

RESULTADOS FINANCIEROS PLAZA S.A.

Cuarto Trimestre 2023



Carta del Gerente General

Sin duda **2023 fue para Mallplaza un año de crecimiento, renovación de su propuesta de valor y consolidación de sus resultados.** Tiempo en el que nuestros centros urbanos fueron capaces de entregar múltiples propósitos de visita con nuevas marcas, servicios y categorías, y de esa manera atraer tanto a visitantes como a socios comerciales.

Ello se reflejó en los resultados operacionales consolidados que nos permitieron finalizar el cuarto trimestre con crecimientos vs 4Q2022 en ventas (+0,5%), ingresos (+9,4%), EBITDA (+14,9%), y en FFO (+8,5%). Además, **terminamos el 4Q con una eficiencia, medida como margen EBITDA, del 75,8%, mostrando una notable mejora respecto del 4Q2022 (72,1%), cerrando así el año con una margen EBITDA de 76,7%.** Lo anterior viene de la mano del plan de eficiencias que hemos empujado durante estos años, donde destaca la disminución de 34,8% en los Gastos de Administración, permitiendo compensar en parte el aumento del gasto en contribuciones por sobretasa.

Estos resultados respondieron a la estrategia que ha definido la compañía de impulsar propuestas ganadoras que nos permiten contar con 25 centros urbanos líderes en la región, **diez de los cuales son Tier A**, dado su tamaño, desempeño y liderazgo en su mercado, logrando la preferencia de nuestros visitantes y socios comerciales.

Durante 2023 incorporamos del orden de 600 nuevas tiendas a nivel regional, lo que nos permitió cerrar el año con una **ocupación del 95,8% a nivel regional, la más alta de los últimos cuatro años.** Este resultado reflejó el creciente interés por parte de nuevas y grandes marcas por incorporarse a Mallplaza y con ello ingresar y/o expandir sus negocios a la región andina. Ejemplo de ello son las alianzas con IKEA, H&M, Decathlon o Inditex.

Es así como en el periodo abrimos **tres nuevas tiendas H&M en Chile:** Mallplaza Tobalaba, Mallplaza Egaña y Mallplaza Arica, con el objetivo de llegar a 19 tiendas a nivel regional. Por otro lado, en Mallplaza La Serena abrimos **la primera tienda Decathlon en el norte del país**, reforzando con ello la propuesta deportiva de este centro comercial. En la categoría de entretenimiento, continuamos con el *roll out* de la propuesta destinada para el segmento *gamer* con la **apertura del Movistar Gameclub en Mallplaza Trébol**, espacio de más de 300 m², que se suma a los de Mallplaza Vespucio y Mallplaza Oeste, ambos muy exitosos. Asimismo, continuamos fortaleciendo la oferta gastronómica. Un ejemplo de ello fue la **apertura de “La Factoría” en Mallplaza Vespucio**, un pasillo con una experiencia gastronómica única e innovadora que incorporó marcas como By María - con su primera apertura en un centro comercial-, Havana, El Japonés y La Piazza. Con ello, “La Factoría” se sumó a las más de 100 ofertas gastronómicas presentes en Mallplaza Vespucio. Adicionalmente, inauguramos las “Terrazas del Puerto” en Mallplaza Antofagasta, un espacio con más de 4.000 m², con vista al mar y más de ocho restaurantes que abren por primera vez (*“new to market”*) en la ciudad del norte. En Perú, en tanto, nuestra alianza con Dollarcity continuó potenciándose con una nueva apertura en Mallplaza Arequipa, sumándose además las aperturas de Adidas y The North Face en Mallplaza Arequipa, y Levi’s en Mallplaza Bellavista. Colombia, por otro lado, inauguró este trimestre la primera tienda Converse de la ciudad de Barranquilla en Mallplaza Buenavista, Lovisa en Mallplaza NQS, y Marvela, del grupo Arturo Calle, en Mallplaza Buenavista, entre otras.

Como compañía, hemos ido transformado y haciendo crecer de distintas maneras nuestros centros urbanos, como es el caso de los *Tier A*. Así, Mallplaza Vespucio logró crecer en flujo de visitas un 9% durante el 2023 respecto del año anterior; Mallplaza NQS destacó por su crecimiento en ventas, logrando crecer un 82% versus 2022, y Mallplaza Oeste terminó de consolidar su propuesta comercial, incrementando sus ingresos por arriendo por m² en un 11% respecto 2022.



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

Carta del Gerente General (cont.)

Hoy continuamos creciendo, ello es parte de nuestro ADN y lo hacemos impulsando proyectos *Greenfield*, *Brownfield* y *M&A*.

Un caso de *Greenfield* es Mallplaza Cali. Este nuevo centro comercial -nuestro quinto en Colombia- está próximo a abrir a público, con 67.000 m² de GLA, y el 91% de su superficie ya comprometida comercialmente. En términos de *Brownfield*, **ya iniciamos las obras de Lifestyle en Mallplaza Vespucio**, proyecto que viene a fortalecer la propuesta de este centro urbano, dándole un nuevo diseño a la zona exterior con una potente incorporación de 21.600 m² adicionales de nuevas propuestas que incluyen un renovado *look&feel* de comercio al aire libre con tiendas *fast fashion* en formato *flagship*. En cuanto a crecimiento *M&A*, **continuamos consolidando Mallplaza NQS**, centro comercial adquirido en 2020 que ya cuenta con 76.000 m² de una renovada oferta comercial, incluyendo la primera tienda IKEA de Colombia.

Asimismo, continuaremos buscando activamente oportunidades en los mercados de Latinoamérica. Es importante destacar que la compañía cuenta hoy con **una sólida posición financiera y un robusto balance, cerrando 2023 con un ratio de Deuda Financiera sobre EBITDA de 3,4 veces** y un perfil de pago de deuda financiera predominantemente de largo plazo (*duration* promedio de 8 años), lo que nos permitiría aprovechar eventuales oportunidades de adquisiciones que presente el mercado. Es así como, por ejemplo, durante el 4Q Mallplaza firmó un MoU para analizar una eventual adquisición del negocio inmobiliario de Falabella en Perú, que agrupa los negocios de Mallplaza Perú (66,6% de la propiedad) y Open Plaza Perú.

Nuestro alto potencial de crecimiento se apalanca en nuestros centros urbanos *Tier A*, que continuarán fortaleciéndose mediante renovaciones y ampliaciones, pues cuentan con un alto potencial para incorporar nuevos formatos y categorías, y con bancos de terrenos disponibles que les permitirán seguir consolidándose en sus mercados.

En materia omnicanal, seguimos avanzando e impulsando iniciativas que nos han permitido generar nuevos negocios, servicios e infraestructuras para potenciar las ventas de nuestros socios comerciales, junto con aportar valor a la experiencia de visita, fortaleciendo la posición de nuestros centros urbanos como *hubs* logísticos. Es así como **cerramos un año con un récord histórico en la cantidad de pedidos** entregados a través de nuestros servicios omnicanales, como nuestros *Click & Collect*, **que continúan generando flujo digital hacia nuestros centros urbanos**, *Cross Docking* y *Dark Stores*. Durante 2023, realizamos +2,4 millones de transacciones, las que representan más de USD +87 millones en ventas de *sellers*, duplicando la cifra del año anterior. Los *Click & Collect* completaron un total de 548.000 paquetes, sumando funcionalidades como puntos *drop off* y de devolución para tiendas y consumidores; logramos alcanzar más de 6 millones de clientes contactables en Chile, Perú y Colombia; y, finalmente, abrimos nuestra primera *Dark Store* de 487 m² en Mallplaza NQS. Todo lo anterior, significó que **este año las iniciativas mencionadas alcanzaron su punto de equilibrio, incluyendo las amortizaciones a las inversiones**.

Miramos el futuro con optimismo. Sabemos que las personas buscan nuevos espacios para generar relaciones entre unos y otros. Precisamente esa constante conexión que tenemos con las personas es la que nos permite avanzar y seguir creciendo a paso firme. Compromiso que se refleja, por ejemplo, en nuestra determinación de ser una compañía Net Zero alcance 1 y 2 al 2035. Es así como durante el año tuvimos una disminución del 17% kWh/GLA (vs 2019) en la intensidad energética y un 17,3% m³/GLA (vs 2019) en intensidad de agua que demuestra nuestra ambición de operar más eficiente, limpio y sustentable.



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

Principales Indicadores Financieros

	4Q23	4Q22	% - p.p.	2023	2022	% - p.p.
Ingresos Netos (MM CLP)	106.590	97.429	9,4%	419.904	370.899	13,2%
Costo de Venta (MM CLP)	(15.525)	(10.866)	42,9%	(57.427)	(45.945)	25,0%
Gastos de Administración (MM CLP)	(10.973)	(16.839)	(34,8%)	(42.445)	(44.420)	(4,4%)
EBITDA (MM CLP)	80.748	70.271	14,9%	322.185	282.699	14,0%
Margen EBITDA	75,8%	72,1%	3,7 p.p.	76,7%	76,2%	0,5 p.p.
NOI Ajustado (MM CLP)	83.202	68.353	21,7%	327.551	273.583	19,7%
Margen NOI (%)	76,1%	72,4%	3,7 p.p.	76,9%	76,2%	0,7 p.p.
Utilidad Neta (MM CLP)	82.286	16.040	413,0%	349.759	157.667	121,8%
Margen Neto	77,2%	16,5%	60,7 p.p.	83,3%	42,5%	40,8 p.p.
FFO Ajustado (MM CLP)	61.102	56.322	8,5%	257.220	218.931	17,5%
Margen FFO Ajustado	55,9%	59,6%	(3,7 p.p.)	60,4%	61,0%	(0,6 p.p.)
FFO Ajustado / Acción (CLP)	31,2	28,7	8,5%	131,2	111,7	17,5%
EBITDA por m ² (CLP)	49.544	43.971	12,7%	197.679	176.895	11,7%
FFO por m ² (CLP)	37.489	35.243	6,4%	157.819	136.993	15,2%

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



Principales Indicadores Operacionales

	4Q23	4Q22	% - p.p.	2023	2022	% - p.p.
GLA Administrado (m ²)	1.926.740	1.888.122	2,0%	1.926.740	1.888.122	2,0%
GLA Consolidado (m ²)	1.629.842	1.598.116	2,0%	1.629.842	1.598.116	2,0%
Flujo Visitas (MM)	77,4	76,1	1,7%	285,2	270,2	5,5%
Ocupación	95,8%	94,9%	0,9 p.p.	95,8%	94,9%	0,9 p.p.
Ventas Socios Comerciales (MM CLP)	1.378.191	1.371.816	0,5%	4.739.893	4.727.927	0,3%
<i>Var. Same Store Sales</i>	(1,9%)	(6,7%)	4,8 p.p.	(1,8%)	10,0%	(11,8 p.p.)
Venta Mensual por m ² (CLP)	286.765	304.980	(6,0%)	253.681	264.967	(4,3%)
Ingreso Mensual por m ² (CLP)	21.800	20.322	7,3%	21.470	19.340	11,0%
<i>Var. Same Store Rent</i>	7,6%	14,2%	(6.6. p.p.)	9,6%	43,4%	(33,8 p.p.)
Costo de Ocupación	10,1%	9,5%	0,6 p.p.	11,1%	10,0%	1,1 p.p.
(+) Arriendo	7,1%	6,7%	0,4 p.p.	7,6%	6,9%	0,7 p.p.
(+) Gasto Común y Fondo de Promoción	3,0%	2,8%	0,2 p.p.	3,5%	3,1%	0,4 p.p.



RESULTADOS DEL TRIMESTRE

Cuarto Trimestre 2023



Ingresos

Ventas de Socios Comerciales

Las ventas de los socios comerciales del 4Q23 en nuestros centros urbanos aumentaron un 0,5% en relación al cuarto trimestre de 2022 principalmente por crecimiento de ventas en Colombia, manteniendo una resiliencia constante respecto de las ventas del comercio en general, las cuales sufrieron una baja de 5 puntos porcentuales en la Región Metropolitana de Chile durante el trimestre⁽¹⁾. El buen performance de los segmentos de *retail* de especialidad, gastronomía y entretenimiento, se vio contrarrestado por el menor desempeño del segmento de Tiendas Departamentales y *Home Improvement*. Cabe mencionar que continuamos nuestro plan de reconversión de Tiendas Departamentales de manera exitosa con las salidas de Falabella en Mallplaza Sur y Mallplaza Alameda, Paris en Mallplaza Tobalaba y la reducción de Ripley en Mallplaza Los Domínicos, logrando disminuir nuestra exposición a esta categoría un 23% del total de GLA al término del 4Q23. El costo de ocupación del trimestre fue de 10,1%.

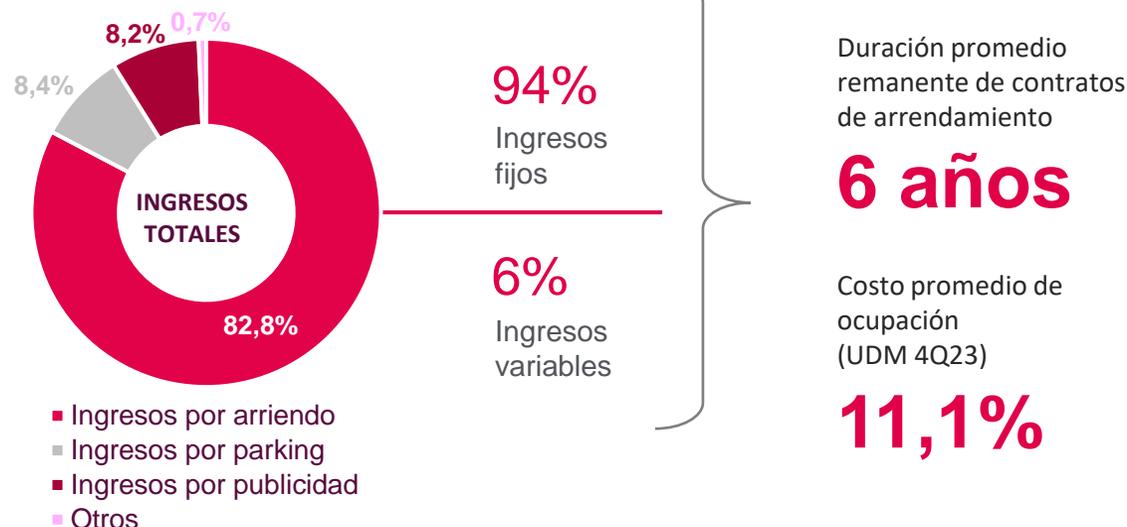
Flujos de Visitantes

El número de visitantes en nuestros centros urbanos alcanzó los 77 millones durante el cuarto trimestre, mostrando un crecimiento de 1,7% respecto del 4Q22. 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 seis tiendas H&M a nivel regional, entre otras.

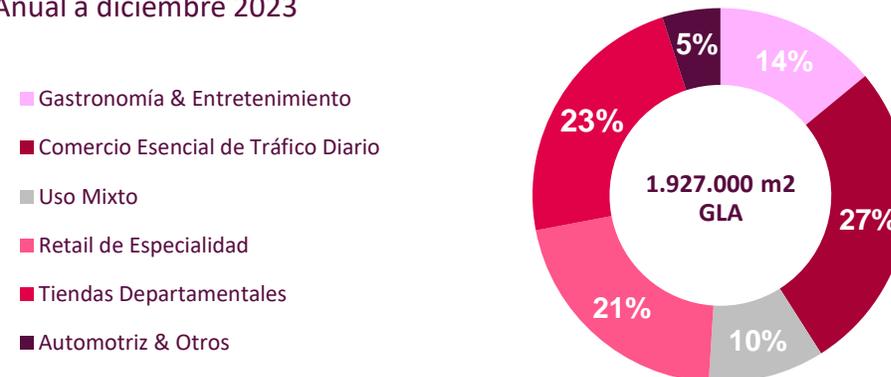
Ingresos Ordinarios

Al comparar el 4Q2023 respecto a 4Q2022, el aumento de los ingresos ordinarios fue del 9%, explicado por reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arrendamiento a la inflación de cada país y mayores metros cuadrados comercializados.

Distribución total ingresos
Últimos doce meses a diciembre 2023



Distribución GLA por categoría
Anual a diciembre 2023



⁽¹⁾ Fuente: CNC, Chile

Costos y Gastos

MCLP	4Q23	4Q22	Var. %	2023	2022	Var. %
Remuneraciones	(10.780.691)	(9.735.004)	10,7%	(37.869.116)	(36.195.491)	4,6%
Patentes e Impuestos	(7.659.902)	(5.315.033)	44,1%	(25.295.361)	(20.748.505)	21,9%
Contratos de servicios	(3.214.617)	(2.879.589)	11,6%	(11.374.700)	(10.297.398)	10,5%
Provisión deudores incobrables	2.152.094	(3.207.952)	-167,1%	(753.754)	(3.297.690)	-77,1%
Arriendos y concesiones	(491.829)	(392.797)	25,2%	(2.019.115)	(1.801.747)	12,1%
Amortización	(576.204)	(472.783)	21,9%	(1.837.748)	(1.868.431)	-1,6%
Depreciación	(81.038)	(74.109)	9,3%	(315.762)	(296.964)	6,3%
Otros	(5.846.424)	(5.627.563)	3,9%	(20.406.470)	(15.858.892)	28,7%
Total costos y gastos	(26.498.611)	(27.704.830)	(4,4%)	(99.872.026)	(90.365.118)	10,5%

Costos de ventas del Trimestre

Los costos de ventas aumentaron 43% respecto del 4Q2022 debido a mayores gastos en contribuciones asociados a sobretasa 2023.

Gastos de administración Trimestre

Para el 4Q2023 disminuyen en MMCLP 5.866 (35%) respecto a 4Q2022, explicados principalmente por la baja en gasto por provisión de incobrables. En Remuneraciones el mayor gasto está explicado por mayores bonos e indemnizaciones, ya que en remuneraciones fijas existe un ahorro asociado a la simplificación de estructura llevada a cabo durante 2023.

Costos de ventas Acumulado

Los costos de ventas aumentaron 25% comparado con el año anterior, debido a mayores gastos en contribuciones asociados a sobretasa 2023, junto con mayor gasto en servicios de seguridad, mayor gasto en operación parking y energía eléctrica.

Gastos de administración Acumulado

Para el 2023 disminuyen en MMCLP 1.975 (4%) respecto a 2022, explicados principalmente por menor gasto en provisión de incobrables, neto de mayores gastos legales. En Remuneraciones el mayor gasto está explicado por mayores bonos e indemnizaciones, ya que en remuneraciones fijas existe un ahorro asociado a la simplificación de estructura llevada a cabo durante 2023.

EBITDA / NOI

EBITDA

El EBITDA del 4Q23 registra un aumento de 14,9% equivalente a MMCLP 10.477 respecto al 4Q22, asociado principalmente a reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arriendo a la inflación de cada país y mayores ingresos por mayores metros arrendados. **La eficiencia operacional medida como EBITDA sobre Ingresos Ordinarios fue 75,8%**. Lo anterior viene de la mano del plan de eficiencias que hemos venido empujando durante estos años, donde destaca la disminución de 34,8% en los Gastos de Administración.

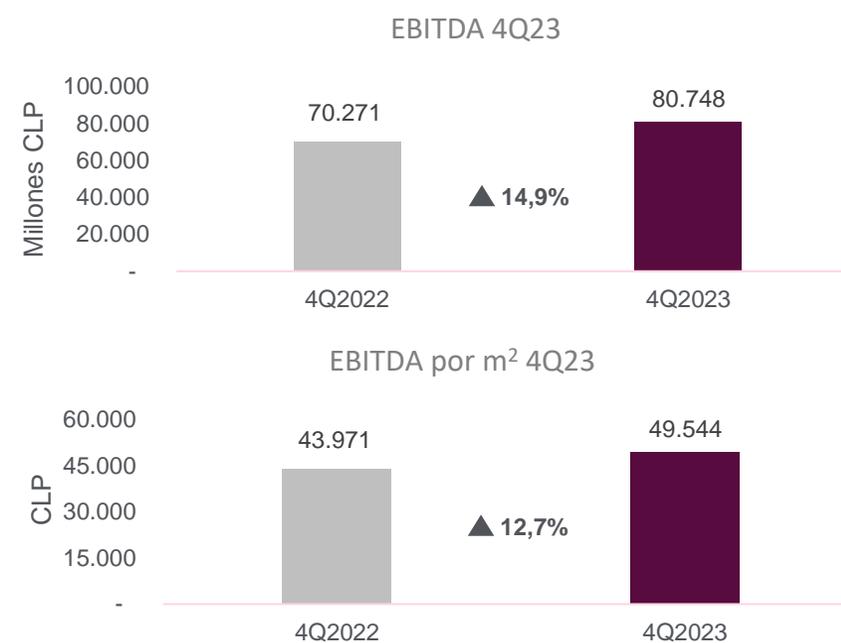
El EBITDA del 2023 registra un aumento de 14,0%, equivalente a MMCLP 39.486 respecto al año anterior, asociado principalmente a reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arriendo a la inflación de cada país y mayores ingresos por mayores metros arrendados. **La eficiencia operacional medida como EBITDA sobre Ingresos Ordinarios fue 76,7%**.

NOI AJUSTADO

El 4Q23 logró un NOI Ajustado de MMCLP 83.202, un 21,7% mayor con respecto al mismo período del año anterior, alcanzando un margen de 76,1%. El NOI Ajustado durante 2023 es de MMCLP 327.551, creciendo un 19,7% en el año y un margen de 76,9%.

Millones CLP	TRIMESTRE			ACUMULADO		
	4Q23	4Q22	Var. (%)	4Q23	4Q22	Var. (%)
Ganancia Bruta	91.064	86.563	5,2%	362.477	324.954	11,5%
+Gastos de Administración	-10.973	-16.839	-34,8%	-42.445	-44.420	-4,4%
-Depreciación	-81	-74	9,3%	-316	-297	6,3%
-Amortización	-576	-473	21,9%	-1.838	-1.868	-1,6%
NOI Plaza S.A. Consolidado Total (EBITDA)	80.748	70.271	14,9%	322.185	282.699	14,0%
NOI Participación de Minoritarios	-701	-4.347	-83,9%	-6.577	-18.111	-63,7%
NOI Inversión en entidades no consolidadas ⁽¹⁾	3.154	2.429	29,9%	11.943	8.994	32,8%
NOI Plaza Consolidado Total Ajustado por participación	83.202	68.353	21,7%	327.551	273.583	19,7%
NOI Plaza Consolidado Total Sin Ajuste por participación	90.221	77.565	16,3%	358.049	309.709	15,6%

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



Resultado Financiero

MCLP	4Q23	4Q22	Var. %	2023	2022	Var. %
Ingresos financieros	(525.193)	8.628.769	-106%	22.828.231	22.063.351	3%
Costos financieros	(6.418.541)	(13.335.536)	-52%	(46.649.796)	(47.577.226)	-2%
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas	(5.656.226)	3.577.042	-258%	2.172.278	4.293.805	-49%
Diferencias de Cambio	62.081	(802.826)	-108%	1.376.707	1.343.239	2%
Resultados por Unidades de Reajuste	(18.187.853)	(25.733.379)	-29%	(55.311.884)	(119.945.793)	-54%

TRIMESTRE

Ingresos financieros

En el 4Q2023 los ingresos financieros disminuyen MMCLP 9.155 respecto al mismo período del año anterior asociado a menor tasa de colocación y menores excedentes de caja.

Costos Financieros

En el 4Q2023 disminuyen en MMCLP 6.917 respecto al mismo período del año anterior, por menor deuda asociada respecto a 4Q2022.

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 4Q2023 con el mismo período de 2022, se genera una menor pérdida de MMCLP 7.545, lo que se explica principalmente por la variación de la UF de 1,64% en 4Q2023 vs 2,49% en 4Q2022 y menor stock de deuda.

AÑO ACUMULADO

Ingresos financieros

Los ingresos financieros aumentan MMCLP 765 respecto al año anterior asociado a mayor inversión de excedentes de caja, además de mayor tasa de colocación.

Costos Financieros

En el 2023 disminuyen en MMCLP 927 respecto al mismo período del año anterior, por menor deuda asociada respecto al año 2022.

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 el año 2023 y el año 2022, se genera una menor pérdida de MMCLP 64.634, lo que se explica principalmente por variación de la UF de 4,78% en 2023 y 13,29% en 2022 y menor stock de deuda.

Utilidad Neta & FFO

Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora

En el 4Q2023 alcanza una ganancia de MMCLP 82.286, lo que significa un aumento de MMCLP 66.246 respecto del 4Q2022. Este mayor resultado se explica principalmente por mayores otros ingresos por función MMCLP 45.846, por el reconocimiento del efecto de revaluación sobre propiedades de inversión; mayores ingresos ordinarios por MMCLP 9.161, asociados a mayores metros cuadrados arrendados; reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arriendo a la inflación de cada país; menores gastos por impuestos a las ganancias MMCLP 8.616 y menor pérdida por resultado por unidades de reajuste MMCLP 7.545 por menor variación de la UF; y, menores costos financieros por MMCLP 6.917, asociados a efecto de valoración; menor deuda y gasto de administración por menores gastos por provisión de incobrables asociados a procesos de reorganización de socios comerciales en Colombia. Lo anterior, compensado con menor participación en las ganancias de asociadas MMCLP 9.233, explicado por un menor resultado de asociadas producto de efecto valuación sobre propiedades de inversión y menores ingresos financieros MMCLP 9.155 respecto al mismo período del año anterior asociados a una menor tasa de colocación y menores excedentes de caja.

FFO Ajustado

FFO del cuarto trimestre alcanzó a los MMCLP 61.102, creciendo un 8,5% respecto al mismo período del año anterior, logrando un margen FFO Ajustado de 55,9% 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 de 2023 es de MMCLP 257.220, con un crecimiento de un 17,5% en comparación con el mismo período del año anterior.

FFO Plaza S.A Ajustado por Participación 4Q23



Millones CLP	TRIMESTRE			ACUMULADO		
	4Q23	4Q22	Var. (%)	4Q23	4Q22	Var. (%)
Utilidad total	86.947	24.872	249,6%	357.488	175.850	103,3%
-Depreciación	-81	-74	9,3%	-316	-297	6,3%
-Amortización	-576	-473	21,9%	-1.838	-1.868	-16%
-Otros ingresos	34.023	-11.823	-387,8%	195.562	85.361	129,1%
-Otros gastos	-118	-424	-72,1%	-1.825	-2.274	-19,7%
-Ganancia o pérdida en asociadas	-5.656	3.557	-258,1%	2.172	4.294	-49,4%
-Diferencias de cambio	62	-803	-107,7%	1.377	1.323	2,5%
-Unidades de reajuste	-18.188	-25.733	-29,3%	-55.312	-119.946	-53,9%
-Gastos impuestos diferidos	18.241	2.422	653,1%	-36.630	-19.652	86,4%
FFO Plaza S.A. Consolidado total	59.240	58.203	1,8%	254.298	228.889	11,1%
(-) FFO participación de minoritarios	432	2.940	-85,3%	4.730	14.780	-68,0%
(+) FFO inversión en entidades no consolidadas	2.294	1.060	116,5%	7.652	4.822	58,7%
FFO plaza consolidado total ajustado por participación ⁽¹⁾	61.102	56.322	8,5%	257.220	218.931	17,5%

(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.

Nota: FFO de entidades no consolidadas ajustado de acuerdo a información actualizada.

DESTACADOS DEL TRIMESTRE

Cuarto Trimestre 2023



Destacados del trimestre

Aperturas destacadas

Durante el 4Q23 abrimos a público 237 tiendas a nivel regional, dentro de las cuales destacan:

Chile

- Conversión de tienda Forever 21 en Mallplaza Egaña, con la apertura de 2.500 m² de H&M
- Conversión de piso de Paris en Mallplaza Tobalaba, con la apertura de 2.500 m² de H&M
- Apertura de Decathlon en Mallplaza La Serena, primera tienda de esta marca en el Norte de Chile con una diversificada oferta deportiva en un espacio de 2.000 m²
- Continuamos consolidando nuestra propuesta gastronómica en Mallplaza Vespucio con la incorporación de “La Factoría”, un pasillo completo de una experiencia gastronómica única e innovadora que trae a consigo marcas como By María, con su primera apertura en un centro comercial, Havanna, El Japonés y La Piazza.
- Apertura de tienda H&M en Mallplaza Arica, con 2.000 m²
- Apertura de NBA Store en Mallplaza Vespucio, primera en Chile, en un espacio de 400 m² que combina venta de merchandising oficial junto con una zona de experiencia única en su tipo.
- Inauguración de “Las Terrazas del Puerto” en Mallplaza Antofagasta, espacio con vista al mar que cuenta con 8 nuevas propuestas “new to market” en la ciudad.

Perú

- Alianza con Dollarcity continúa potenciándose con la apertura en Mallplaza Arequipa, un espacio de 700 m² que llega a ampliar la oferta de productos de este centro urbano.
- Aperturas de Adidas, Colloky y The North Face en Mallplaza Arequipa, y Levi’s en Mallplaza Bellavista.
- Mallplaza Comas siguió reforzando el mix comercial con el inicio de operación de KFC en el Boulevard de restaurantes, Levi’s y Miniso desde retail, y desarrollando la categoría beauty con el ingreso de Montalvo.

Colombia

- Apertura de la primera tienda Converse de la ciudad de Barranquilla en Mallplaza Buenavista, con 200 m².
- Mercado gastronómico de Mallplaza NQS continúa consolidando su oferta con las aperturas de T4 y Dejamu.
- Apertura de tienda Maravela, del grupo Arturo Calle, en Mallplaza Buenavista, con un espacio de 230 m², sumado a la apertura de Banco Davivienda, reforzando la oferta de servicios.
- Apertura de Lovisa, New Era, Gallery y Mario Hernandez en Mallplaza NQS



Destacados del trimestre

Hitos de Omnicanalidad

CLICK & COLLECT

- Al cierre del 4Q23 contamos con **80 marcas a nivel regional**, destacando a Natura, Samsung, Oechsle, Hites, Corona, Grupo Texsa, entre otras. Cerramos el 2023 con **+548k paquetes entregados**, un aumento de un 326% comparado con el año 2022, los que representan USD\$ +27,5 Millones en GMV (ventas de los Sellers) en nuestros 15 puntos Click & Collect, en los tres países. Adicional a esto, incorporamos nuevas funcionalidades en nuestros C&C tales como puntos de *Drop Off* y puntos de devoluciones.

CROSS-DOCKING

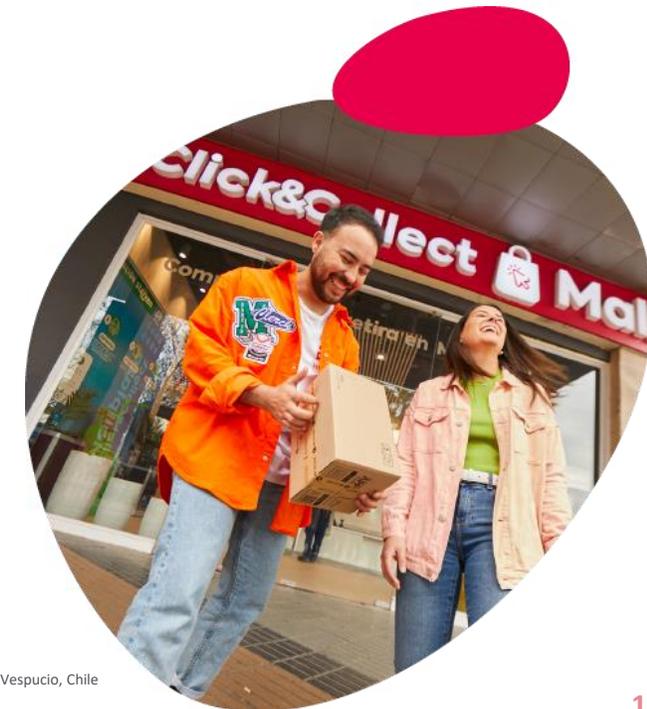
- Desde comienzo 2023, acumulamos **+1,8M paquetes procesados** para potenciar la última milla en nuestras seis operaciones de Cross-Docking, los que representan USD\$ **+60 millones en GMV** poniendo nuestros centros urbanos, junto con nuestras otras iniciativas, en un posicionamiento logístico estratégico y nos permite acelerar nuestra estrategia de Hub-Logístico en nuestros tres países.

DARK STORE

- Iniciamos operaciones de nuestro **Dark Store de 487 m² en Mallplaza NQS**. Además, cerramos un acuerdo con Instance para avanzar en conjunto en ser una propuesta Fullcommerce que apoye a nuestros Sellers a desarrollar los canales digitales y físicos.

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.



Destacados del trimestre

Actualizaciones sobre ESG

- Dentro de nuestro **compromiso de ser una compañía Net Zero alcance 1 y 2 al 2035**, durante el año tuvimos una **disminución del 17% kWh/GLA (vs 2019) en la intensidad energética**. Además, abordando otro de nuestros compromisos, hemos logrado **disminuir 17,3% m3/GLA (vs 2019) en intensidad de agua**.
- Mallplaza durante el Q4 obtuvo la **certificación de la ISO 45.001** del sistema de gestión de la seguridad y salud en el trabajo, siendo la primera empresa del rubro en obtener este certificado, el cual tendrá una vigencia hasta el año 2026. Además, obtuvimos la renovación de la certificación de la ISO 14.001 del sistema de gestión ambiental para los 17 centros urbanos de Chile, por una vigencia de 3 años.
- Aceleradora de Proyectos Sociales Academia Mallplaza: Iniciativa que busca financiar proyectos comunitarios sostenibles, en una Alianza con Junto al Barrio, enmarcada en el programa de formación en competencias para líderes y dirigentes sociales **“Academia Mallplaza”**, cuyo objetivo es contribuir al desarrollo sostenible a través de iniciativas comunitarias de impacto local.
- Durante el cuarto trimestre, se realizó en Mallplaza Trébol la **plantación del primer bosque urbano** con especies nativas en un centro comercial en la región del Biobío, reforestando los espacios con especies propias del entorno y contribuyendo a la disminución del consumo hídrico del centro urbano, ya que las especies nativas consumen un 10% de agua de lo que requiere una especie exótica.
- Se realizó la **inauguración del primer vivero de producción de especies nativas** con fines educativos en la comuna de Puente Alto, Santiago.
- Premio de Innovación social de Cámara de Centros Comerciales: 2° lugar con “Plaza Comunidad”, iniciativa consistente en una academia que promueve el fortalecimiento de las organizaciones sociales vinculadas a los territorios donde opera la compañía,
- Premio Impulsa: 8va versión. **Mejor empresa en el sector industrial, construcción e inmobiliarios** respecto a indicadores de diversidad de género.
- Premio Aguas Andinas: Primera versión del premio a los grandes clientes que han logrado reducir su consumo hídrico siendo Mallplaza una de las empresas destacadas. Iniciativa Biociudad de Aguas Andinas.



Premio Impulsa 8va versión

INFORMACIÓN POR ACTIVO

Cuarto Trimestre 2023

Principales Indicadores por país

Chile:

- Ingresos aumentan un 11,3% 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
- Costo de ocupación aumenta por menor nivel de ventas y disminución de apoyos comerciales excepcionales en rentas de arriendo
- Ocupación aumenta a 96,4% por entrada de más de 30 mil m² principalmente en Tiendas Menores *Retail*, Gimnasios, Oficinas y *F&B*
- *Same Store Sales* cae 2,6% por efecto de menor desempeño de Tiendas Departamentales y Mejoramiento de hogar

Perú:

- Flujo de visitantes aumenta un 6,5% por crecimiento doble digito en Mallplaza Comas, contrarrestado por cierre temporal de Mallplaza Trujillo durante Diciembre
- Costo de ocupación aumenta por mayor incremento en ingresos versus ventas
- *Same Store Sales* cae 1,4% debido a caída de ventas de Tiendas Departamentales, grandes cajas exteriores y el cierre temporal de Mallplaza Trujillo durante Diciembre

Colombia:

- Venta crece un 26,3% principalmente por mayor venta en Mallplaza Manizales y Mallplaza NQS
- Flujo de visitantes aumenta un 6,7% principalmente por aumento del flujo de Mallplaza NQS
- Costo de ocupación se mantiene en línea con el del año anterior
- *Same Store Sales* cae un 0,8% debido a menores ventas de Tiendas Departamentales y grandes cajas exteriores

	Chile (MM CLP)			Perú (M Soles)			Colombia (MM COP)			Consolidado Plaza S.A. (MM CLP)		
	4Q23	4Q22	(Var.)	4Q23	4Q22	(Var.)	4Q23	4Q22	(Var.)	4Q23	4Q22	(Var.)
GLA Administrado (m ²)	1.429.028	1.427.626	0,1%	296.898	290.005	2,4%	200.814	170.491	17,8%	1.926.740	1.888.122	2,0%
Flujo visitantes (MM)	52,1	52,4	(0,6%)	13,6	12,8	6,5%	11,7	10,9	6,7%	77,4	76,1	1,7%
Ventas	1.110.786	1.127.353	(1,5%)	634.029	640.168	(1,0%)	509.389	403.316	26,3%	1.378.191	1.371.816	0,5%
Var. <i>Same Store Sales</i>	(2,6%)	(9,3%)	(6,7 p.p.)	2,7%	1,3%	(1,4 p.p.)	(0,8%)	20,5%	(21,3 p.p.)	(1,9%)	(6,7%)	4,8 p.p.
Ingresos	98.133	88.165	11,3%	50.377	45.221	11,4%	24.950	31.813	(21,6%)	106.590	97.429	9,4%
Var. <i>Same Store Rent</i>	6,7%	14,9%	(8,2 p.p.)	11,4%	8,2%	(3,2 p.p.)	15,2%	13,1%	(2,1 p.p.)	7,6%	14,2%	(6,6 p.p.)
EBITDA	76.290	69.518	9,7%	39.957	31.183	28,1%	20.707	3.578	478,7%	80.748	70.271	14,9%
Venta mensual por m ² (CLP/PEN/COP)	305.640	321.890	(5,0%)	927	1.020	(9,1%)	1.044.227	1.096.402	(4,8%)	286.765	304.980	(6,0%)
Ingreso mensual por m ² (CLP/PEN/COP)	27.002	25.173	7,3%	74	72	2,3%	51.147	86.482	(40,9%)	21.800	20.322	7,3%
Costo Ocupación (%)	10,5%	9,8%	0,7 p.p.	9,2%	7,8%	1,4 p.p.	8,5%	8,9%	(0,4 p.p.)	10,1%	9,5%	0,6 p.p.
Ocupación	96,4%	95,4%	1,0 p.p.	92,7%	92,3%	0,9 p.p.	96,4%	95,3%	1,1 p.p.	95,8%	94,9%	0,9 p.p.

- Ventas e Ingresos mensuales por m² están en CLP/PEN/COP
- Baja de ingresos de Colombia se explica por retraso en apertura de tiendas en Mallplaza NQS



Mallplaza NQS, Colombia

Principales Indicadores por país

Últimos 12 meses

	Chile (MM CLP)			Perú (M Soles)			Colombia (MM COP)			Consolidado Plaza S.A. (MM CLP)		
	2023	2022	(Var.)	2023	2022	(Var.)	2023	2022	(Var.)	2023	2022	(Var.)
GLA Administrado (m ²)	1.429.028	1.427.626	0,1%	296.898	290.005	2,4%	200.814	170.491	17,8%	1.926.740	1.888.122	2,0%
Flujo visitantes (MM)	191,8	188,5	1,8%	52,7	43,2	22,0%	40,7	38,5	5,6%	285,2	270,2	5,5%
Ventas	3.858.714	3.911.348	(1,3%)	2.302.000	2.257.155	(2,0%)	1.459.450	1.224.790	19,2%	4.739.893	4.727.927	0,3%
Same Store Sales	(3,1%)	7,8%	(10,9 p.p.)	5,6%	14,9%	(9,3 p.p.)	3,1%	35,7%	(32,7 p.p.)	(1,8%)	10,0%	(11,8 p.p.)
Ingresos	374.526	335.168	11,7%	208.335	165.953	25,5%	174.791	123.732	41,3%	419.904	370.899	13,2%
Same Store Rent	9,1%	46,3%	(37,2 p.p.)	12,3%	33,4%	(21,1 p.p.)	12,6%	19,4%	(6,8 p.p.)	9,6%	43,3%	(33,7 p.p.)
EBITDA	296.079	269.824	9,7%	159.519	118.737	34,3%	113.112	60.920	118,5%	322.185	282.699	14,0%
Venta mensual por m ² (CLP/PEN/COP)	268.622	280.460	(4,2%)	867	908	(4,5%)	876.871	868.052	1,0%	253.681	264.967	(4,3%)
Ingreso mensual por m ² (CLP/PEN/COP)	26.072	24.033	8,5%	78	67	17,6%	105.019	87.693	19,8%	21.470	19.340	11,0%
Costo Ocupación (%)	11,4%	10,3%	1,1 p.p.	9,5%	8,1%	1,4 p.p.	10,9%	10,5%	0,4 p.p.	11,1%	10,0%	1,1 p.p.
Ocupación	96,4%	95,4%	1,0 p.p.	92,7%	92,3%	0,9 p.p.	96,4%	95,3%	1,1 p.p.	95,8%	94,9%	0,9 p.p.

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



Resultados trimestrales por activo

A diciembre 2023

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

Centros Comerciales	GLA	% GLA Propio	Ocupación	Ventas			Ingreso		
				4Q23	4Q22	Var (%)	4Q23	4Q22	Var (%)
Mallplaza Vespucio	169.255	100%	97,8%	145.259	139.668	4,0%	14.140	12.795	10,5%
Mallplaza Trébol	118.795	100%	98,2%	140.516	132.010	6,4%	11.566	10.165	13,8%
Mallplaza Oeste	182.365	100%	98,4%	139.707	145.334	-3,9%	11.617	9.974	16,5%
Mallplaza Norte	138.946	100%	95,7%	95.199	101.690	-6,4%	9.131	8.845	3,2%
Mallplaza Egaña	94.809	100%	98,4%	85.997	84.398	1,9%	8.574	7.045	21,7%
Mallplaza Antofagasta	80.853	100%	98,5%	80.586	81.455	-1,1%	6.083	6.002	1,3%
Mallplaza Tobaraba	78.647	100%	96,1%	63.627	70.604	-9,9%	4.603	4.248	8,3%
Mallplaza Sur	77.264	100%	91,4%	62.642	71.414	-12,3%	3.990	3.947	1,1%
Mallplaza Calama	77.674	100%	97,3%	55.348	53.825	2,8%	4.152	3.497	18,7%
Mallplaza La Serena	64.639	100%	98,5%	52.498	47.299	11,0%	5.616	4.785	17,4%
Mallplaza Los Dominicos	95.258	100%	95,7%	44.676	44.631	0,1%	4.896	4.109	19,2%
Mallplaza Los Ángeles	38.950	100%	98,7%	34.632	34.539	0,3%	3.094	2.884	7,3%
Mallplaza Copiapó	46.257	100%	97,0%	26.366	26.859	-1,8%	2.763	2.296	20,3%
Mallplaza Arica	33.158	100%	96,4%	23.214	25.764	-9,9%	2.106	1.957	7,6%
Mallplaza Iquique	25.086	98%	97,1%	20.813	20.368	2,2%	1.710	1.566	9,2%
Mallplaza Alameda	61.108	100%	79,4%	20.540	27.760	-26,0%	2.328	2.358	-1,3%
Mallplaza Mirador Bío Bío	45.965	100%	97,2%	19.166	19.735	-2,9%	1.766	1.691	4,4%
Total Chile	1.429.028		96,4%	1.110.786	1.127.353	-1,5%	98.133	88.165	11,3%
Mallplaza Trujillo	82.957	33,3%	98,1%	265.067	286.505	-7,5%	17.337	16.550	4,8%
Mallplaza Comas	79.974	33,3%	89,7%	140.068	127.621	9,8%	11.923	10.099	18,1%
Mallplaza Arequipa	43.051	33,3%	94,6%	127.405	112.241	13,5%	8.113	7.732	4,9%
Mallplaza Bellavista	90.916	33,3%	89,7%	101.489	113.802	-10,8%	13.004	10.841	20,0%
Total Perú	296.406		92,7%	634.029	640.168	-1,0%	50.377	45.221	11,4%
Mallplaza NQS	76.209	100%	94,1%	178.261	73.084	143,9%	(4.014)	7.565	-153,1%
Mallplaza Buenavista	57.612	65%	98,5%	159.620	171.867	-7,1%	11.326	10.191	11,1%
Mallplaza Cartagena	27.766	100%	95,7%	90.361	87.039	3,8%	9.432	8.073	16,8%
Mallplaza Manizales	39.227	80%	98,2%	81.148	71.326	13,8%	8.207	5.984	37,1%
Total Colombia	200.427		96,4%	509.389	403.316	26,3%	24.950	31.813	-21,6%

Baja en ingresos en Mallplaza NQS explicada por efecto contable de multas por atrasos de apertura de tiendas. No corresponde a un efecto en flujo de caja.

Resultados trimestrales por activo

A diciembre 2023

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)		
	4Q23	4Q22	Var (%)	4Q23	4Q22	Var (%)
Mallplaza Vespucio	347.075	366.106	-5,2%	33.785	33.540	0,7%
Mallplaza Trébol	399.746	370.231	8,0%	32.903	28.510	15,4%
Mallplaza Oeste	338.333	372.471	-9,2%	28.134	25.561	10,1%
Mallplaza Norte	295.246	325.315	-9,2%	28.319	28.296	0,1%
Mallplaza Egaña	384.609	364.728	5,5%	38.346	30.447	25,9%
Mallplaza Antofagasta	366.923	381.821	-3,9%	27.696	28.135	-1,6%
Mallplaza Tobalaba	272.455	346.329	-21,3%	19.708	20.837	-5,4%
Mallplaza Sur	291.957	354.002	-17,5%	18.596	19.564	-5,0%
Mallplaza Calama	284.803	286.949	-0,7%	21.365	18.642	14,6%
Mallplaza La Serena	368.902	334.156	10,4%	39.461	33.807	16,7%
Mallplaza Los Dominicos	192.962	178.079	8,4%	21.146	16.395	29,0%
Mallplaza Los Ángeles	381.330	331.370	15,1%	34.066	27.671	23,1%
Mallplaza Copiapó	272.692	237.082	15,0%	28.578	20.267	41,0%
Mallplaza Arica	165.538	275.975	-40,0%	15.018	20.960	-28,4%
Mallplaza Iquique	214.226	304.179	-29,6%	17.597	23.385	-24,7%
Mallplaza Alameda	217.680	208.997	4,2%	24.670	17.754	39,0%
Mallplaza Mirador Bío Bío	127.645	163.479	-21,9%	11.761	14.006	-16,0%
Total Chile	305.640	321.890	-5,0%	27.002	25.173	7,3%
Mallplaza Trujillo	1.301	1.552	-16,2%	85	90	-5,1%
Mallplaza Comas	725	704	3,0%	62	56	10,8%
Mallplaza Arequipa	1.171	1.092	7,3%	75	75	-0,8%
Mallplaza Bellavista	569	715	-20,3%	73	68	7,1%
Total Perú	927	1.020	-9,1%	74	72	2,3%
Mallplaza NQS	1.031.171	1.070.598	-3,7%	(23.219)	110.811	-121,0%
Mallplaza Buenavista	1.072.141	1.167.327	-8,2%	76.075	69.219	9,9%
Mallplaza Cartagena	1.399.218	1.335.854	4,7%	146.045	123.905	17,9%
Mallplaza Manizales	799.616	817.939	-2,2%	80.867	68.621	17,8%
Total Colombia	1044.227	1.096.402	-4,8%	51.147	86.482	-40,9%

Baja en ingresos en Mallplaza NQS explicada por efecto contable de multas por atrasos de apertura de tiendas. No corresponde a un efecto en flujo de caja.

Resultados anuales por activo

A diciembre 2023

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)		
	2023	2022	Var (%)	2023	2022	Var (%)	2023	2022	Var (%)	2023	2022	Var (%)
Mallplaza Vespuccio	497.637	485.098	2,6%	54.367	49.020	10,9%	300.341	303.719	-1,1%	32.812	30.691	6,9%
Mallplaza Trébol	483.688	459.840	5,2%	43.776	38.242	14,5%	328.451	327.218	0,4%	29.726	27.212	9,2%
Mallplaza Oeste	484.093	505.549	-4,2%	44.699	37.543	19,1%	293.514	327.610	-10,4%	27.102	24.329	11,4%
Mallplaza Norte	334.219	349.896	-4,5%	35.132	32.229	9,0%	259.694	289.110	-10,2%	27.298	26.630	2,5%
Mallplaza Egaña	294.339	291.312	1,0%	30.490	27.129	12,4%	315.928	318.830	-0,9%	32.726	29.691	10,2%
Mallplaza Antofagasta	271.854	271.243	0,2%	23.706	22.463	5,5%	315.667	319.177	-1,1%	27.527	26.433	4,1%
Mallplaza Tobalaba	233.347	246.087	-5,2%	18.193	16.584	9,7%	288.657	304.228	-5,1%	22.505	20.502	9,8%
Mallplaza Sur	243.140	265.861	-8,5%	15.320	14.529	5,4%	287.827	333.435	-13,7%	18.136	18.221	-0,5%
Mallplaza Calama	186.231	183.307	1,6%	15.860	13.598	16,6%	240.370	245.843	-2,2%	20.471	18.237	12,2%
Mallplaza La Serena	175.062	159.354	9,9%	21.397	17.729	20,7%	298.328	292.354	2,0%	36.463	32.526	12,1%
Mallplaza Los Dominicos	148.747	155.573	-4,4%	19.171	16.887	13,5%	151.495	152.899	-0,9%	19.526	16.596	17,6%
Mallplaza Los Ángeles	119.885	118.856	0,9%	11.973	10.670	12,2%	296.530	286.792	3,4%	29.614	25.747	15,0%
Mallplaza Copiapó	85.328	85.981	-0,8%	9.411	8.118	15,9%	193.910	189.662	2,2%	21.387	17.906	19,4%
Mallplaza Arica	78.148	91.386	-14,5%	7.681	7.516	2,2%	187.777	249.031	-24,6%	18.456	20.481	-9,9%
Mallplaza Iquique	69.476	65.444	6,2%	6.401	5.830	9,8%	231.674	245.307	-5,6%	21.344	21.852	-2,3%
Mallplaza Alameda	74.775	98.710	-24,2%	9.897	10.586	-6,5%	172.574	185.412	-6,9%	22.842	19.884	14,9%
Mallplaza Mirador Bío Bío	78.745	77.850	1,1%	7.052	6.496	8,6%	152.634	162.714	-6,2%	13.669	13.578	0,7%
Total Chile	3.858.714	3.911.348	-1,3%	374.526	335.168	11,7%	268.622	280.460	-4,2%	26.072	24.033	8,5%
Mallplaza Trujillo	1.019.216	1.047.069	-2,7%	74.001	58.057	27,5%	1.302	1.423	-8,5%	95	79	19,8%
Mallplaza Comas	475.823	424.085	12,2%	44.693	36.696	21,8%	631	608	3,8%	59	53	12,6%
Mallplaza Arequipa	431.896	378.510	14,1%	36.084	30.107	19,9%	1.002	919	9,0%	84	73	14,5%
Mallplaza Bellavista	375.064	407.492	-8,0%	53.557	41.092	30,3%	546	635	-14,1%	78	64	21,7%
Total Perú	2.302.000	2.257.155	2,0%	208.335	165.953	25,5%	867	908	-4,5%	78	67	17,6%
Mallplaza NQS	387.383	212.494	82,3%	67.525	32.736	106,3%	888.032	880.441	0,9%	154.793	135.637	14,1%
Mallplaza Buenavista	551.469	539.417	2,2%	43.977	37.695	16,7%	928.462	942.873	-1,5%	74.040	65.889	12,4%
Mallplaza Cartagena	277.995	260.717	6,6%	34.544	30.347	13,8%	1.119.836	1.037.282	8,0%	139.153	120.738	15,3%
Mallplaza Manizales	242.604	212.162	14,3%	28.746	22.954	25,2%	628.585	612.886	2,6%	74.480	66.308	12,3%
Total Colombia	1.459.450	1.224.790	19,2%	174.791	123.732	41,3%	876.871	868.052	1,0%	105.019	87.693	19,8%

Crecimiento, M&A

Proyectos en Desarrollo



Mallplaza NQS Bogotá

- 4to centro urbano en Colombia
- GLA Total Proyectado: 112.000 m² (81.000 m² de GLA propio)

Mallplaza NQS, centro urbano adquirido por la compañía el año 2020 con 42.000 m² de GLA y 400 mil visitas mensuales, ha implementado una completa renovación, mejorando considerablemente su propuesta de cara al consumidor y a sus socios comerciales. A la fecha, este centro urbano *Tier A* cuenta con 76.000 m² de GLA y ha logrado sobrepasar el millón de visitas mensuales, con crecimiento de ventas de un 82%, crecimiento de ingresos de 106% y crecimiento de ingresos por m² de 14% durante el año 2023. Comparado con septiembre 2021, alcanzó un crecimiento de venta por m² e ingreso por m² de 57% y 43% respectivamente.

Incorporaciones a la fecha:

- Nueva Área *Fashion* en el segundo piso
- Tiendas H&M, Arturo Calle, Calvin Klein, Estudio F, Vélez, Americanino, American Eagle, Naf Naf, Chevignon y Esprit
- Sector deportes con la adición de la tienda Decathlon, Sportline, New Balance y Adidas
- 3,800 m² de supermercado Éxito Wow
- Sweet Zone
- Plaza Central remodelada
- Área de Servicios, incluyendo bancos, tiendas de conveniencia y telefonía
- Hub Gastronómico en el 3er piso, que considera sector Terrazas, tiendas menores y El Mercado
- Primera tienda IKEA de Colombia con aproximadamente 26.000 m²
- Apertura de Ktronix, complementando la oferta de electrodomésticos y dispositivos del centro urbano

Proyectos en desarrollo:

- Ampliación de El Mercado que vendrá a complementar la zona de experiencia gastronómica.
- Incorporación de una innovadora Zona de Juegos de 7.500 m² proyectada para la primera parte del 2024.

Apertura: 1Q 2024

Superficie Total

Ampliación – 5.500 GLA m²

Reconversión – 5.600 GLA m²

Inversión Remanente: MMUSD 3

Crecimiento, Greenfield

Proyectos en Desarrollo



Mallplaza Cali

Nuevo Centro Urbano
Colombia

Apertura: 1S 2024

Superficie Total: 67.000 GLA m²

Inversión Remanente: MMUSD 19

Mallplaza Cali será el quinto centro urbano de Mallplaza en Colombia y abrirá sus puertas el primer semestre del 2024, con un GLA de 67.000 m². A la fecha, ya cuenta con el 91% del GLA comercializado, lo que será un hito como apertura para un centro comercial, no solo en Colombia, sino también en Latinoamérica. Esperamos que sea un éxito desde el primer día para todos nuestros socios comerciales y clientes.

Este centro urbano contará con una robusta propuesta de *retail*, entretenimiento y gastronomía, abriendo sus puertas con marcas como IKEA – el primero de la ciudad de Cali y Valle del Cauca-, tiendas en formato ícono de Zara, H&M, Bershka, Stradivarius, Pull&Bear, Decathlon, Homecenter y muchas más.

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, tendremos 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, para que todos los caleños y las caleñas puedan llegar de manera muy fácil y rápida.

Crecimiento, Brownfield

Proyectos en Desarrollo



El Mercado del 14, Mallplaza Vespucio, Chile

Mallplaza Vespucio Santiago

- Nuestro centro urbano flagship, con 169.000 m² de GLA
- Líder de su mercado en la zona suroriente de Santiago

Mallplaza Vespucio está viviendo una profunda transformación de su experiencia y propuesta de valor reforzando su oferta de retail, ampliando su oferta gastronómica con más de 100 distintas propuestas y aperturando espacios de entretenimiento innovadoras y con grandes resultados. Lo anterior, le permitió a Mallplaza Vespucio ser el centro urbano con el mayor crecimiento en flujo de visitas durante 2023 con un 9%, además de lograr un crecimiento de ingresos de un 11% y crecimiento de ingreso por m² de 7%.

Incorporaciones a la fecha:

- Remodelación y modernización interior.
- Incorporación de más de 19.000 m² de nuevas propuestas de *retail*, incluyendo más de 87 tiendas y renovación de más de 160 marcas
- Renovación y ampliación de salas Cinemark, incorporando una sala IMAX.
- Primer Movistar GameClub.
- Propuesta *fast casual* con marcas de valor como Barra Chalaca, Carl's Jr, La Sanguchera del Barrio, MUU Steak House, Emporio La Rosa.
- Apertura de El Mercado del 14.
- Incorporación de Starbucks, Dulce Luna, Dunkin Donuts y Bonafide.
- Launch Cowork.
- Reconversión de la Clínica Vespucio en Clínica Dávila.
- Integración de Autoplaza Vespucio al circuito comercial con 40 marcas comerciales de vehículos.
- La Factoría, pasillo con una experiencia gastronómica única e innovadora que incorporó By María, Havanna, El Japonés y La Piazza.
- Apertura de NBA Store, primera tienda oficial de esta liga deportiva en el país.

Proyectos en desarrollo:

- Beergarden de más de 2.000 m², que incluirá una fábrica de cerveza Kairos, además de distintas propuestas gastronómicas.
- Apertura de Smartfit, segundo gimnasio de Mallplaza Vespucio que viene a reforzar el segmento de Comercio Esencial de Tráfico Diario.
- Proyecto Multifamily

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 32

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 con 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 Iquique

Ampliación

Se incorporará un Boulevard de servicios y una tienda de accesorios del hogar además de la tienda H&M

Apertura: 1Q 2024

Superficie Total

Ampliación – 2.000 GLA m²

Inversión Remanente: MMUSD 5



PLAZA S.A. CAPEX (MUSD)	Inversiones 4Q23	Inversiones 4Q22	% total CAPEX (4Q23)
<i>Greenfield</i>	25.931	17.848	46%
<i>Brownfield</i>	12.858	12.394	23%
Reconversiones	5.198	4.175	9%
Mantenimiento	7.873	13.070	14%
IT & Otros	4.346	5.895	8%
Total	56.206	53.383	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 el Chile, los que cuentan con un potencial suficiente para de construir un total de 4.992.040 m², de los cuales solo se ha empleado 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

Cuarto Trimestre 2023



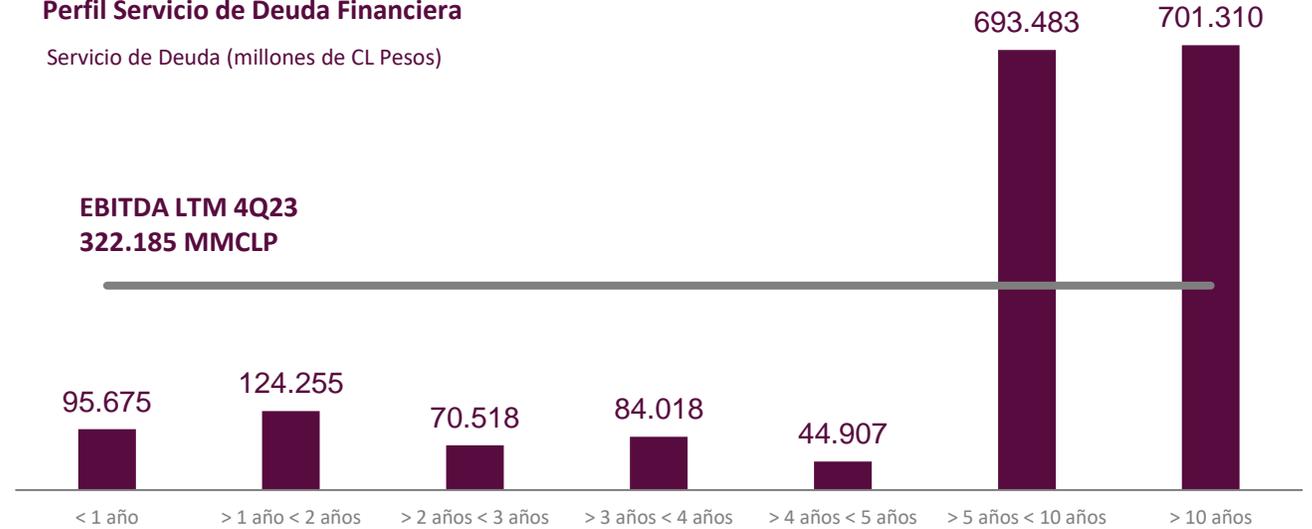
Estructura de Deuda

	4Q 2023	4Q 2022
Efectivo y Equivalentes (MM CLP)	202.016	301.762
Deuda Financiera (MM CLP)	1.264.010	1.300.377
(+) Bonos Públicos	1.076.278	1.027.090
(+) Deuda Bancos	187.733	272.587
Tasa Promedio Deuda	3,5%	3,4%
Duration (años)	8,3	8,3
Deuda Financiera Neta (MM CLP)	1.058.747	966.396

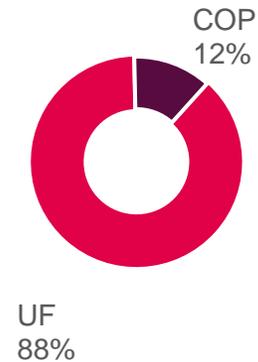
- Perfil de pago de la deuda financiera es predominantemente de largo plazo, teniendo un 84% de su vencimiento a tres o más años.
- Ratio Loan to Value (LTV) de 26%.
- El 39% de los vencimientos de la deuda financiera supera los 10 años de plazo.
- Deuda financiera en tasa fija y en la misma moneda en que se generan los flujos asociados a su pago, con un *duration* promedio de nueve años.
- Activos libres de hipoteca a *fair value* presentan 4,5x la deuda financiera neta de efectivo y equivalentes.
- La posición de liquidez actual cubre las obligaciones de amortización de deuda del 2023.
- Deuda Financiera sobre EBITDA al cierre del cuarto trimestre es 3,4x.

Perfil Servicio de Deuda Financiera

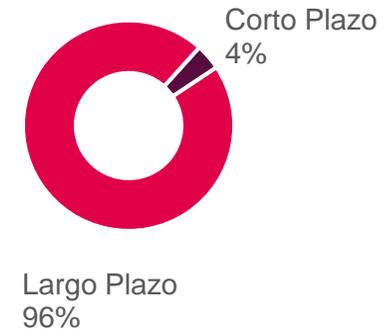
Servicio de Deuda (millones de CL Pesos)



Deuda por moneda



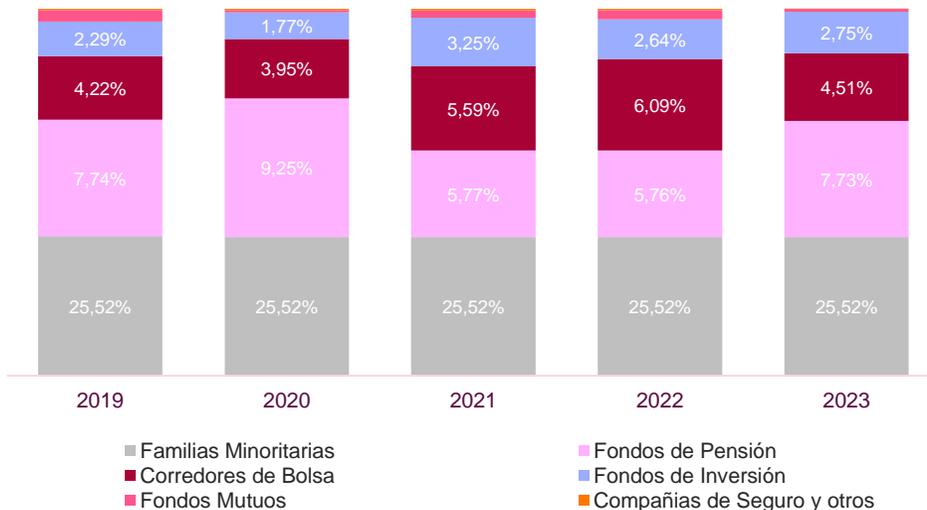
Deuda por plazo



Plaza en Mercado de Capitales

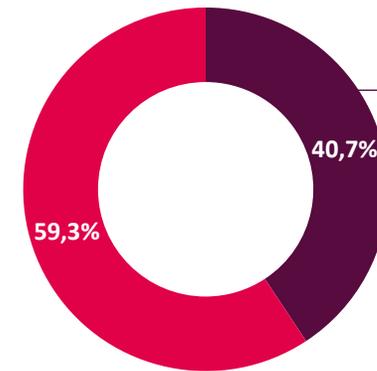
	4Q 2023	4Q 2022	Var. (%)	2023	2022	Var. (%)
Precio de Cierre promedio (CLP)	1.187,6	897,0	32,4%	1.159,8	837,0	38,6%
Precio de Cierre (CLP) - Final del Período	1.244,7	1058,0	17,6%	1.244,7	1058,0	17,6%
Average Daily Traded Volume (CLP)	335.252.167	501.462.611	(33,1%)	683.414.469	500.540.954	36,5%
Número acciones transadas	284.141	557.381	(49,0%)	575.530	596.501	(3,5%)

Evolución Composición Accionaria Minoritarios No Controladores



Composición Accionaria (Dic-23)

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



Free Float	% Participación
Familias Minoritarias	25,5%
Fondos de Pensión	7,7%
Corredores de Bolsa	4,5%
Fondos de Inversión	2,7%
Fondos Mutuos	0,2%
Compañías de Seguros y otros	0,1%

APÉNDICE

Cuarto Trimestre 2023



Evolución de Resultados Financieros

EVOLUCIÓN POR AÑO	AÑO						
	2018	2019	2020	2021	2022	2023	CAGR
Cifras operacionales							
GLA Agregado (Disminuido) (m ²)	85.308	50.108	111.638	43.806	30.458	38.618	
GLA Total Administrado (m ²)	1.652.112	1.702.219	1.813.858	1.857.664	1.888.122	1.926.740	3,1%
Ventas de arrendatarios (miles de millones de pesos)	3.646	3.590	2.368	3.857	4.637	4.740	5,4%
Flujos de visitantes (millones de personas)	285	285	149	211	270	285	(0,0%)
ESTADO DE RESULTADOS (en millones de pesos)							
Ingresos de actividades ordinarias	309.370	309.598	187.329	276.695	383.864	419.904	6,3%
Costo de ventas	(73.407)	(81.086)	(84.314)	(92.089)	(100.304)	(57.427)	(4,8%)
Gastos de administración	(35.334)	(40.291)	(40.720)	(31.830)	(57.385)	(42.445)	3,7%
EBITDA	247.276	238.308	116.114	208.621	282.699	322.185	5,4%
Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora	117.359	100.075	12.248	46.556	66.445	349.759	24,4%
FFO plaza consolidado total ajustado por participación	172.220	165.844	79.265	164.931	218.931	257.220	8,4%
Margen EBITDA (% sobre ingresos)	80%	77%	62%	75%	74%	77%	
Margen FFO (% sobre ingresos)	56%	54%	42%	60%	61%	60%	
<i>Earnings per Share</i> (CLP)	59,9	51,1	6,2	23,8	33,9	178,4	24,4%
<i>FFO per Share</i> (CLP)	88,0	84,6	40,4	84,1	111,7	131,2	8,5%

Estados Financieros

Millones de CLP al 31 de Diciembre de 2023

Activos corrientes

Disminución de 19% en Activos Corrientes, equivalente a MMCLP -103.559, explicado por menor Efectivo y equivalentes al efectivo MMCLP -99.747 por pago de adquisición de participación en Nuevos Desarrollos S.A. y pago de préstamos bancarios, menores Cuentas por cobrar a entidades relacionadas MMCLP -28.378 y menores Otros activos no financieros MMCLP -5.320 asociado a menor IVA crédito fiscal, neto de mayores Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta MMCLP 20.708 por traspaso de terrenos y mayores Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar MMCLP 9.512.

Activos no corrientes

Aumento de 10%, equivalente a MMCLP 385.951 explicado principalmente por mayores Propiedades de inversión MMCLP 363.330, por reconocimiento de efecto de valuación a valor razonable MMCLP 191.861, plan de inversiones 2023 (Obras en curso), en MP Cali, MP Vespucio, MP Oeste, MP NQS y MP Tobalaba, sumado a efecto conversión, mayores cuentas por cobrar no corrientes MMCLP 12.688 por acuerdos a largo plazo con socios comerciales y mayores inversiones contabilizadas por el método de la participación MMCLP 7.011 dado mayor efecto conversión.

	Diciembre 2023	Diciembre 2022	Variación Dic23/Dic22
Activos corrientes	435.127	538.685	(19%)
Activos no corrientes	4.361.209	3.975.258	10%
Total Activos	4.796.336	4.513.943	6%
Pasivos corrientes	244.017	217.902	12%
Pasivos no corrientes	1.919.631	1.864.364	3%
Total Pasivos	2.163.648	2.082.266	4%
Patrimonio	2.632.688	2.431.677	8%
Patrimonio y Pasivos, Total	4.796.336	4.513.943	6%
Capital emitido	175.123	175.123	0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	2.347.038	2.056.797	14%
Primas de emisión	123.573	123.573	0%
Otras reservas	(44.681)	(92.194)	(52%)
Participaciones no controladoras	31.634	168.378	(81%)
Total Patrimonio	2.632.688	2.431.677	8%

Estados Financieros

Millones de CLP al 31 de Diciembre de 2023

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:

- 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.
- Valorización de acuerdo con el modelo de flujos descontados mediante tasa WACC. Esta valorización 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 diciembre de 2023 es MMCLP 4.166.499, representando un 87% del total de activos consolidados de Plaza S.A.

Pasivos Corrientes

Aumento de 12% equivalente a MMCLP 26.115, explicado por mayores Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar MMCLP 64.148 principalmente por provisión de dividendos sumado a Cuentas por pagar a entidades relacionadas MMCLP 31.785 por traspaso al corto plazo de saldos con vencimientos inferiores a un año, mayores Pasivos por impuestos MMCLP 10.491 por mayor provisión impuesto renta y mayores otros pasivos no financieros corrientes asociados a mayor IVA débito fiscal, compensado por menores Otros pasivos financieros corrientes MMCLP -81.854 asociados a pago de préstamos bancarios de corto plazo.

Pasivos no Corrientes

El Aumento de 3%, equivalente a MMCLP 55.267, se explica por mayores otros pasivos financieros no corrientes MMCLP 45.487 principalmente por variación UF sobre obligaciones con el público, sumado a mayores pasivos por Impuestos Diferidos MMCLP 41.952 producto de reconocimiento de efecto valuación a valor razonable de las propiedades de inversión y pérdidas tributarias de arrastre, neto de menores cuentas por pagar a empresas relacionadas MMCLP -32.714 por traspaso al corto plazo de saldos con vencimientos inferiores a un año.

Patrimonio

El Patrimonio aumenta en MMCLP 201.011 (8%) principalmente por mayores Ganancias acumuladas MMCLP 290.242 generadas en 2023 sumado a mayores Otras reservas MMCLP 47.513 asociadas a ajuste de conversión de moneda extranjera, compensado con menores participaciones no controladoras MMCLP -136.744, principalmente por compra de participación minoritaria en Nuevos Desarrollos S.A..



Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia

Estado de Flujo Efectivo

Millones de CLP al 31 de Diciembre de 2023

	Por los doce meses terminados al 31 de Diciembre de		
	2023	2022	Var Dic23-Dic22
De la Operación	296.050	275.302	7%
De Inversión	(95.741)	(97.988)	(2%)
De Financiamiento	(310.964)	(394)	(78.765%)



Mallplaza Egaña, Chile

De la Operación:

- Las actividades de la operación generaron un flujo positivo de MMCLP 295.050, mayor en un 7% (variación de MMCLP 19.748) al obtenido a diciembre 2022, esto se explica por mayores Cobros procedentes de la venta de bienes y prestación de servicios MMCLP 75.523, compensado por mayores desembolsos a proveedores por el suministro de bienes y servicios MMCLP -38.679, mayor pago por impuestos a las ganancias MMCLP -15.142 y mayores pagos por cuenta de los empleados MMCLP -3.098.

De Inversión:

- Las actividades de inversión durante 2023 han generado un flujo negativo de MMCLP -95.741 menor en un 2% (variación de MMCLP 2.247) comparado con diciembre 2022, que se explica principalmente por mayores intereses recibidos MMCLP 6.696, neto de menores importes procedentes de otros activos a largo plazo MMCLP -740 y mayores pagos por compras de otros activos a largo plazo - Propiedades de Inversión MMCLP -3.856.

De Financiamiento:

- Las actividades de financiamiento originaron un flujo negativo de MMCLP -310.964, lo que representa una variación de MMCLP -310.570 respecto al año anterior. Dicha variación, se explica principalmente por el pago de la adquisición de participación no controladora de Nuevos Desarrollos S.A. MMCLP -164.585, sumado a menores importes recibidos por obligaciones al público, dada la emisión de bonos serie Z, AA y AC realizada el año anterior MMCLP -238.007, mayor pago de préstamos MMCLP -38.528 y mayores intereses pagados MMCLP -10.384, compensado por menores préstamos netos otorgados a empresas relacionadas MMCLP 96.177 y menores dividendos pagados MMCLP 45.398.

Principales Ratios Financieros

	Dic-23	Dic-22	Var. Dic23-Dic22
Razón de Liquidez	1,78	2,47	(0,69)
Razón Ácida	0,83	1,38	(0,55)
Razón de Endeudamiento	0,82	0,86	(0,04)
Deuda Financiera Neta ⁽¹⁾ / Patrimonio	0,42	0,40	0,02
Deuda Financiera Neta ⁽¹⁾ / EBITDA ⁽²⁾	3,40	3,42	(0,02)
EBITDA / Gastos Financieros ⁽³⁾	5,88	5,51	0,36
EBITDA / Ingresos Netos ⁽⁴⁾	76,7%	76,2%	0,5%
Pasivo Corriente / Pasivo Total	11,3%	10,5%	0,8%
Activos / Deuda Fin. No cte.+ Pas. Corrientes	3,29	3,26	0,03
Activos Libres ⁽⁵⁾ / Deuda Financiera Neta ⁽¹⁾	3,80	3,94	(0,13)
Rentabilidad del Patrimonio ⁽⁶⁾	14,3%	7,3%	7,0%
Rentabilidad del Activo ⁽⁷⁾	7,8%	4,0%	3,7%
Rendimiento Activos Operacionales ⁽⁸⁾	12,8%	8,8%	3,2%
Utilidad por Acción ⁽⁹⁾	\$ 178,45	\$ 89,72	\$ 98,01

- (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 diciembre 2023 y diciembre 2022, respectivamente.
- (3) Corresponde al EBITDA y gastos financieros (total de gastos y comisiones bancarias e Intereses de deudas financieras) acumulados a diciembre 2023 y diciembre 2022, respectivamente.
- (4) Corresponde al EBITDA sobre Ingresos Ordinarios, acumulados a diciembre 2023 y diciembre 2022, 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 diciembre 2023 y diciembre 2022, sobre Patrimonio promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).
- (7) Corresponde a Utilidad del ejercicio 12 meses móviles acumulado a diciembre 2023 y diciembre 2022, sobre activo promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).
- (8) Corresponde a Ganancia de actividades operacionales del ejercicio 12 meses móviles acumulado a diciembre 2023 y diciembre 2022, sobre las Propiedades de Inversión promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).
- (9) Compara Utilidad por acción 12 meses acumulado a diciembre 2023 y diciembre 2022.



Glosario

Financiero

4Q: Cuarto Trimestre

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

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.

4Q23 Earnings Conference Call

Fecha: 28 de Febrero 2024

Hora: 11:00 (Chile) / 9:00 (EST)

Webcast Link:

<https://edge.media-server.com/mmc/p/nkycxx4p>

Dial – in Register Link:

<https://register.vevent.com/register/Blb8a1b1b65db7441b892eca6778e3cfca>

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.

Cuarto Trimestre 2023

