los chilenos en la Categoría Malls por segundo año consecutivo, así como por numerosos premios y certificaciones en sostenibilidad.

Quiero aprovechar de agradecerles la confianza depositada. Como compañía, continuaremos trabajando en torno a nuestra estrategia de crecimiento de manera de poder llevar nuestra propuesta a más personas en la región.



**FERNANDO
DE PEÑA IVER**
Gerente General Plaza S.A.

Principales Indicadores Financieros

	1Q24	1Q23	% - p.p.
Ingresos Netos (MM CLP)	114.106	99.916	14,2%
Costo de Venta (MM CLP)	(16.452)	(14.763)	11,4%
Gastos de Administración (MM CLP)	(11.239)	(10.675)	5,3%
NOI Ajustado (MM CLP)	89.670	73.214	22,5%
<i>Margen NOI (%)</i>	76,3%	75,4%	0,9 p.p.
EBITDA (MM CLP)	86.852	74.969	15,9%
<i>Margen EBITDA</i>	76,1%	75,0%	1,1 p.p.
Utilidad Neta (MM CLP)	54.140	41.057	31,9%
<i>Margen Neto</i>	47,4%	41,1%	6,3 p.p.
FFO Ajustado (MM CLP)	70.671	61.609	14,7%
<i>Margen FFO Ajustado</i>	60,1%	63,5%	(3,3 p.p.)
FFO Ajustado / Acción (CLP)	36,1	31,4	14,7%
EBITDA por m ² (CLP)	51.038	47.007	8,6%
FFO por m ² (CLP)	41.530	38.635	7,5%

NOI: Net Operating Income, FFO: Funds For Operation. Ver Glosario.
EBITDA y FFO por m² considera m2 consolidados por Plaza S.A.



Terrazas del Puerto, Mallplaza Antofagasta

Principales Indicadores Operacionales

	1Q24	1Q23	% - p.p.
GLA Administrado (m ²)	1.999.437	1.889.490	5,8%
GLA Consolidado (m ²)	1.701.696	1.594.845	6,7%
Flujo Visitas (MM)	71,7	69,5	3,1%
Ocupación	95,1%	94,6%	0,5 p.p.
Ventas Socios Comerciales (MM CLP)	1.182.990	1.138.800	3,9%
<i>Same Store Sales</i>	(1,1%)	(1,3%)	0,2 p.p.
Venta Mensual por m ² (CLP)	243.825	247.125	(1,3%)
Ingreso Mensual por m ² (CLP)	22.351	20.883	7,0%
<i>Same Store Rent</i>	3,7%	12,2%	(8.5. p.p.)
Costo de Ocupación	11,5%	11,5%	0,0 p.p.
(+ Arriendo)	7,8%	7,9%	(0,1 p.p.)
(+ Gasto Común y Fondo de Promoción)	3,7%	3,6%	0,1 p.p.



RESULTADOS DEL TRIMESTRE

Primer Trimestre 2024



Ingresos

Ventas de Socios Comerciales

Las ventas de los socios comerciales del 1Q24 en nuestros centros urbanos aumentaron un 3,9% en relación al primer trimestre de 2023, principalmente por crecimiento de ventas en Colombia. Al buen performance de los segmentos de *retail* de especialidad, gastronomía y entretenimiento, se sumó un mejor desempeño del segmento de Tiendas Departamentales con respecto a periodos anteriores. El costo de ocupación del trimestre fue de 11,5%.

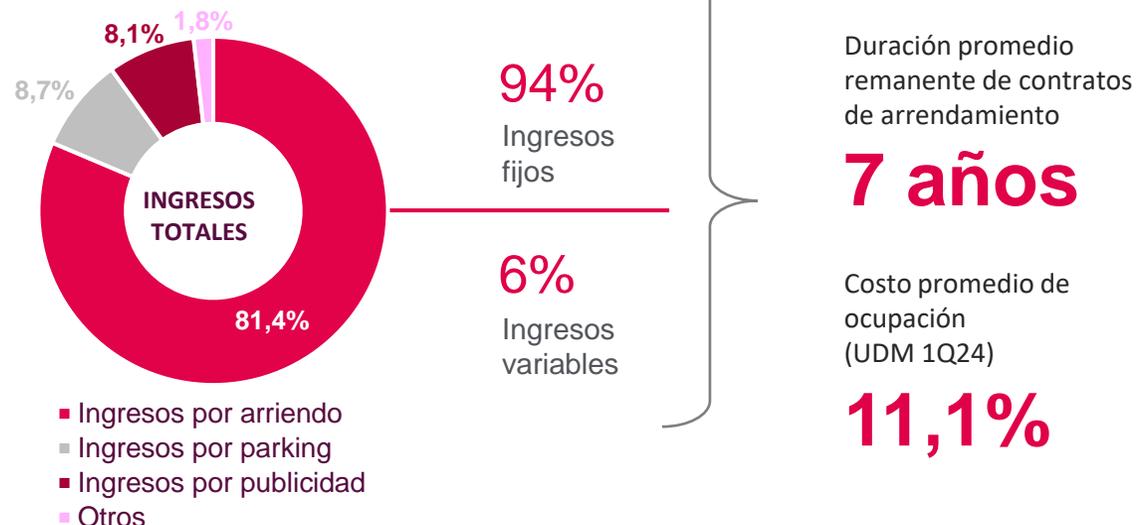
Flujos de Visitantes

El número de visitantes en nuestros centros urbanos alcanzó los 72 millones durante el primer trimestre, mostrando un crecimiento de 3,1% respecto del 1Q23. Este crecimiento se vio anclado, principalmente, por la sólida propuesta comercial de nuestros centros urbanos, sumado a aperturas relevantes durante la segunda parte de 2023, como la apertura de la primera tienda IKEA en Colombia (Mallplaza NQS) y 6 tiendas H&M a nivel regional, además de diversas aperturas generadoras de tráfico diario como lo son la apertura de 2 oficinas de Registro Civil en Mallplaza Vespucio y Mallplaza Alameda, entre otras.

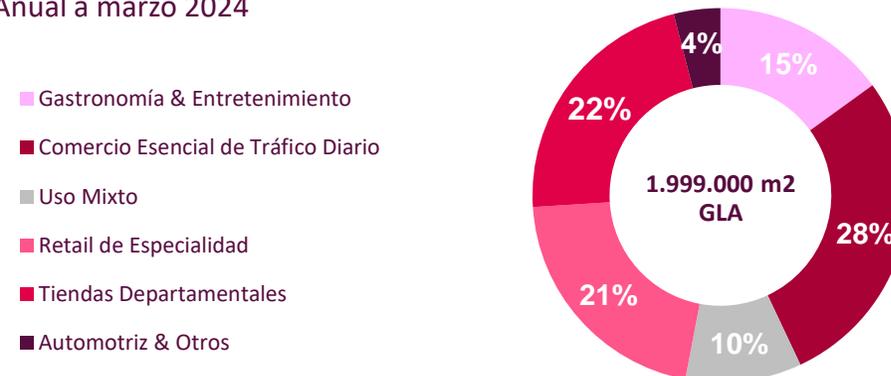
Ingresos Ordinarios

Al comparar el 1Q2024, respecto a 1Q2023, el aumento de los Ingresos Ordinarios de 14,2% está explicado por mayores ingresos por arriendo debido a mayores metros arrendados, reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arriendo a la inflación de cada país, sumado a mayores ingresos parking.

Distribución total ingresos
Últimos doce meses a marzo 2024



Distribución GLA por categoría
Anual a marzo 2024



Costos y Gastos

MCLP	1Q24	1Q23	Var. %
Remuneraciones	(8.569.800)	(9.119.184)	-6,0%
Patentes e Impuestos	(6.119.260)	(4.483.679)	36,5%
Contratos de servicios	(3.446.350)	(2.618.923)	31,6%
Provisión deudores incobrables	(1.293.488)	(1.044.600)	23,8%
Arriendos y concesiones	(563.071)	(594.177)	-5,2%
Amortización	(371.919)	(414.843)	-10,3%
Depreciación	(64.858)	(75.580)	-14,2%
Otros	(7.261.896)	(7.086.562)	2,5%
Total costos y gastos	(27.690.642)	(25.437.548)	8,9%
Costo de Venta (MM CLP)	(16.451.914)	(14.762.788)	11,4%
Gastos de Administración (MM CLP)	(11.238.728)	(10.674.760)	5,3%

Costos de ventas del Trimestre

Los costos de ventas aumentaron 11%, principalmente por mayor gasto de contribuciones asociadas a sobretasa de terrenos y reavalúo.

Gastos de administración Trimestre

Para el 1Q2024, los gastos de administración aumentan en MMCLP 564 (5%) respecto a 1Q2023, ello se explica por un mayor gasto en provisión de incobrables y gastos legales, lo que es compensado por menores remuneraciones asociadas a la simplificación de la estructura organizacional efectuada en el año 2023.

EBITDA / NOI

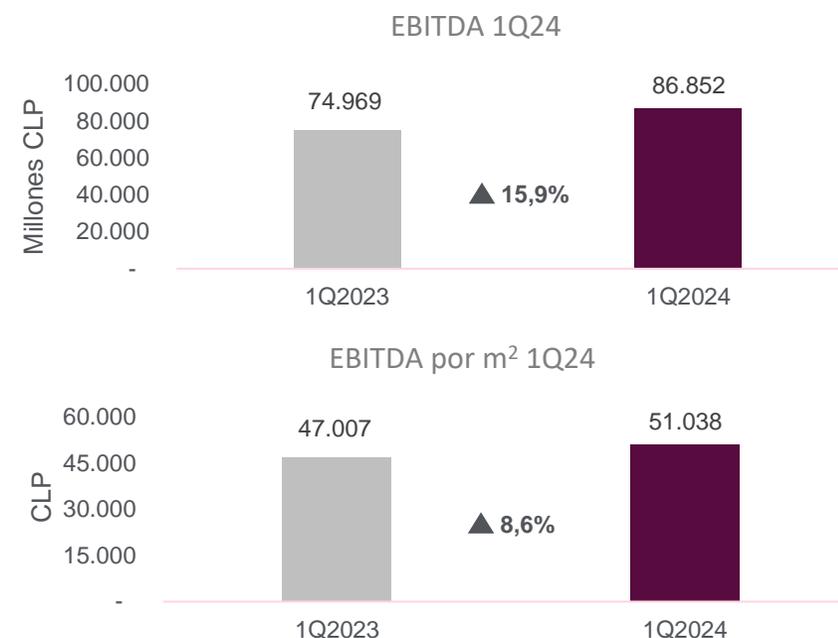
EBITDA

El EBITDA del 1Q2024 registra un aumento de 15,9%, equivalente a MMCLP 11.883 respecto al 1Q2023. Este resultado está asociado, principalmente, por mayores ingresos por arriendo debido a mayores metros arrendados, reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arriendo a la inflación de cada país, sumado a mayores ingresos parking. **La eficiencia operacional medida como EBITDA sobre Ingresos Ordinarios fue 76,1%.**

NOI Ajustado por participación

El 1Q24 logró un NOI Ajustado de MMCLP 89.670, un 22,5% mayor con respecto al mismo período del año anterior, alcanzando un margen de 76,3%.

Millones CLP	TRIMESTRE		
	1Q24	1Q23	Var. (%)
Ganancia Bruta	97.654	85.153	14,7%
+Gastos de Administración	-11.239	-10.675	5,3%
-Depreciación	-65	-76	-14,2%
-Amortización	-372	-415	-10,3%
NOI Plaza S.A. Consolidado Total (EBITDA)	86.852	74.969	15,9%
NOI Participación de Minoritarios	-933	-4.551	-78,1%
NOI Inversión en entidades no consolidadas ⁽¹⁾	3.811	2.786	36,8%
NOI Plaza Consolidado Total Ajustado por participación	89.670	73.214	22,5%



⁽¹⁾ Corresponde a la participación accionaria de 33,33% de Plaza S.A. en Mall Plaza Perú S.A.

Resultado Financiero

MCLP	1Q24	1Q23	Var. %
Ingresos financieros	4.460.977	9.582.696	-53%
Costos financieros	(11.748.597)	(12.908.094)	-9%
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas	2.075.079	1.359.557	-53%
Diferencias de Cambio	691.972	(559.481)	-224%
Resultados por Unidades de Reajuste	(10.262.323)	(15.588.023)	-34%

TRIMESTRE

Ingresos financieros

En el 1Q2024 los ingresos financieros disminuyen MMCLP -5.122 respecto al mismo período del año anterior asociado a menor tasa de colocación y menores excedentes de caja.

Costos Financieros

En el 1Q2024, los costos financieros disminuyen en MMCLP 1.159 respecto al mismo período del año anterior, por menor deuda asociada respecto a 1Q2023.

Resultado por unidades de reajuste

Corresponde a la variación en pesos nominales del stock de deuda financiera en Chile en Unidades de Fomento (UF), no representando un flujo de caja real, siendo sólo un efecto contable. Al comparar 1Q2024, con el mismo período de 2023, se genera una menor pérdida de MMCLP 5.326, lo que se explica principalmente por la variación de la UF de 0,83% en 1Q2024 vs 1,32% en 1Q2023 además de menor stock de deuda.

Utilidad Neta & FFO

Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora

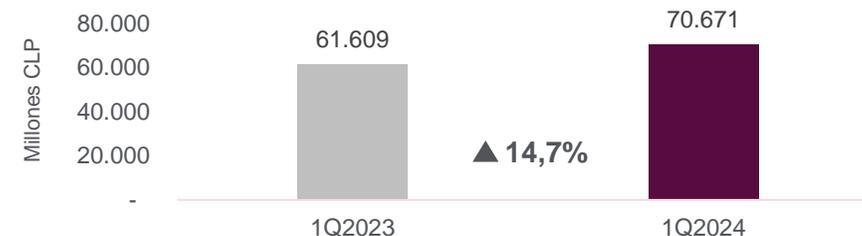
En el 1Q2024 alcanza una ganancia de MMCLP 54.140, lo que significa un aumento de MMCLP 13.083 respecto del 1Q2023. Este resultado se explica, principalmente, por mayores ingresos de arriendo, debido al crecimiento de los metros arrendados, el reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arriendo a la inflación de cada país, sumado a mayores ingresos parking, menor pérdida por resultado por unidades de reajuste MMCLP 5.326 por menor variación de la UF, sumado al efecto favorable en diferencias de cambio MMCLP 1.159 por conversión MP Colombia y menores costos financieros por MMCLP 1.159 por menor deuda asociada. Lo anterior, compensado con mayor gasto por impuesto a las ganancias MMCLP -3.647 y menores ingresos financieros MMCLP -5.122 por menor tasa de colocación y menor caja disponible.

FFO ajustado por participación

FFO del primer trimestre alcanzó a los MMCLP 70.671, creciendo un 14,7% respecto al mismo período del año anterior, logrando un margen FFO Ajustado de 60,1% por efecto de mejor desempeño de la operación y el menor ajuste por la compra del porcentaje minoritario de la filial Nuevos Desarrollos SpA. (antes Nuevos Desarrollos S.A.)

FFO 12 meses móvil a Marzo 2024 es de MMCLP 266.289, con un crecimiento de un 17,2% en comparación con el mismo período del año anterior.

FFO Plaza S.A Ajustado por Participación 1Q24



Millones CLP	TRIMESTRE		
	1Q24	1Q23	Var. (%)
Utilidad total	54.872	43.579	25,9%
-Depreciación	-65	-76	-14,2%
-Amortización	-372	-415	-10,3%
-Otros ingresos	25	531	-95,3%
-Otros gastos	-110	-289	-62,0%
-Ganancia o pérdida en asociadas	2.075	1.360	52,6%
-Diferencias de cambio	692	-559	-223,7%
-Unidades de reajuste	-10.262	-15.588	-34,2%
-Gastos impuestos diferidos	-6.201	-4.665	32,9%
FFO Plaza S.A. Consolidado total	69.090	63.281	9,2%
(-) FFO participación de minoritarios	718	3.462	-79,3%
(+) FFO inversión en entidades no consolidadas	2.298	1.790	28,4%
FFO plaza consolidado total ajustado por participación ⁽¹⁾	70.671	61.609	14,7%

(1) FFO corresponde al flujo de caja de la ganancia de los propietarios de la controladora, ponderado por su participación propietaria en la operación. Este flujo excluye los conceptos que no representan flujo de caja o que no son recurrentes (otros ingresos y gastos por función) del Estado de Resultados. No incluye el interés minoritario.



DESTACADOS DEL TRIMESTRE

Primer Trimestre 2024

Destacados del trimestre

Aperturas destacadas

Durante el 1Q24 abrimos a público 196 tiendas a nivel regional, dentro de las cuales destacan:

Chile

- 74 aperturas durante el trimestre que suman aproximadamente 14.500 m2.
- Apertura de Victoria Secret y Miniso en Mallplaza Oeste.
- Apertura de PC Factory y oficina del Registro Civil de 400 m2 en Mallplaza Vespucio.
- Apertura de Samsung en Mallplaza Iquique.
- Fortalecimiento de la propuesta gastronómica en nuestros activos *Tier A* con la apertura de Brussels, Varsoviense, Domino y Barrio Chicken.
- Continúa la transformación de Mallplaza Alameda, fortaleciendo el tráfico diario con la apertura de una oficina de Registro Civil (reconversión tienda Johnson) y un gimnasio Smart Fit, sumado al reforzamiento de la gastronomía con Carl's Jr y Dunking Donuts. En Retail, destaca la apertura de la tienda Miniso.

Perú

- Inauguración de Fun Jungle de 1.000 m2 en Mallplaza Trujillo.
- Inicio de operación de Oficinas BCP en Mallplaza Trujillo con una superficie de 2.300 m2.

Perú

- Aperturas de Cat, L'Occitane y Stud en Mallplaza Trujillo.
- En cuanto a gastronomía, destaca la apertura de restaurante Asia Food en Mallplaza Trujillo, y Bambos y Dolce Jar en Mallplaza Arequipa.
- En Mallplaza Comas, continuamos fortaleciendo nuestro mix comercial con la apertura de Ajimana y Shimaya en el Boulevard de restaurantes, así como la incorporación de Baby Infantil en la categoría de retail.

Colombia

- Apertura de Mallplaza Cali con 94 marcas como Home Center, Bancolombia, Farmatodo, Zara, Berskha, Stradivarius, Pull&bear, H&M, Vélez, Studio F, ELA, Decathlon, Skechers, Adidas, Nike Rise, KFC, Sr. Wok, Mis Carnes, Ventolini, Smartfit, Afrika, Cinemark y El Mercado gastronómico con más de 18 conceptos innovadores.
- Apertura de Sunglass y Flor de Maraca en Mallplaza Barranquilla
- Apertura de Sr. Wok, Dejamu, Watakushi, Donut Factory y Dejamu, en Mallplaza NQS, siendo un polo gastronómico de la ciudad.
- Apertura de Mr Grill, Bose y Spring en Mallplaza Cartagena y Manizales, respectivamente.



Apertura Vélez Café, Mallplaza Cali

Destacados del trimestre

Hitos de ESG

- Como parte de nuestros compromisos de ESG, entre los cuales se encuentra valorizar el 60% de los residuos generados por nuestros centros urbanos al 2025, en Mallplaza Vespucio inauguramos Plaza 0, iniciativa que transforma los patios de comida en lugares libres de elementos desechables, mediante el uso de vajilla y loza reutilizable. Así, en su primer año de implementación, se espera que Plaza 0 evite la generación de 14 toneladas de desechos, sumándose a la gestión de Plaza 0 en Mallplaza Egaña. Cabe destacar que esta iniciativa fue presentada como un caso de éxito ante la Comisión de Recursos Hídricos del Senado.
- En solidaridad con la tragedia que afectó a la Región de Valparaíso, Chile, instalamos 17 puntos de acopio en nuestros centros urbanos, recogiendo más de 8 toneladas de ayuda, durante 528 horas de operación.
- En marzo, junto con la Municipalidad de La Florida, inauguramos un vivero comunal. El espacio de 200 m2 cuenta con riego de alta eficiencia, compost, semillas y especies nativas de bajo consumo hídrico, las que serán sembradas en diferentes lugares de la comuna, contribuyendo a la mantención de las áreas verdes.

Premios y reconocimientos

- Por segundo año consecutivo, Mallplaza fue reconocido como la marca más valorada por los chilenos, en la categoría Malls, del estudio anual de Chile3D, realizado por GfK.
- Mallplaza lideró, por segundo año, la categoría Centros Comerciales del Ranking Omnichannel Index de Kawes Lab. Además, en la evaluación general, Mallplaza se ubicó N°5 sobre el total de 255 empresas analizadas y N°2 entre las empresas del IPSA.
- Mallplaza obtiene primer lugar en premios Schneider Electric Sustainability Impact Awards 2023, nivel Sudamérica, por demostrar un fuerte liderazgo en sostenibilidad en la descarbonización de sus operaciones.
- Por sexto año consecutivo, Mallplaza lideró la categoría "Inmobiliario-Retail" del Ranking Merco ESG Chile. En la clasificación general, la compañía subió dos puestos respecto de la medición anterior, ubicándose en el lugar 28°.
- El Consejo de Edificación Sustentable de Estados Unidos, en ceremonia realizada en el mall nos hizo entrega de la certificación LEED de Mallplaza Comas. Un reconocimiento que destaca el compromiso con la sostenibilidad, demostrando que nuestro centro urbano ha sido diseñado y construido cumpliendo con rigurosos estándares de eficiencia energética y gestión medioambiental.



Inauguración Plaza 0, Mallplaza Vespucio. Chile

Destacados del trimestre

Hitos de Omnicanalidad

En el reciente Omnichannel Index 2023, categoría Shopping Centers, la empresa Kawes Lab (especialistas en consumo, comercio electrónico y omnicanalidad) reconoció a Mallplaza con el primer lugar, logrando adicionalmente posicionarse con el segundo lugar de las empresas IPSA y quinto lugar entre todas las empresas Chile (+265 empresas en 17 industrias)

CLICK & COLLECT

- Nuestros Click & Collect se han expandido por la región y ya operan en los tres países con 19 puntos de retiro en nuestros principales centros urbanos, alcanzando más de 548.000 pedidos entregados en el 2023 lo que representa 3x más de los realizados en 2022 y 180.000 pedidos durante el 1Q24, lo que representa **un crecimiento de 242% vs el mismo periodo del año anterior**. Lo anterior, sumado a integraciones con *marketplaces*, operadores logísticos y nuevos partners que se suman cada trimestre.

PARKING

- Al cierre de 1Q24 más de 250.000 clientes de Banco Falabella ya utilizan la solución de parking digital. En el acumulado 1Q24, hemos logrado aproximadamente 1 millón de transacciones de pago digital a través de la aplicación de Banco Falabella en Mallplaza, continuando resolviendo el pago de manera totalmente libre de fricciones, sin necesidad de acudir a un cajero con una experiencia *FreeFlow* que se resuelve desde el smartphone de nuestros clientes, con el objetivo de simplificar la vida de nuestros visitantes.

DATA MANAGEMENT

- Actualmente contamos con dos soluciones que, en base a la data, nos permiten (1) generar mejores campañas y segmentos de comunicación digital; y (2) mejorar la gestión comercial con un modelo predictivo de las mejores elecciones de marcas/*tenants*. Contamos a la fecha con **más de seis millones de clientes contactables en Chile, Perú y Colombia**, siendo capaces de implementar campañas de *marketing* de segmentación de datos bajo 60 criterios, con objetivos comerciales y de atracción de flujos de visitantes, logrando mejoras en los *open rate* de las distintas campañas.



Mallplaza Vespuccio, Chile



INFORMACIÓN POR ACTIVO

Primer Trimestre 2024

Principales Indicadores por país

Chile:

- Ingresos aumentan un 12,3% debido a mayores m² arrendados por H&M en Mallplaza Arica, Mallplaza Calama, Mallplaza Alameda y Mallplaza Tobalaba, junto con Mercado Vespucio y Terrazas Antofagasta, entre otros
- Flujos de visitantes aumentan un 2% impulsado por el buen desempeño en Mallplaza La Serena, Iquique y Trébol que crecen más de un 5%.
- Ocupación aumenta a 95,6% por entrada de más de 17 mil m² principalmente en Tiendas Intermedias, Autoplaza, Terrazas y Decoración
- *Same Store Sales* aumenta 2,2% por efecto de mayor desempeño de Tiendas Departamentales y Medicina

Perú:

- Flujo de visitantes aumenta un 0,9% por crecimiento doble dígito en Mallplaza Comas, (12,1%) contrarrestado con la caída de flujo de Mallplaza Bellavista (-4,3%) debido a desvíos viales por obras del metro.
- Ingresos aumentan un 7,7% principalmente por menor vacancy en Mallplaza Comas y Trujillo.
- Ventas caen un 3,5% principalmente por cierre temporal de Mallplaza Trujillo en enero y desvíos viales en Mallplaza Bellavista.
- *Same Store Sales* cae 13,4% debido a caída de ventas de Tiendas Departamentales, Autoplaza y el cierre temporal de Mallplaza Trujillo durante enero.

Colombia:

- Ingresos aumentan un 19,7% debido a mayores m² arrendados por H&M en Mallplaza Manizales, Cartagena y NQS, apertura IKEA en NQS y apertura de Mallplaza Cali.
- Venta crece un 25,1% principalmente por mayor venta en Mallplaza Manizales, Mallplaza NQS y apertura de Mallplaza Cali.
- Flujo de visitantes aumenta un 12,0% principalmente por aumento del flujo de Mallplaza NQS y apertura de Mallplaza Cali.
- *Same Store Sales* cae un 14,0% debido a menores ventas de Tiendas Departamentales e Intermedias.

	Chile (MM CLP)			Perú (M Soles)			Colombia (MM COP)			Consolidado Plaza S.A. (MM CLP)		
	1Q24	1Q23	(Var.)	1Q24	1Q23	(Var.)	1Q24	1Q23	(Var.)	1Q24	1Q23	(Var.)
GLA Administrado (m ²)	1.429.946	1.423.323	0,5%	297.741	294.645	1,1%	271.750	171.522	58,4%	1.999.437	1.889.490	5,8%
Flujo visitantes (MM)	48,4	47,5	2,0%	12,9	12,7	0,9%	10,4	9,3	12,0%	71,7	69,5	3,1%
Ventas	948.390	918.043	3,3%	530.614	549.851	(3,5%)	377.074	301.352	25,1%	1.182.990	1.138.800	3,9%
Var. <i>Same Store Sales</i>	2,2%	(2,6%)	(4,8 p.p.)	(13,4%)	13,3%	(26,8 p.p.)	(14,0%)	(11,6%)	(2,4 p.p.)	(1,1%)	(1,3%)	0,2 p.p.
Ingresos	101.551	90.461	12,3%	55.074	51.143	7,7%	46.091	38.495	19,7%	114.106	99.916	14,2%
Var. <i>Same Store Rent</i>	3,4%	15,1%	(11,7 p.p.)	9,9%	9,1%	0,8 p.p.	(1,5%)	(12,2%)	(10,7 p.p.)	3,7%	12,2%	(8,5 p.p.)
EBITDA	79.228	70.745	12,4%	44.572	39.316	13,4%	31.605	26.272	20,3%	86.852	74.969	15,9%
Venta mensual por m ² (CLP/PEN/COP)	259.125	255.839	1,3%	764	849	(10,0%)	758.214	809.488	(6,3%)	243.825	247.125	(1,3%)
Ingreso mensual por m ² (CLP/PEN/COP)	27.746	25.210	10,1%	79	79	0,4%	92.678	103.404	(10,4%)	22.351	20.883	7,0%
Costo Ocupación (%)	11,7%	11,7%	0,0 p.p.	9,9%	9,7%	0,2 p.p.	12,4%	12,5%	(0,1 p.p.)	11,5%	11,5%	0,0 p.p.
Ocupación	95,6%	95,5%	0,1 p.p.	93,7%	91,3%	2,4 p.p.	94,1%	92,8%	1,3 p.p.	95,1%	94,6%	0,5 p.p.

- Ventas e Ingresos mensuales por m² están en CLP/PEN/COP



Mallplaza Cali, Colombia

Principales Indicadores por país Últimos 12 meses

	Chile (MM CLP)			Perú (M Soles)			Colombia (MM COP)			Consolidado Plaza S.A. (MM CLP)		
	UDM 1Q24	UDM 1Q23	(Var.)	UDM 1Q24	UDM 1Q23	(Var.)	UDM 1Q24	UDM 1Q23	(Var.)	UDM 1Q24	UDM 1Q23	(Var.)
GLA Administrado (m ²)	1.429.946	1.423.323	0,5%	297.741	294.645	1,1%	271.750	171.522	58,4%	1.999.437	1.889.490	5,8%
Flujo visitantes (MM)	192,8	191,5	0,7%	52,8	46,7	13,0%	41,8	39,1	7,0%	287,3	277,3	3,6%
Ventas	3.889.061	3.918.926	(0,8%)	2.282.764	2.307.353	(1,1%)	1.535.172	1.287.596	19,2%	4.876.576	4.851.051	0,5%
Same Store Sales	(2,5%)	0,0%	(2,5 p.p.)	(0,5%)	10,9%	(11,3 p.p.)	(17,8%)	2,8%	(20,6 p.p.)	(3,4%)	1,5%	(4,9 p.p.)
Ingresos	385.615	343.844	12,1%	212.266	176.675	20,1%	182.387	131.723	38,5%	434.094	380.695	14,0%
Same Store Rent	6,4%	34,0%	(27,6 p.p.)	13,2%	22,8%	(9,6 p.p.)	(7,0%)	(4,7%)	(2,3 p.p.)	6,1%	29,7%	(23,6 p.p.)
EBITDA	304.832	276.405	10,3%	164.776	125.978	30,8%	138.444	65.849	110,2%	334.068	289.354	15,5%
Venta mensual por m ² (CLP/PEN/COP)	269.303	278.479	(3,3%)	845	915	(7,7%)	856.450	886.764	(3,4%)	257.731	268.825	(4,2%)
Ingreso mensual por m ² (CLP/PEN/COP)	26.702	24.434	9,3%	79	70	12,1%	101.751	90.718	12,2%	21.258	19.892	6,9%
Costo Ocupación (%)	11,4%	10,6%	0,8 p.p.	9,6%	8,3%	1,3 p.p.	10,9%	10,4%	0,5 p.p.	11,1%	10,3%	0,8 p.p.
Ocupación	95,6%	95,5%	0,1 p.p.	93,7%	91,3%	2,4 p.p.	94,1%	92,8%	1,3 p.p.	95,1%	94,6%	0,5 p.p.

• Ventas e Ingresos mensuales por m² están en CLP/PEN/COP



Mallplaza Trujillo, Perú

Resultados trimestrales por activo

A marzo 2024

Chile en millones de CLP, Perú en miles de PEN y Colombia en millones COP

Centros Comerciales	GLA	% GLA Propio	Ocupación	Ventas			Ingreso		
				1Q24	1Q23	Var (%)	1Q24	1Q23	Var (%)
Mallplaza Vespucio	168.772	100%	97,3%	129.859	114.571	13,3%	15.507	13.479	15,0%
Mallplaza Trébol	118.644	100%	98,1%	120.387	112.765	6,8%	11.544	10.313	11,9%
Mallplaza Oeste	182.365	100%	98,1%	117.784	114.243	3,1%	12.178	10.405	17,0%
Mallplaza Norte	139.929	100%	95,5%	82.231	81.537	0,9%	9.225	8.603	7,2%
Mallplaza Egaña	94.851	100%	97,9%	70.464	66.150	6,5%	7.936	7.250	9,5%
Mallplaza Antofagasta	78.475	100%	98,6%	64.930	64.256	1,0%	6.289	5.811	8,2%
Mallplaza Sur	77.357	100%	91,4%	55.659	60.370	-7,8%	3.739	3.705	0,9%
Mallplaza Tobaraba	78.647	100%	95,6%	54.749	57.602	-5,0%	5.955	4.311	38,1%
Mallplaza La Serena	64.401	100%	98,6%	50.145	44.344	13,1%	5.995	5.319	12,7%
Mallplaza Calama	77.731	100%	97,2%	45.026	43.315	3,9%	4.273	3.989	7,1%
Mallplaza Los Dominicos	95.620	100%	94,5%	33.956	34.275	-0,9%	4.877	4.552	7,1%
Mallplaza Los Ángeles	38.950	100%	98,8%	30.246	29.227	3,5%	3.074	2.826	8,8%
Mallplaza Copiapó	46.257	100%	97,1%	20.377	19.454	4,7%	2.602	2.160	20,5%
Mallplaza Arica	35.245	100%	97,3%	19.483	18.975	2,7%	2.116	1.828	15,8%
Mallplaza Mirador Bío Bío	46.051	100%	97,5%	19.165	19.972	-4,0%	2.052	1.631	25,9%
Mallplaza Alameda	61.576	100%	68,7%	17.450	20.530	-15,0%	2.416	2.739	-11,8%
Mallplaza Iquique	25.076	98%	96,2%	16.479	16.457	0,1%	1.772	1.541	15,0%
Total Chile	1.429.946		95,6%	948.390	918.043	3,3%	101.551	90.461	12,3%
Mallplaza Trujillo	84.138	33,3%	98,6%	235.570	249.211	-5,5%	20.386	18.336	11,2%
Mallplaza Comas	79.912	33,3%	92,2%	113.430	109.548	3,5%	12.888	10.435	23,5%
Mallplaza Arequipa	42.738	33,3%	95,8%	101.501	97.277	4,3%	8.790	9.165	-4,1%
Mallplaza Bellavista	90.954	33,3%	89,4%	80.113	93.815	-14,6%	13.010	13.207	-1,5%
Total Perú	297.741		93,7%	530.614	549.851	-3,5%	55.074	51.143	7,7%
Mallplaza NQS	80.765	100%	92,3%	128.546	64.018	100,8%	15.805	11.612	36,1%
Mallplaza Buenavista	57.590	65%	97,7%	128.164	128.164	0,0%	11.897	11.093	7,2%
Mallplaza Cartagena	27.753	100%	95,3%	60.403	61.219	-1,3%	9.243	8.753	5,6%
Mallplaza Manizales	39.172	80%	97,7%	54.679	47.955	14,0%	8.072	7.037	14,7%
Mallplaza Cali	66.471	100%	90,7%	5.383	0	N/A	1.073	0	N/A
Total Colombia	271.750		94,1%	377.074	301.352	25,1%	46.091	38.495	19,7%

Resultados trimestrales por activo

A marzo 2024

Chile en millones de CLP, Perú en miles de PEN y Colombia en millones COP

Centros Comerciales	Venta mensual por m2 (CLP/PEN/COP)			Ingreso mensual por m2 (CLP/PEN/COP)		
	1Q24	1Q23	Var (%)	1Q24	1Q23	Var (%)
Mallplaza Vespucio	300.773	278.832	7,9%	35.916	32.805	9,5%
Mallplaza Trébol	317.957	302.444	5,1%	30.489	27.660	10,2%
Mallplaza Oeste	282.560	278.339	1,5%	29.214	25.352	15,2%
Mallplaza Norte	252.423	253.575	-0,5%	28.319	26.753	5,9%
Mallplaza Egaña	289.516	277.252	4,4%	32.606	30.387	7,3%
Mallplaza Antofagasta	293.319	297.820	-1,5%	28.409	26.932	5,5%
Mallplaza Sur	289.621	287.431	0,8%	19.454	17.641	10,3%
Mallplaza Tobalaba	277.354	293.434	-5,5%	30.169	21.960	37,4%
Mallplaza La Serena	317.991	300.642	5,8%	38.020	36.061	5,4%
Mallplaza Calama	214.514	227.693	-5,8%	20.357	20.968	-2,9%
Mallplaza Los Dominicos	135.303	138.774	-2,5%	19.434	18.430	5,4%
Mallplaza Los Ángeles	289.981	279.816	3,6%	29.475	27.056	8,9%
Mallplaza Copiapó	170.115	171.409	-0,8%	21.723	19.029	14,2%
Mallplaza Arica	192.649	204.750	-5,9%	20.920	19.720	6,1%
Mallplaza Mirador Bío Bío	153.135	163.393	-6,3%	16.400	13.340	22,9%
Mallplaza Alameda	153.119	161.577	-5,2%	21.201	21.558	-1,7%
Mallplaza Iquique	236.213	244.495	-3,4%	25.402	22.900	10,9%
Total Chile	259.125	255.839	1,3%	27.746	25.210	10,1%
Mallplaza Trujillo	1.108	1.327	-16,5%	96	98	-1,7%
Mallplaza Comas	588	586	0,4%	67	56	19,7%
Mallplaza Arequipa	930	904	2,8%	81	85	-5,5%
Mallplaza Bellavista	445	568	-21,6%	72	80	-9,6%
Total Perú	764	849	-10,0%	79	79	0,4%
Mallplaza NQS	752.843	843.905	-10,8%	92.562	153.067	-39,5%
Mallplaza Buenavista	861.551	876.024	-1,7%	79.977	75.828	5,5%
Mallplaza Cartagena	923.442	1.008.111	-8,3%	141.313	144.136	-2,0%
Mallplaza Manizales	537.288	536.459	0,2%	79.318	78.719	0,8%
Mallplaza Cali	496.779	0	N/A	100.929	0	N/A
Total Colombia	758.214	809.488	-6,3%	92.678	103.404	-10,4%

Resultados anuales por activo

A marzo 2024

Chile en millones de CLP, Perú en miles de PEN y Colombia en millones de COP

Centros Comerciales	Ventas			Ingreso			Venta mensual por m2 (CLP/PEN/COP)			Ingreso mensual por m2 (CLP/PEN/COP)		
	UDM 1Q24	UDM 1Q23	Var (%)	UDM 1Q24	UDM 1Q23	Var (%)	UDM 1Q24	UDM 1Q23	Var (%)	UDM 1Q24	UDM 1Q23	Var (%)
Mallplaza Vespuccio	512.926	491.698	4,3%	56.394	50.332	12,0%	305.688	305.533	0,1%	33.609	31.276	7,5%
Mallplaza Trébol	491.310	464.238	5,8%	45.007	39.409	14,2%	332.322	325.666	2,0%	30.443	27.645	10,1%
Mallplaza Oeste	487.634	500.293	-2,5%	46.471	39.088	18,9%	294.233	318.292	-7,6%	28.040	24.868	12,8%
Mallplaza Norte	334.913	348.252	-3,8%	35.755	32.823	8,9%	259.383	282.478	-8,2%	27.691	26.624	4,0%
Mallplaza Egaña	298.654	294.140	1,5%	31.176	27.654	12,7%	318.855	316.346	0,8%	33.284	29.742	11,9%
Mallplaza Antofagasta	272.528	273.253	-0,3%	24.184	22.845	5,9%	314.291	320.460	-1,9%	27.891	26.792	4,1%
Mallplaza Sur	238.428	260.349	-8,4%	15.353	14.762	4,0%	288.344	320.153	-9,9%	18.568	18.153	2,3%
Mallplaza Tobaraba	230.495	245.726	-6,2%	19.837	16.702	18,8%	284.743	305.873	-6,9%	24.506	20.791	17,9%
Mallplaza La Serena	180.863	165.592	9,2%	22.073	18.979	16,3%	302.981	294.535	2,9%	36.977	33.757	9,5%
Mallplaza Calama	187.941	184.138	2,1%	16.144	14.344	12,6%	236.574	245.421	-3,6%	20.322	19.118	6,3%
Mallplaza Los Dominicos	148.428	153.773	-3,5%	19.497	17.200	13,4%	150.173	152.433	-1,5%	19.726	17.050	15,7%
Mallplaza Los Ángeles	120.904	119.922	0,8%	12.221	10.944	11,7%	299.159	288.628	3,6%	30.239	26.339	14,8%
Mallplaza Copiapó	86.251	86.432	-0,2%	9.853	8.260	19,3%	193.246	190.548	1,4%	22.077	18.211	21,2%
Mallplaza Arica	78.655	89.176	-11,8%	7.969	7.490	6,4%	185.233	242.019	-23,5%	18.767	20.328	-7,7%
Mallplaza Mirador Bío Bío	77.938	78.229	-0,4%	7.474	6.667	12,1%	150.220	162.441	-7,5%	14.405	13.844	4,1%
Mallplaza Alameda	71.695	96.085	-25,4%	9.574	10.339	-7,4%	170.623	182.641	-6,6%	22.785	19.653	15,9%
Mallplaza Iquique	69.498	67.628	2,8%	6.632	6.005	10,4%	229.867	252.761	-9,1%	21.934	22.444	-2,3%
Total Chile	3.889.061	3.918.926	-0,8%	56.394	50.332	12,0%	269.303	278.479	-3,3%	26.702	24.434	9,3%
Mallplaza Trujillo	1.005.574	1.054.042	-4,6%	76.051	62.625	21,4%	1.245	1.426	-12,7%	94	85	11,2%
Mallplaza Comas	479.705	444.657	7,9%	47.146	37.643	25,2%	631	623	1,4%	62	53	17,7%
Mallplaza Arequipa	436.121	398.090	9,6%	35.710	33.077	8,0%	1.008	954	5,7%	83	79	4,1%
Mallplaza Bellavista	361.362	410.564	-12,0%	53.359	43.329	23,2%	515	632	-18,5%	76	67	14,0%
Total Perú	2.282.763	2.307.353	-1,1%	212.266	176.675	20,1%	845	915	-7,7%	79	70	12,1%
Mallplaza NQS	451.911	243.122	85,9%	71.718	35.881	99,9%	849.104	894.910	-5,1%	134.752	132.076	2,0%
Mallplaza Buenavista	551.472	557.036	-1,0%	44.780	39.590	13,1%	924.533	960.274	-3,7%	75.074	68.250	10,0%
Mallplaza Cartagena	277.179	269.724	2,8%	35.035	31.993	9,5%	1.088.489	1.077.703	1,0%	137.582	127.831	7,6%
Mallplaza Manizales	249.328	217.714	14,5%	29.781	24.259	22,8%	625.672	622.062	0,6%	74.734	69.313	7,8%
Mallplaza Cali	5.282	-	N/A	1.073	-	N/A	496.779	-	N/A	100.929	-	N/A
Total Colombia	1.535.172	1.287.596	19,2%	182.387	131.723	38,5%	856.450	886.764	-3,4%	101.751	90.718	12,2%

Caso de estudio: Transformación a centro urbano a través crecimiento orgánico

Caso de Estudio



Open Plaza Arequipa, Arequipa Perú



Mallplaza Arequipa, Arequipa Perú

Mallplaza Arequipa Arequipa

- Centro Urbano con más de 42.000 m2 de GLA
- Líder de su mercado en la zona de Cayma y en la ciudad de Arequipa

La compañía tiene el know-how para transformar un power center, y Mallplaza Arequipa es un claro ejemplo de ello. Este centro urbano fue adquirido en el año 2014 como un Open Plaza de 12.000 m2 de GLA, contando con una tienda departamental Saga Falabella, un supermercado Tottus y un complejo de cines. La transformación comprendió la compra de 2 terrenos adicionales y la construcción y desarrollo de 30.000 m2 adicionales de GLA para albergar nuevas propuestas de retail, gastronomía, servicios, y entretenimiento, junto con la intervención de los estacionamientos. Con todo, este nuevo centro urbano totalizó 42.000 m2 de una renovada oferta comercial y de experiencia que lo posicionó como el principal centro comercial del distrito de Arequipa.

Incorporaciones:

- Construcción de 30.000 m2, remodelación y modernización interior.
- Nueva tienda departamental Ripley.
- Ampliación del supermercado a 6.800 m2.
- Incorporación de Oficinas por 3.000 m2.
- Incorporación de Gimnasio de 1.200 m2.
- 12.000 m2 de tiendas menores de retail, servicios y comidas que incluyen:
 - Nueva propuesta de retail con más de 70 nuevas tiendas.
 - Nueva propuesta gastronómica en el patio de comidas y un nuevo sector de restaurants Las Terrazas.
 - Boulevard de servicios financieros y de conveniencia.
 - Zonas de entretenimiento.

Principales métricas de Desempeño:

- Crecimiento de +240% de ventas entre 2015-2023 con un CAGR de 17% anual.
- Crecimiento de +135% de Ingresos/m2 entre 2015-2023 con un CAGR de +10% anual.
- Crecimiento de +163% de EBITDA/m2 entre 2015-2023 con un CAGR de +11% anual.

Crecimiento, Greenfield

Nueva Aperturas



Mallplaza Cali

Nuevo Centro Urbano
Colombia

Apertura: Marzo 2024

Superficie Total: 67.000 GLA m²

Mallplaza Cali es el quinto centro urbano de Mallplaza en Colombia y el número 26 a nivel regional. Con un total de GLA de 67.000 m², su apertura fue exitosa, contando con el 91% del GLA comercializado, y con una ocupación del 70% en los primeros días de operación.

Este centro urbano cuenta con una propuesta de *retail*, entretenimiento y gastronomía, abriendo sus puertas con tiendas en formato ícono como H&M, Homecenter y Decathlon, entre otras, lo que se suma a las aperturas posteriores de Zara, Bershka, Stradivarius y Pull&Bear en el mes de abril y la próxima apertura de IKEA – el primero de la ciudad de Cali - en el mes de mayo.

En entretenimiento hemos desarrollado una gran propuesta con más de 7.000 m² de operadores como Afrika, Fun Jungle (el primero en Cali) y Cinemark, el cual contará con 8 salas de cines de última tecnología. También tendremos una gastronomía innovadora con nuestro formato “El Mercado”, que integra la cocina local, regional y artesanal con la mejor experiencia en un solo lugar.

Sumado a esto, tenemos 13.000 m² de espacio público para disfrutar la vida, gracias al gran parque incorporado en el centro urbano, lo que se suma a una arquitectura única e integrada a la ciudad, en una ubicación privilegiada en el corazón de la ciudad.

Crecimiento, Brownfield

Proyectos en Desarrollo



Mallplaza Vespucio

Remodelación y Ampliación
Proyecto Lifestyle

Apertura: 4Q 2024

Superficie Total

Ampliación y Remodelación – 21.600 GLA m²

Inversión Remanente: MMUSD 23

La nueva ampliación de Mallplaza Vespucio está enfocada en fortalecer la propuesta de *Tier A* y forma parte del Plan Maestro de reconversión de este centro urbano, con el cual se busca atraer al consumidor de la zona oriente, además de darle un nuevo diseño a la zona exterior con una potente incorporación de 21.600 m² adicionales de nuevas propuestas que incluyen:

- Incorporación de un potente mix de *fast-fashion* con formato *flagship*
- *Look & Feel* de comercio al aire libre con fachadas únicas y mejoramiento del racetrack del centro comercial.
- Inclusión de servicios de conveniencia para los grandes flujos que generan las dos estaciones de Metro.
- Parque de esparcimiento de más de 12.000 m² que nos permite articularnos con la ciudad y generar un espacio de valor y esparcimiento al aire libre.
- Acuerdos comerciales con el 70% de las marcas que ingresarán a la ampliación y que permitirán que el liderazgo del centro urbano continúe.

Crecimiento, Brownfield

Proyectos en Desarrollo

Mallplaza Tobalaba

 Reconversión

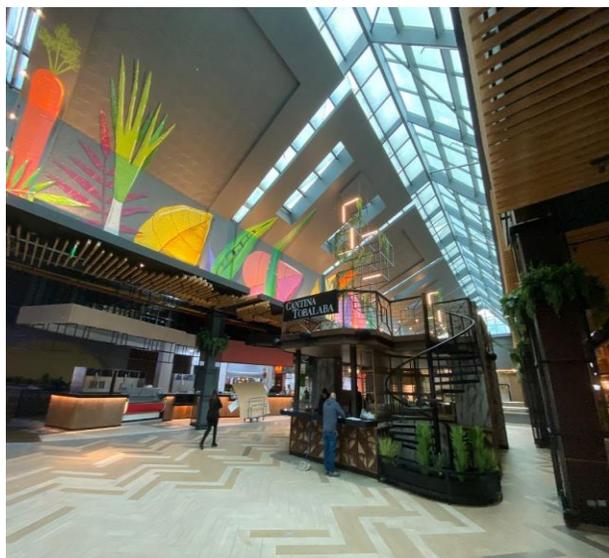
Se reconfigurará la caja Paris de 1er y 2do piso. En primero se incorpora H&M y Puma. En segundo se incorpora propuesta gastronómica y Operador oriental.

Apertura: Mayo 2024

Superficie Total

Reconversión – 1.000 GLA m²

Inversión Remanente: MMUSD 5



Mallplaza Iquique

 Ampliación

Se incorpora H&M en 2 pisos y un *Boulevard* de servicios en la fachada principal del Mall.

Apertura: 3Q 2024

Superficie Total

Ampliación – 2.800 GLA m²

Inversión Remanente: MMUSD 2



PLAZA S.A. CAPEX (MUSD)	Inversiones 1Q24	Inversiones 1Q23	% total CAPEX (1Q24)
<i>Greenfield</i>	7.622	11.961	37%
<i>Brownfield</i>	6.334	5.860	31%
Reconversiones	4.437	3.059	22%
Mantenimiento	833	-1.112	4%
IT & Otros	1.231	184	6%
Total	20.457	19.952	100%

Banco de Terrenos

Potencial de Crecimiento

En la actualidad, Mallplaza posee un banco de terrenos en Chile sin utilizar de 551.510 m², de los cuales 137.565 m² están destinados al desarrollo de futuros proyectos de expansión de nuestros centros comerciales. Estas áreas cuentan con un alto potencial de crecimiento, ya sea a través de ampliaciones como con la incorporación de nuevos formatos y categorías⁽¹⁾, con una capacidad constructiva de 278.708 m², más que duplicando el área potencial para desarrollo de metros cuadrados arrendables. Lo anterior no considera aquellos terrenos en los que se encuentran edificados nuestros centros urbanos en Chile, los que cuentan con un potencial suficiente para construir un total de 4.992.040 m², de los cuales solo se ha desarrollado el 37% de esta capacidad.⁽²⁾

Comuna	Centro comercial	Status	Superficie (m ²)
Huechuraba	Mallplaza Norte	Desarrollo	16.000
San Bernardo	Mallplaza Sur	Desarrollo	75.069
Concepción	Mallplaza Mirador de Bío Bío	Desarrollo	8.891
Concepción	Mallplaza Trébol	Desarrollo	29.105
Cerrillos	Mallplaza Oeste	Desarrollo	8.500
Total			137.565

(1) Este Landbank corresponde en su mayoría a terrenos adyacentes a nuestros centros urbanos, y no considera los terrenos actualmente ocupados por nuestros centros urbanos.

(2) Es importante señalar que la viabilidad para la empresa de aprovechar la construcción remanente depende tanto de la viabilidad técnica para llevar a cabo expansiones como de las condiciones comerciales que puedan favorecer dicha viabilidad

Nota: Mallplaza posee actualmente 413.945 m² de terrenos destinados a la venta.



ESTRUCTURA FINANCIERA

Primer Trimestre 2024



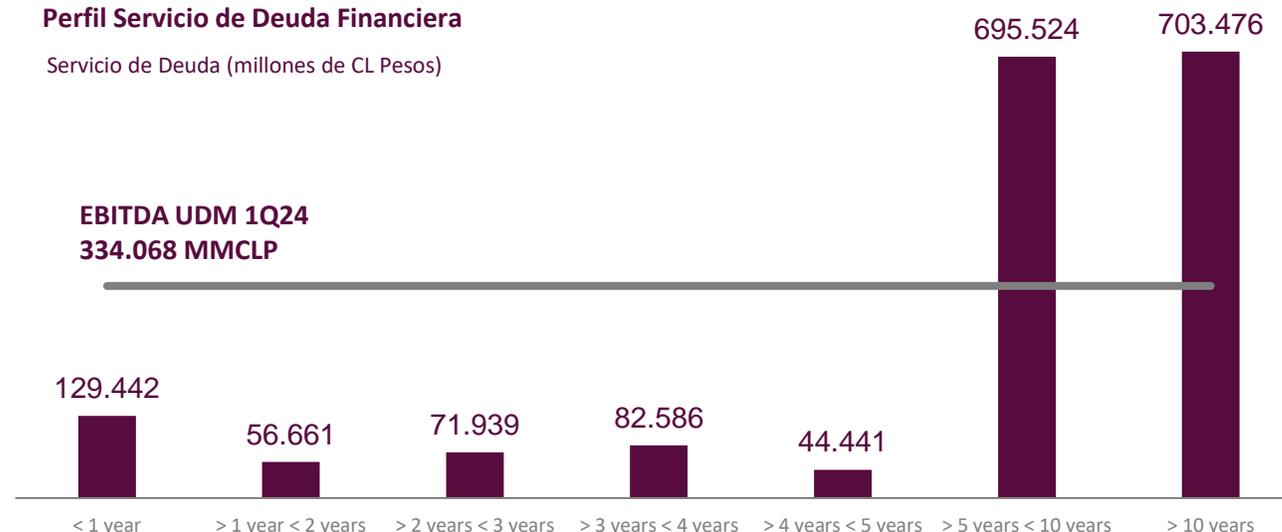
Estructura de Deuda

	1Q 2024	1Q 2023
Efectivo y Equivalentes (MM CLP)	204.389	281.873
Deuda Financiera (MM CLP)	1.251.118	1.239.467
(+) Bonos Públicos	1.086.654	1.042.723
(+) Deuda Bancos	164.464	196.744
Tasa Promedio Deuda	3,5%	3,4%
Duration (años)	8,3	8,6
Deuda Financiera Neta (MM CLP)	1.042.471	923.402

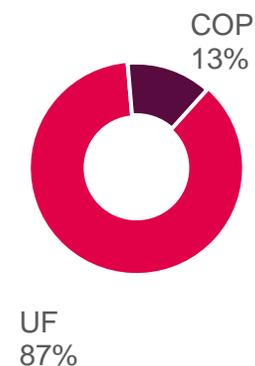
- Perfil de pago de la deuda financiera es predominantemente de largo plazo, teniendo un 86% de su vencimiento a tres o más años.
- Ratio Loan to Value (LTV) de 26%.
- El 39% de los vencimientos de la deuda financiera supera los 10 años de plazo.
- Deuda financiera en tasa fija y en la misma moneda en que se generan los flujos asociados a su pago, con un *duration* promedio de nueve años.
- Activos libres de hipoteca a *fair value* presentan 4,7x la deuda financiera neta de efectivo y equivalentes.
- La posición de liquidez actual cubre las obligaciones de amortización de deuda del 2024.
- Deuda Financiera sobre EBITDA al cierre del primer trimestre es 3,1x.

Perfil Servicio de Deuda Financiera

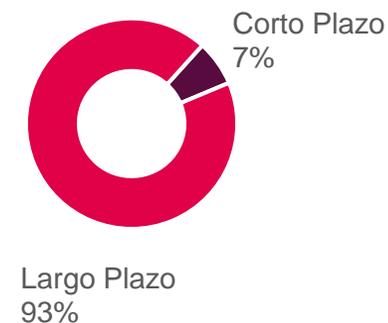
Servicio de Deuda (millones de CL Pesos)



Deuda por moneda



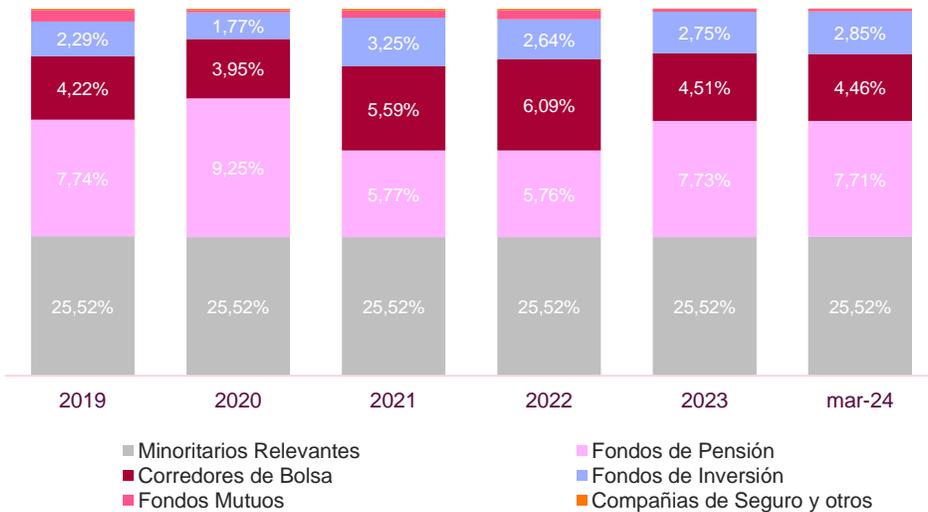
Deuda por plazo



Plaza en Mercado de Capitales

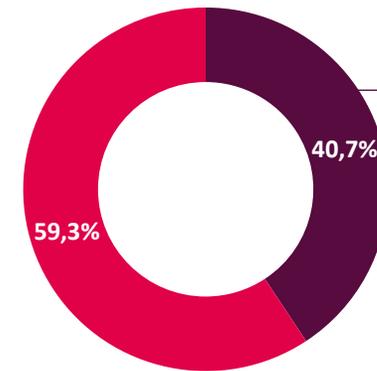
	1Q 2024	1Q 2023	Var. (%)	UDM 1Q 2024	UDM 1Q 2023	Var. (%)
Precio de Cierre promedio (CLP)	1.331,5	1.073,0	24,1%	1.226,4	890,5	37,7%
Precio de Cierre (CLP) - Final del Período	1.345,6	1.044,1	28,9%	1.345,6	1.044,1	28,9%
Average Daily Traded Volume (CLP)	383.327.029	531.520.724	(27,9%)	646.079.879	522.571.926	23,6%
Número acciones transadas	286.959	495.674	(42,1%)	522.404	589.520	(11,4%)

Evolución Composición Accionaria Minoritarios No Controladores



Composición Accionaria (Mar-24)

- Minoritarios No Controladores
- Accionista Controlador Final (Falabella S.A.)



Free Float	% Participación
Minoritarios Relevantes	25,5%
Fondos de Pensión	7,7%
Corredores de Bolsa	4,5%
Fondos de Inversión	2,9%
Fondos Mutuos	0,2%
Compañías de Seguros y otros	0,0%



ÁPENDICE

Primer Trimestre 2024

Evolución de Resultados Financieros

EVOLUCIÓN POR AÑO	AÑO							
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	1Q24 UDM	CAGR
Cifras operacionales								
GLA Agregado (Disminuido) (m ²)	85.308	50.108	111.638	43.806	30.458	38.618	72.697	
GLA Total Administrado (m ²)	1.652.112	1.702.219	1.813.858	1.857.664	1.888.122	1.926.740	1.999.437	3,2%
Ventas de arrendatarios (miles de millones de pesos)	3.646	3.590	2.368	3.857	4.637	4.740	4.877	5,0%
Flujos de visitantes (millones de personas)	285	285	149	211	270	285	287	0,1%
ESTADO DE RESULTADOS (en millones de pesos)								
Ingresos de actividades ordinarias	309.370	309.598	187.329	276.695	383.864	419.904	434.094	5,8%
Costo de ventas	(73.407)	(81.086)	(84.314)	(92.089)	(100.304)	(57.427)	(59.116)	(3,5%)
Gastos de administración	(35.334)	(40.291)	(40.720)	(31.830)	(57.385)	(42.445)	(43.009)	3,3%
EBITDA	247.276	238.308	116.114	208.621	282.699	322.185	334.068	5,1%
Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora	117.359	100.075	12.248	46.556	66.445	349.759	368.781	21,0%
FFO plaza consolidado total ajustado por participación	172.220	165.844	79.265	164.931	218.931	257.220	266.289	7,5%
Margen EBITDA (% sobre ingresos)	80%	77%	62%	75%	74%	77%	77%	
Margen FFO (% sobre ingresos)	56%	54%	42%	60%	61%	60%	60%	
<i>Earnings per Share</i> (CLP)	59,9	51,1	6,2	23,8	33,9	178,4	188,2	21,0%
<i>FFO per Share</i> (CLP)	88,0	84,6	40,4	84,1	111,7	131,2	135,9	7,5%

Estados Financieros

Millones de CLP al 31 de Marzo de 2024

Activos corrientes

Aumento de 3% en Activos Corrientes, equivalente a MMCLP 14.681, ello se explica por mayores otros activos no financieros MMCLP 6.835, principalmente por mayores pólizas de seguros, compensado parcialmente de menor IVA crédito fiscal, además de mayores Cuentas por Cobrar a entidades relacionadas MMCLP 3.560 y mayores Efectivo y equivalentes al efectivo por MMCLP 2.373.

Activos no corrientes

Aumento de 1%, equivalente a MMCLP 56.668 explicado principalmente por mayores Propiedades de inversión MMCLP 58.990, por plan de inversiones 2024 (Obras en curso), en MP Cali, MP Vespucio, MP NQS y MP Tobalaba, mayores inversiones contabilizadas por el método de la participación MMCLP 13.017 por mayor efecto conversión, mayores otros activos no corrientes MMCLP 3.367 por mayor linealización de los contratos, compensado de menores activos por impuestos diferidos MMCLP -20.318.

	Marzo 2024	Diciembre 2023	Variación Mar24/Dic23
Activos corrientes	449.808	435.127	3%
Activos no corrientes	4.417.876	4.361.209	1%
Total Activos	4.867.684	4.796.336	1%
Pasivos corrientes	285.299	244.017	17%
Pasivos no corrientes	1.854.765	1.919.631	(3%)
Total Pasivos	2.140.064	2.163.648	(1%)
Patrimonio	2.727.620	2.632.688	4%
Patrimonio y Pasivos, Total	4.867.684	4.796.336	1%
Capital emitido	175.123	175.123	0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	2.401.316	2.347.038	2%
Primas de emisión	123.573	123.573	0%
Otras reservas	(6.860)	(44.681)	(85%)
Participaciones no controladoras	34.468	31.634	9%
Total Patrimonio	2.727.620	2.632.688	4%

Estados Financieros

Millones de CLP al 31 de Marzo de 2024

Propiedades de Inversión

Plaza S.A. valoriza sus propiedades de inversión en etapa de construcción inicialmente al costo. Con posterioridad a la valoración inicial la Sociedad valoriza sus propiedades de inversión en operación a su valor razonable, que refleja el valor de mercado de las mismas a la fecha de emisión de cada estado financiero.

Los modelos que aplica para la determinación del valor razonable de sus propiedades de inversión se describen a continuación:

a) Valorización mediante tasación, utilizada para terrenos y otros inmuebles no operativos de la Sociedad. La tasación es efectuada por un tasador externo, independiente y calificado, y se realiza una vez al año.

b) Valorización de acuerdo con el modelo de flujos descontados mediante tasa WACC. Esta valoración se realiza semestralmente para todas las propiedades de inversión en operación, y las variaciones de este valor (beneficio o pérdida) se registran en el estado de resultados bajo el rubro Otros Ingresos, por función.

El valor de las propiedades de inversión al 31 de marzo de 2024 es MMCLP 4.225.489, representando un 87% del total de activos consolidados de Plaza S.A.

Pasivos Corrientes

Aumento de 17% equivalente a MMCLP 41.282, se explica por mayores Otros pasivos financieros corrientes MMCLP 37.704 por traspaso al corto plazo de Deuda en MP Colombia compensado por pago de obligaciones con bancos en MP Chile, mayores Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar MMCLP 4.877 y mayores Pasivos por impuestos Corrientes MMCLP 2.977, compensado parcialmente por menores Otros pasivos no financieros por MMCLP -5.171 por menor IVA débito fiscal.

Pasivos no Corrientes

La disminución del 3%, equivalente a MMCLP -64.866, se explica principalmente por menores otros pasivos financieros no corrientes de MMCLP -50.597, por traspaso al corriente de deuda en MP Colombia y menores pasivos por impuestos diferidos MMCLP -14.289.

Patrimonio

El Patrimonio aumenta en MMCLP 94.932 (4%), principalmente por mayores ganancias acumuladas de MMCLP 54.278, sumado a mayores otras reservas por MMCLP 37.821, asociadas a ajuste de conversión de moneda extranjera.



Apertura Sodimac, Mallplaza Cali, Colombia

Estado de Flujo Efectivo

Millones de CLP al 31 de Marzo de 2024

	Por los tres meses terminados al 31 de Marzo		
	2024	2023	Var Mar24-Dic23
De la Operación	67.202	74.486	(10%)
De Inversión	(16.586)	(9.017)	84%
De Financiamiento	(50.840)	(84.156)	(40%)



Carnaval Arica, Mallplaza Arica, Chile

De la Operación:

- Las actividades de la operación generaron un flujo positivo de MMCLP 67.202, menor en un 10% (variación de MMCLP -7.284) al obtenido a marzo 2023. Esto se explica por mayores desembolsos por otros pagos asociados a mayor pago de IVA y mayores pagos por impuestos a las ganancias, compensado por mayores cobros.

De Inversión:

- Las actividades de inversión durante 2024 han generado un flujo negativo de MMCLP -16.586 mayor en un 84% (variación de MMCLP -7.569), comparado con marzo 2023. Ello se explica, principalmente, por menores intereses recibidos MMCLP -4.240 y menores desembolsos procedentes de otros activos a largo plazo (Propiedades en inversión) MMCLP -2.953.

De Financiamiento:

- Las actividades de financiamiento originaron un flujo negativo de MMCLP -50.840, lo que representa una variación de MMCLP 33.316, respecto al mismo periodo año anterior. Dicha variación, se explica principalmente por pago de obligaciones bancarias MMCLP 33.768 en Mallplaza Chile.

Principales Ratios Financieros

	Mar-24	Dic-23	Var. Mar24-Dic23
Razón de Liquidez	1,58	1,78	(0,20)
Razón Ácida	0,72	0,83	(0,11)
Razón de Endeudamiento	0,78	0,82	(0,04)
Deuda Financiera Neta ⁽¹⁾ / Patrimonio	0,38	0,42	(0,04)
Deuda Financiera Neta ⁽¹⁾ / EBITDA ⁽²⁾	3,12	3,40	(0,28)
EBITDA / Gastos Financieros ⁽³⁾	6,27	5,88	0,40
EBITDA / Ingresos Netos ⁽⁴⁾	76,1%	76,7%	(0,6%)
Pasivo Corriente / Pasivo Total	13,3%	11,3%	2,0%
Activos / Deuda Fin. No cte.+ Pas. Corrientes	3,36	3,29	0,07
Activos Libres ⁽⁵⁾ / Deuda Financiera Neta ⁽¹⁾	4,05	3,80	0,25
Rentabilidad del Patrimonio ⁽⁶⁾	14,1%	14,3%	(0,2%)
Rentabilidad del Activo ⁽⁷⁾	7,83%	7,76%	0,1%
Rendimiento Activos Operacionales ⁽⁸⁾	12,7%	12,8%	(0,0%)
Utilidad por Acción ⁽⁹⁾	\$ 185,12	\$ 178,45	\$ 6,67

(1) Corresponde a la Deuda financiera corriente y no corriente, descontando el efectivo y equivalentes al efectivo y otras inversiones de excedentes de caja con disponibilidad a plazo menor a 30 días.

(2) Corresponde al EBITDA 12 meses móviles a marzo 2024 y diciembre 2023, respectivamente.

(3) Corresponde al EBITDA y gastos financieros (total de gastos y comisiones bancarias e Intereses de deudas financieras) acumulados a marzo 2024 y diciembre 2023, respectivamente.

(4) Corresponde al EBITDA sobre Ingresos Ordinarios, acumulados a marzo 2024 y diciembre 2023, respectivamente.

(5) Corresponde a las propiedades de inversión que se encuentran libres de hipoteca o de gravamen.

(6) Corresponde a Utilidad del ejercicio 12 meses móviles acumulado a marzo 2024 y diciembre 2023, sobre Patrimonio promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).

(7) Corresponde a Utilidad del ejercicio 12 meses móviles acumulado a marzo 2024 y diciembre 2023, sobre activo promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).

(8) Corresponde a Ganancia de actividades operacionales del ejercicio 12 meses móviles acumulado a marzo 2024 y diciembre 2023, sobre las Propiedades de Inversión promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).

(9) Compara Ganancia por acción básica en operaciones continuadas 12 meses acumulado a marzo 2024 y diciembre 2023.



Glosario

Financiero

1Q: Primer Trimestre

EBITDA: Corresponde a ganancia bruta menos gastos de administración, excluyendo depreciaciones y amortizaciones.

EV: Enterprise Value

Deuda Financiera Neta: Deuda Financiera Bruta – Efectivo y Equivalentes + (Cuenta por pagar - Cuenta por cobrar Empresas Relacionadas).

FFO Ajustado: FFO corresponde al flujo de caja de la ganancia de los propietarios de la controladora, ponderado por su participación propietaria en la operación. Este flujo excluye los conceptos que no representan flujo de caja o que no son recurrentes (otros ingresos y gastos por función) del Estado de Resultados. No incluye el interés minoritario.

FFO Ajustado / Acción: FFO ajustado dividido por el total de acciones emitidas por Plaza S.A.

Ingreso / m²: Corresponde al ratio de los ingresos generados, sobre los m² consolidados arrendados a los Socios Comerciales.

EBITDA / m²: Corresponde al ratio de EBITDA generados, sobre los m² consolidados arrendados a los Socios Comerciales.

UDM: Últimos doce meses.

Margen EBITDA: EBITDA / Ingresos Ordinarios.

Margen Neto: Utilidad Neta / Ingresos Operacionales.

Margen NOI Ajustado: NOI Ajustado / Ingresos Ordinarios Ajustados por Participación.

Margen FFO Ajustado: FFO Ajustado / Ingresos Ordinarios Ajustados por Participación.

MMCLP: Millones de pesos chilenos.

NOI Ajustado: Es el flujo generado por los activos operados por Plaza S.A. en Chile, Perú y Colombia, ponderado por su participación en la propiedad para aquellos casos en que no posee el 100% de la propiedad. Cálculo del NOI considera los ingresos y egresos necesarios para la operación de estos activos (propiedades de inversión).

PP: Puntos Porcentuales.

Venta / m²: Corresponde al ratio de las ventas generadas por los socios comerciales hacia los visitantes, sobre los m² arrendados por aquellas tiendas que generan dichas ventas.

Utilidad Neta: Utilidad atribuible a los propietarios de la controladora.

Del negocio

Costo de ocupación: Calculado como ingresos por arriendo dividido por el total de ventas de socios comerciales, sin incluir edificios médicos, educación y automotriz.

Cross Docking: Espacio habilitado para realizar la acción de traspaso de paquetes desde vehículo de mayor tamaño a otro menor, permitiendo ser un habilitador para el e-commerce y generar capacidad de vehículos para despacho a domicilio de pedidos o alternativa de despacho para nuestros *Sellers*.

Dark Store: Centro de servicios logísticos que utiliza nuestras ubicaciones estratégicas para ofrecer servicios de gestión de stock, preparación de pedidos e-commerce y garantizar reposición a nuestros *sellers*, buscando garantizar que *sellers* tengan el stock suficiente para cumplir con demanda de venta y entrega diferenciadora en tiempo y calidad.

ESG: *Environmental, social and Governance*. Ambiental, Social y Gobernanza.

GLA: Gross Leasable Area: área bruta arrendable.

GLA total: GLA total de los centros comerciales de Mallplaza, considerando GLA de terceros.

GLA administrado: El GLA propio y/o administrado de Mallplaza en el centro comercial. Plaza S.A. opera los centros urbanos Mallplaza de Chile, Perú y Colombia. En sus estados financieros, Plaza S.A. consolida operaciones de Chile, Colombia y Salón Motorplaza Perú, y respecto de Mall Plaza Perú S.A. de la que posee el 33,3% de su propiedad, considera su resultado proporcional en participación en las ganancias de asociadas.

GMV: *Gross Merchant Value* mide el valor de los productos (o servicios) vendidos en nuestra plataforma, son el total de las ventas de nuestros SSCC/ Sellers

Grandes tiendas: Tiendas de grandes formatos como Tiendas Departamentales, Tiendas de Mejoramiento del Hogar y Supermercados.

Ocupación: Metros cuadrados de GLA con contrato de arriendo vigente y/o firmado sobre el total de metros cuadrados de GLA.

Proyecto Brownfield: Proyecto de construcción y desarrollo de ampliación de un centro comercial existente.

Proyecto Greenfield: Proyecto de construcción y desarrollo de un nuevo centro comercial.

Proyectos Multifamily: Proyectos de edificios de viviendas de renta residencial.

Same Store Rent (SSR): Crecimiento de tarifas de arriendo para mismos contratos de arriendo a 12 meses móviles, considerando ingresos de arriendos fijos de Chile y variación de moneda UF [unidad de Fomento, Chile].

Same Store Sales (SSS): Crecimiento (decrecimiento) de ventas nominales de mismas tiendas abiertas respecto del mismo periodo del año anterior.

Tier A: Centros comerciales dominantes y de alta productividad, líderes en mercados grandes y de alta densidad, y preferido por arrendatarios y consumidores con alto potencial de compra.

Ventas de socios comerciales (Ventas): Ventas totales de los arrendatarios de los activos y/o de la compañía.

1Q24 Earnings Conference Call

Fecha: 8 de Mayo 2024

Hora: 9:00 (Chile) / 9:00 (EST)

Webcast Link:

<https://edge.media-server.com/mmc/p/oxmf8kco>

Dial – in Register Link:

<https://register.vevent.com/register/B19872f380afd54f2ab613415b4300e553>

Participantes:

Fernando de Peña Iver - CEO

Derek Schwietzer Tang – CFO



La información contenida en este documento no se difunde en cumplimiento de ninguna obligación de divulgación de información a la que Plaza S.A. o alguna de sus filiales estén sometidas conforme a la ley o alguna otra norma vinculante. En consecuencia, Plaza S.A. no asume por el hecho de hacer esta divulgación ninguna obligación de actualizar la información contenida en ella, ni de volver a realizar una divulgación de información como ésta en el futuro. La información contenida en este documento es cierta a la fecha de su emisión. Es su responsabilidad: i) revisar si este documento es o no la divulgación más reciente de información por parte de Plaza S.A. acerca de las materias de que trata la misma; y, ii) tener conciencia y precaución de que a partir de la fecha de emisión de este documento pueden haber ocurrido cambios en las condiciones de la economía, los mercados y actividades de la economía en que operan Plaza S.A. y sus filiales, y en sus operaciones y resultados. La información contenida en este documento y el modo en que la misma, tomada por sí sola o en conjunto con el resto de la información oficialmente divulgada por Plaza S.A., describen el desempeño de sus negocios en el pasado y en el presente; no constituyen garantía o base de análisis que permitan afirmar que dicho desempeño o resultados puedan mantenerse en el futuro. Ellos podrían mejorar o empeorar. Los resultados futuros y las proyecciones de resultados futuros están sujetos a riesgos e incertidumbres que podrían causar desviaciones substanciales respecto de las expectativas. Más aún, muchos de dichos riesgos e incertidumbres están fuera del control de Plaza S.A. y sus filiales, tales como: cambios en los hábitos del consumidor; el desarrollo de nuevas tecnologías relevantes para el negocio y exógenas o inaccesibles para Plaza S.A. y sus filiales; fluctuaciones en el costo de insumos; regulaciones nuevas o modificaciones de las actuales; la acción de autoridades regulatorias; el comportamiento de los competidores; cambios políticos con impacto en las condiciones del mercado; tasas de interés; tipos de cambio; desastres naturales; y hasta las condiciones climáticas. La lista precedente no es exhaustiva sino meramente ejemplar. Este documento no es una solicitud de transacciones sobre valores emitidos por Plaza S.A. o ninguna de sus filiales. Nuestra única finalidad ha sido informarlo veraz y oportunamente, conforme a lo que consideramos que son prácticas buenas y estándares en el mercado, en complemento a las divulgaciones de información que hacemos en cumplimiento de la ley.



RESULTADOS FINANCIEROS PLAZA S.A.

Primer Trimestre 2024

