

**MEMORIA**  
**ANUAL** 2014  
PLAZA S.A.



MALLPLAZA®

**MEMORIA**  
**ANUAL** 2014  
PLAZA S.A.





# Índice de contenidos

## Introducción

- En Latinoamérica todos vamos a la misma plaza
- Nuestros números en 2014
- Las causas que nos movilizan

## Pilares

## estratégicos

01

**CARTAS**  
Presidente del Directorio  
Vicepresidente Ejecutivo  
pág. 10 → 15

02

**HITOS 2014**  
pág. 16 → 37

03

**24 AÑOS DE HISTORIA**  
pág. 38 → 47

04

**CRECIMIENTO**  
Nuevos y más innovadores  
pág. 48 → 59

05

**MARCA Y EXPERIENCIA**  
Espacios de retail de clase mundial  
pág. 60 → 73

06

**INNOVACIÓN**  
Experiencia únicas  
pág. 74 → 77

07

**EFICIENCIA**  
Desempeño de excelencia  
pág. 78 → 83

08

**CAPITAL HUMANO**  
La clave del éxito  
pág. 84 → 91

09

**COMPROMETIDOS CON LA SOSTENIBILIDAD**  
pág. 92 → 111

10

**GOBIERNO CORPORATIVO**  
pág. 112 → 123

11

**INFORMACIÓN CORPORATIVA**  
pág. 124 → 141

12

**ESTADOS FINANCIEROS**  
pág. 142 → 223

# En Latinoamérica

todos vamos a la misma plaza



Estamos en

**3**

países de Latinoamérica:  
CHILE, PERÚ Y COLOMBIA

Contamos con

**21**

CENTROS COMERCIALES  
en operación:

**15** EN CHILE **5** EN PERÚ **1** EN COLOMBIA

Recibimos

**280**

MILLONES DE VISITAS  
anualmente en Latinoamérica

Operamos

**1.487.274** m<sup>2</sup>  
arrendables

Estamos  
desarrollando

**5**

nuevos proyectos  
en Latinoamérica

# Las causas que nos movilizan

En su constante búsqueda por sorprender a sus visitantes, Mall Plaza convoca a la ciudadanía en torno a causas que movilizan y crean conciencia sobre diversos temas de interés para las comunidades.

## CULTURA

Bibliotecas Vivas  
Musicales gratuitos  
Red cultural on-line  
Más pianos a mi ciudad  
Museos

más de **1.000.000**  
de personas visitaron las  
**Bibliotecas Vivas** durante 2014

miles de personas participaron  
en "más pianos en mi ciudad" en  
Perú y Chile

más de **36.000**  
personas asistieron a los  
**musicales gratuitos** en  
Chile, Perú y Colombia

con **8.447**  
obras cuenta nuestra  
**Red Cultural On-line**

más de  
**1.835.374**  
seguidores en nuestra  
comunidad en Facebook  
en la Región

## COMUNIDAD / SOCIABILIZACIÓN

## MEDIO AMBIENTE

Reutilización  
Ahorro energético

**13.800**  
Personas pedalearon para  
generar energía e iluminar  
el primer concierto  
sustentable de Chile

**93.000**  
bolsas reutilizables  
entregadas a nuestros  
visitantes

**25%**  
reutilización  
de residuos de  
nuestros centros  
comerciales



A person in silhouette is shown from the waist up, holding a long, thin object (possibly a string or a stick) with their right hand. The background is a dark blue gradient with several colorful jellyfish (pink, green, blue, and orange) floating around. The text "Nos gusta tomar desafíos" is written in a yellow, cursive font over the jellyfish.

Nos gusta  
tomar desafíos

“

Innovamos permanentemente  
para aportar a una mejor  
calidad de vida,  
transformando lo cotidiano en una

experiencia extraordinaria

”



# 01

## Cartas

Presidente del Directorio

Vicepresidente Ejecutivo

## Carta del Presidente del Directorio

Hablar de Mall Plaza es sin duda hablar de una compañía regional. Durante el 2014 nuestro objetivo estuvo en consolidarnos en Latinoamérica y estamos muy contentos con los resultados obtenidos; somos un grupo eficiente y sólido con operaciones en tres países fundamentales para la industria: Chile, Perú y Colombia.

El cumplimiento de estos desafíos sólo es posible gracias a un equipo de colaboradores comprometidos y motivados por el propósito que mueve a nuestra compañía. Diariamente buscamos impactar positivamente la vida de las personas, transformar nuestros centros comerciales en verdaderas plazas de encuentros donde nuestros visitantes puedan encontrarse con otros, compartir intereses y nutrir su vida gracias a la propuesta de experiencias que ofrecen nuestros malls. Bajo esta motivación es que buscamos llevar Mall Plaza a nuevos mercados dentro de Latinoamérica, un continente que presenta muchas oportunidades y con comunidades con grandes anhelos y necesidades.

Para cumplir con este desafío hemos tenido que trabajar arduo y de manera constante; contamos con equipos que nos permiten materializar nuestra propuesta de valor en forma congruente y sinérgica en los tres países donde operamos, pues buscamos que Mall Plaza sea reconocido bajo una misma forma: una cadena de centros comerciales que desarrolla proyectos integrales, en permanente evolución, preocupados del entorno y de las comunidades, y con una orientación a entregar experiencias únicas con un fuerte componente cultural y de sustentabilidad.

Nuestros colaboradores han sido y son una pieza fundamental en el logro de cada uno de los desafíos que nos proponemos como compañía. Queremos ser un gran lugar para trabajar con equipos de excelencia que promuevan las relaciones de confianza, el respeto y un desarrollo integral. Para ello se ha implementado un programa orientado a mejorar la calidad de vida de nuestros trabajadores.

No hay duda que este 2014 fue un año de consolidación y crecimiento, gracias a nuevas aperturas, enriquecimiento de la propuesta de valor de malls existentes y la consolidación de centros comerciales de la región.

En cuanto a los resultados del grupo es destacable que los ingresos de Plaza S.A crecieron a dos dígitos, un 18% en el periodo enero–diciembre, lo cual se tradujo en una eficiencia operacional de un 81%. Lo anterior, ubica a Mall Plaza en una posición privilegiada dentro de la industria a nivel mundial.

Para este 2015 seguiremos trabajando con el mismo entusiasmo y profesionalismo. Los 21 centros comerciales en operación y los proyectos que estamos desarrollando en Chile, Perú y Colombia continuarán fortaleciendo su sello innovador, para así continuar sorprendiendo y llenando de vida a una región dinámica que nos ofrece grandes oportunidades.

### **SERGIO CARDONE SOLARI**

Presidente del Directorio

### **SERGIO CARDONE SOLARI**

*Presidente del  
Directorio*

## Carta del Vicepresidente Ejecutivo

En Mall Plaza nos gusta asumir desafíos. Creemos que el plantearnos nuevas metas es la mejor manera para trabajar con entusiasmo y contagiar a un equipo decidido a innovar permanentemente con el fin de aportar a una mejor calidad de vida para quienes visitan nuestros centros comerciales. Ese ímpetu es el que nos ha convertido en un grupo con presencia regional.

Este año 2014 no fue la excepción. Nuestro principal desafío fue poner a disposición de las personas nuevos espacios de encuentro. Es así, como en noviembre del 2014 inauguramos en Chile, Mall Plaza Copiapó, el primer centro comercial de la Región de Atacama, una zona con gran crecimiento y que anhelaba contar con espacios de calidad que les entregasen nuevas alternativas de entretenimiento, cultura, servicios y comercio.

Mall Plaza Copiapó es el primer mall diseñado en forma sustentable en regiones. En él promovemos la energía fotovoltaica y el uso eficiente del agua. Su construcción dio nueva vida a la zona sur de la ciudad, en donde se generó el mayor cambio urbano de los últimos 50 años, modernizando sus accesos y generando una nueva infraestructura vial. No quisiera dejar de mencionar el importante aporte como fuente laboral que Mall Plaza Copiapó hace a la ciudad, así como su atractiva propuesta de valor que lo convierte en un espacio público de calidad para miles de familias.

En Santiago, en tanto, concretamos la renovación de Mall Plaza Oeste, que incluyó la apertura del proyecto Aires, una zona de tendencias que acercó a este mercado una propuesta de moda con marcas altamente reconocidas y valoradas. Junto a lo anterior, la Laguna de Mall Plaza Oeste, vino a transformar la propuesta de gastronomía, entretenimiento y esparcimiento familiar, ofreciendo una atractiva zona, con áreas verdes rodeada de la mejor oferta gastronómica internacional. Gracias a esto, los habitantes de las comunas de Cerrillos y Maipú cuentan ahora con un nuevo espacio de encuentro y entretenimiento.

Mall Plaza Egaña, por su parte, tuvo un año de consolidación inaugurando la zona segmentada ProSport, el centro gastronómico-cultural Casa Maroto y diversas tiendas especializadas. Su propuesta cultural, de servicios y mix comercial ha demostrado estar en permanente sintonía con sus visitantes.

En Concepción, mejoramos la experiencia de los visitantes de Mall Plaza Trébol al concretar la remodelación y ampliación del Food Court, la que considera 26 locales.

Nuestro sostenido crecimiento en Perú se ha visto reflejado en nuevas ampliaciones de Mall Aventura Plaza Bellavista y Mall Aventura Plaza Trujillo, transformando estos centros comerciales en los líderes de sus mercados. El fortalecimiento de su oferta de retail, la introducción de

nuevas tiendas por departamento y la incorporación de una oferta de salud, educación y deporte, ha permitido aumentar considerablemente la superficie de metros cuadrados arrendables y ha constituido nuestros malls de Perú en verdaderos centros urbanos, altamente valorados por la comunidad.

Durante este periodo, desarrollamos importantes iniciativas culturales de nivel internacional como "Más Pianos a mi Ciudad" y el musical "Blanca Nieves", marcando una importante innovación en la industria y cautivando a nuestros visitantes.

En Colombia, Mall Plaza El Castillo se consolida como el preferido de Cartagena de Indias; prueba de esto es la obtención del destacado reconocimiento FIABCI 2014, premio otorgado a los proyectos que ilustran la excelencia en desarrollo inmobiliario. En el aspecto cultural, la presentación del espectáculo musical "Delirio" sorprendió a más de 1.400 personas que pudieron disfrutar de él en forma gratuita.

Estos hitos, en los tres países donde estamos presentes, fueron acompañados de un fortalecimiento interno muy importante, pues nuestro equipo es el ADN de nuestros proyectos. Juntos, con pasión y profesionalismo, buscamos innovar permanentemente y abrir espacios para que todos puedan crecer y desarrollarse como personas y profesionales. Por ello, recibimos con mucho orgullo y alegría el reconocimiento de estar dentro de las 40 mejores empresas para trabajar en Chile, según Great Place To Work.

No quisiera dejar de mencionar las diferentes causas con las cuales contagiamos a la ciudad. "Soy Cero % Plástico", "La Energía la pones tú", "La Cultura nos mueve" y "Más pianos a mi ciudad", fueron la mejor expresión de nuestro deseo de ir más allá en búsqueda de fenómenos sociales que provoquen un cambio de mentalidad en las personas. Buscamos aportar a una ciudad más inclusiva, respetuosa, con sentido, que promueva causas que nos movilicen y que tiene a la cultura y el arte como la mejor expresión de lo que le sucede a sus habitantes.

No me cabe la menor duda que durante el 2015 volveremos a desafiarlos. Seguir con la construcción de proyectos fundamentales para nuestro crecimiento tales como Mall Plaza Los Domínicos y Puerto Barón en Chile; Cayma en Perú; Barranquilla y Manizales en Colombia, los cuales nos permitirán seguir desarrollando espacios públicos innovadores, insertados respetuosamente en su entorno y que incorporan a las personas como parte esencial de su funcionamiento.

**FERNANDO DE PEÑA YVER**  
Vicepresidente Ejecutivo



**FERNANDO  
DE PEÑA YVER**

Vicepresidente  
Ejecutivo



02

Hitos

# Nuestros números 2014

## HITOS

- Inauguración Mall Plaza Copiapó
- Aperturas Zona Aires y Laguna de Mall Plaza Oeste
- Nuevas ampliaciones en Mall Aventura Plaza Bellavista y Mall Aventura Plaza Trujillo
- Mall Plaza El Castillo: referente arquitectónico en Cartagena de Indias
- Incorporación de un nuevo centro comercial en la zona de Cayma, Arequipa

## Principales cifras financieras

### VENTAS EN NUESTROS CENTROS COMERCIALES

**MM US\$ 5.127**

9% superior a las del año pasado

### INGRESOS

**MM US\$ 373,4**

18% más que en el período anterior

### EBITDA

**MM US\$ 303,7**

Crecimiento del 20%, respecto a 2013

### UTILIDAD

**MM US\$ 137,3**

\*Cifras en dólares al tipo de cambio del 31 de diciembre del 2014

## Principales razones financieras

### PASIVOS / PATRIMONIO

**1,02x**

### ACTIVOS LIBRES DE GARANTÍAS / DEUDA FINANCIERA NETA

**2,95x**

### DEUDA FINANCIERA NETA / EBITDA

**4,44x**

### PASIVO CORRIENTE / PASIVO TOTAL

**12,6%**

### MARGEN EBITDA

**81,3%**

### CLASIFICACIÓN DE RIESGO

**AA(CI) Fitch Rating**

**AA(CI) Humphreys**

“

El desarrollo de Mall Plaza  
está sustentado en la vocación por mantenerse  
conectado con las personas,

por su gran capacidad de crecimiento,

por una alta eficiencia

y sostenibilidad a través del tiempo

”



Hitos 2014

# 2014

*Damos vida a tu ciudad*

En Chile, Perú y Colombia Mall Plaza entregó nuevos espacios de encuentro y entretenimiento de la más alta calidad a los más de 280 millones de personas que visitaron sus centros comerciales durante el año 2014. La clave del éxito obtenido ha sido insertarse en las ciudades buscando agregar valor y dinamismo, para así transformar positivamente la vida de las personas entregando experiencias únicas y sorprendentes.



2014 es un año marcado por las renovaciones, ampliaciones y apertura de nuevos mercados.

Chile  
2014

Dentro de los hitos del periodo es relevante destacar que en Santiago, Mall Plaza Egaña vio consolidada su oferta comercial con la apertura de nuevas tiendas y de la zona ProSport, además de la inauguración del centro cultural gastronómico Casa Maroto; mientras que Mall Plaza Oeste concretó la apertura del Proyecto Aires / Laguna, revitalizando un espacio con la mejor oferta de moda y gastronomía internacional.

En tanto, en regiones se concretó la inauguración de Mall Plaza Copiapó, el primer centro comercial sustentable de la Región de Atacama, y la remodelación del Food Court de Mall Plaza Trébol, en la Región del Biobío.

Chile  
2014



#### MALL PLAZA COPIAPÓ **MÁS VIDA A COPIAPÓ**

El 14 de noviembre, Mall Plaza marcó un hito en la ciudad de Copiapó al abrir las puertas del primer centro comercial sustentable en la capital de la Región de Atacama.

Con una propuesta comercial atractiva y más de 70 tiendas, la apertura de Mall Plaza Copiapó significó para los habitantes de la ciudad disponer de un nuevo espacio de encuentro, de entretenimiento y de cultura que busca mejorar sustancialmente su calidad de vida.

Mall Plaza Copiapó es además el primer centro comercial construido bajo criterios sustentables fuera de la Región Metropolitana. Está en proceso de contar con una certificación LEED SILVER, que privilegia la generación de energía fotovoltaica e incorpora las últimas tecnologías disponibles en el mercado para eficiencia energética y uso adecuado del agua.

Pero el aporte de Mall Plaza Copiapó trasciende aún más, porque significó no sólo una nueva e importante fuente laboral para los habitantes de la ciudad, sino que permitió a Mall Plaza ser parte del mayor cambio vial en los últimos 50 años, revitalizando una zona crucial para los copiapinos. Así, gracias a la apertura de Mall Plaza Copiapó, la ciudad tiene nueva infraestructura, entregando un espacio renovado y acorde al creciente desarrollo urbano.

Mall Plaza Copiapó se ubica en el sector sur de la ciudad, una zona que previo a su apertura tenía un gran déficit de infraestructura, pero que gracias a la llegada de Mall Plaza cuenta ahora con dos nuevos puentes, mejores conexiones viales, amplias avenidas, una ciclovía y nuevas áreas verdes.

Chile  
2014

#### MALL PLAZA OESTE **UNA LAGUNA EN TU CIUDAD**

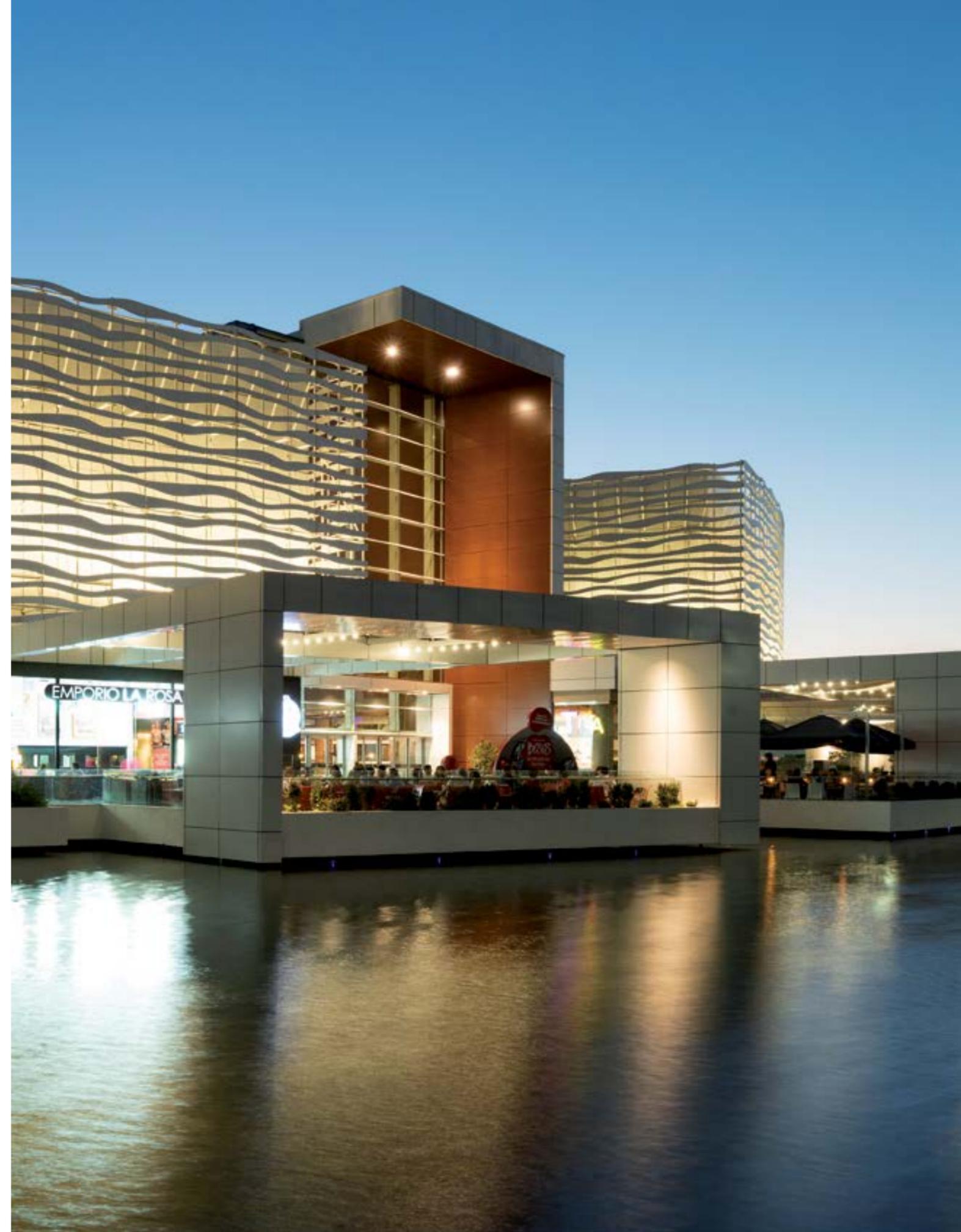
Durante el 2014 Mall Plaza Oeste se relanza con una nueva zona de grandes marcas y una laguna que reúne a grandes exponentes de la gastronomía nacional e internacional.

Los vecinos de comunas como Cerrillos y Maipú disfrutaban desde 2014 de un nuevo espacio público en la zona poniente de la ciudad de Santiago. Se trata de una gran laguna artificial de 3.500 m<sup>2</sup> rodeada de un moderno paisajismo, con nuevas áreas verdes, juegos para niños y la mejor oferta gastronómica.

Mall Plaza Oeste fue abierto en 1994, siendo el segundo centro comercial de la cadena en Chile. Con esta ampliación se transforma en un espacio urbano completamente renovado que ofrece una experiencia de clase mundial, invitando a disfrutar a los visitantes de una hermosa vista junto a un distrito gastronómico con destacados restaurantes nacionales e internacionales. La renovación incluyó un área total de 14.000 m<sup>2</sup>.

Mall Plaza Oeste es un referente de moda y tendencia en su mercado. Junto al desarrollo de la laguna y su distrito gastronómico se inauguró la zona Aires, espacio que reúne a las principales marcas de moda. Lo anterior, permitió la incorporación de 30 nuevas marcas nacionales e internacionales entre las que destaca la llegada de Forever21, Merrell, Studio F y Tommy Hilfiger, entre otras.

**Reflejar las características de las plazas públicas es el objetivo de Mall Plaza. Todo el diseño, la materialidad y el paisajismo fueron hechos con la intención de que se perciba como un lugar abierto, caminable, en el que las personas puedan vivir experiencias de encuentro y sociabilización únicas.**





Chile  
2014

## MALL PLAZA EGAÑA SE CONSOLIDA

Mall Plaza Egaña, el primer centro comercial sustentable de Chile, ha sido recibido por sus visitantes como un espacio de encuentro amigable con el medio ambiente en donde se conjugan la cultura, la entretención, la gastronomía y las últimas tendencias de la moda, contando con marcas internacionales tales como Swarovsky, Mango, He, Zara, Saville Row, entre otras.

Los visitantes valoran su diseño urbano permeable y transparente, donde se prioriza la eficiencia energética, el cuidado del agua, el uso de materiales nobles, la existencia de puntos limpios y el fomento al uso de las bicicletas como un medio de transporte más sustentable. Parte de estas características le permitieron obtener la pre-certificación LEED (Leadership in Energy & Environmental Design) por su diseño sostenible en la categoría Oro. Esta certificación internacional de carácter voluntario busca avanzar en una mejora global en el impacto medioambiental.

**Mall Plaza Egaña no sólo es pionero en sustentabilidad, también lo es en tendencias. 2014 fue su año de consolidación gracias a una oferta comercial amplia y conectada con las tendencias, inaugurando la zona segmentada ProSport y diversas tiendas especializadas.**

La propuesta comercial de Mall Plaza Egaña ha dado un rol protagónico a la cultura, prueba de ello es la restauración de Casa Maroto, un Inmueble de Conservación Histórica que data de 1920, que ha sido habilitada como centro gastronómico – cultural en donde funciona el tradicional Club de Jazz de Santiago. Además, para

potenciar esta oferta cultural y de entretención, próximamente se inaugurará la primera sala de cine Imax del país y una gran azotea urbana que reunirá a los principales restaurantes de Chile.

Mall Plaza Egaña cuenta con el mayor ciclero privado del país para

**900**  
bicicletas

El moderno e inédito Bike Center de Mall Plaza Egaña está a cargo del colectivo ciudadano Bicicultura. En él "además de la custodia de bicicletas" se entrega una asesoría a los ciclistas en temas o dudas que estos puedan tener. Quienes están a cargo del Bike Center han recibido capacitación en mecánica básica para bicicletas, aspectos de la ley de tránsito y seguridad vial. El servicio es completamente gratuito.

Chile  
2014

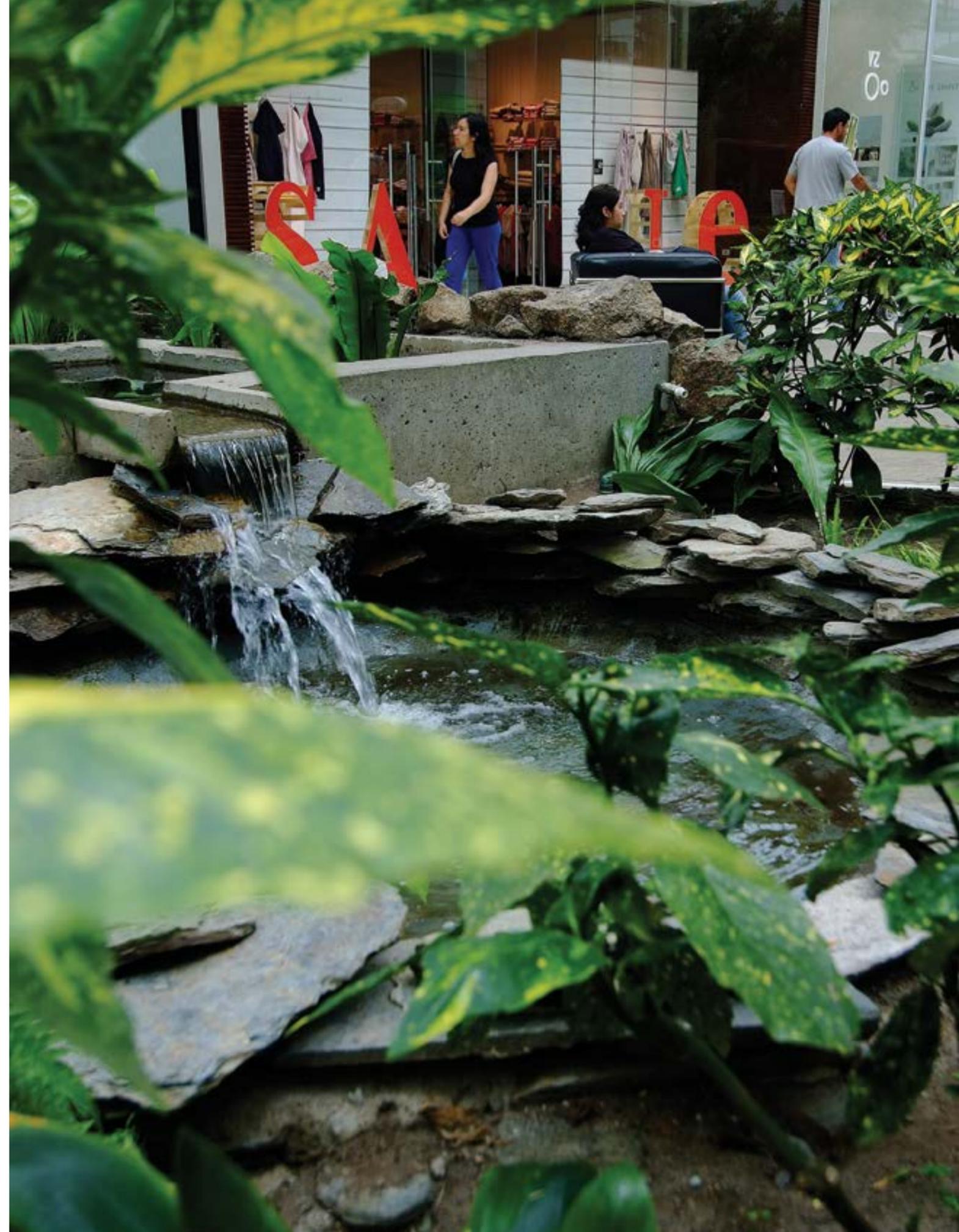
MALL PLAZA TRÉBOL

### UNA NUEVA EXPERIENCIA GASTRONÓMICA

Mall Plaza Trébol se encuentra ubicado entre las comunas de Concepción y Talcahuano. Fue el primer centro comercial construido en la ciudad contando con un liderazgo indiscutido desde sus comienzos y creciendo permanentemente al ritmo de la evolución del mercado penquista, transformándose en un gran centro urbano y referente de la ciudad.

En la búsqueda permanente de mejorar los espacios y la experiencia de los visitantes, durante 2014 Mall Plaza Trébol concretó la ampliación del Food Court alcanzando 26 locales, lo que se traduce en una capacidad para 1.500 personas.

Dentro de su propuesta destaca Aires, donde se congregan las principales marcas nacionales e internacionales, entre las que se encuentran; TOUS, Zara, Columbia, Hugo Boss, Brooks Brothers, Guess, entre otras. Una atractiva oferta gastronómica en el sector conocido como Las Terrazas; la recientemente inaugurada zona de ProSport, diseñada y pensada para los fanáticos del deporte con reconocidas marcas de clase mundial y una propuesta cultural que incluye museo y biblioteca pública.





# Perú

## 2014

Los centros comerciales que Mall Plaza administra en Perú han sido un gran aporte al desarrollo y crecimiento de las ciudades en las que se encuentran, convirtiéndose en verdaderos centros urbanos, con servicios y nuevas opciones de entretenimiento que mejoran la experiencia de sus visitantes.

La oferta actual se complementará con un quinto centro comercial, ubicado en la zona de Cayma de la ciudad de Arequipa, el cual iniciará una importante remodelación lo que le permitirá contar con nuevos y mejores espacios para sus visitantes.

### **TRANSFORMÁNDONOS EN VERDADEROS CENTROS URBANOS**

La propuesta de Mall Plaza en Perú vivió una importante consolidación durante 2014. La ampliación de su oferta comercial y de servicios, además de la concreción de los proyectos de expansión, permitió transformar a los centros comerciales en centros urbanos integrados.

Es así entonces que se destaca la ampliación de Mall Aventura Plaza Trujillo y Mall Aventura Plaza Bellavista, los cuales aumentaron sus metros cuadrados arrendables en un 21% y 14%, respectivamente. En tanto, la oferta comercial de ambos centros comerciales se vio reforzada y celebró la incorporación de la multitienda Paris.

Por último, cuatro de los centros comerciales que Mall Plaza administra en Perú concretaron la incorporación de centros de atención médica a su oferta de servicios, en una decisión que fue positivamente recibida por la comunidad.



Perú  
2014

### **NUEVO CENTRO COMERCIAL EN CAYMA, AREQUIPA**

Un nuevo centro comercial en Cayma se incorpora en la cadena a fines del 2014 como el segundo Mall Aventura Plaza en la ciudad de Arequipa. Se encuentra ubicado en la zona de Cayma, sector que se ha transformado en el polo comercial y financiero de esta ciudad en medio de las urbanizaciones más modernas de la sociedad arequipeña, donde se encuentran ubicados los referentes de moda.

Mall Aventura Plaza Cayma considera un importante proyecto de ampliación buscando responder a los anhelos de este mercado. De esta manera los arequipeños podrán disfrutar de lo mejor en gastronomía, entretenimiento, cultura y así como también, de las últimas tendencias de la moda.

*En su permanente innovación y búsqueda por mejorar las experiencias de sus visitantes, Mall Plaza concretó la apertura de un boulevard gastronómico en Mall Aventura Plaza Bellavista.*



# Colombia

2014

Mall Plaza El Castillo obtuvo un importante reconocimiento urbanístico. El centro comercial ubicado en las inmediaciones del monumento histórico Castillo San Felipe en Cartagena de Indias, se ha transformado en un nuevo referente en materia urbanística en la ciudad. La obra, de 26.306 metros cuadrados construidos, fue la gran ganadora del premio a la excelencia que entrega la Federación Internacional de Profesiones Inmobiliarias, FIABCI.

## URBANISMO DE EXCELENCIA EN CARTAGENA DE INDIAS

Mall Plaza El Castillo, es el primer centro comercial de la Cadena Mall Plaza en Colombia. Inaugurado el 2013, se encuentra en la turística ciudad de Cartagena de Indias. Su ubicación, sobre la avenida principal de la ciudad en la calle Pedro de Heredia a pasos del centro histórico de la ciudad, rodeado de manglares y con una vista privilegiada al histórico Castillo de San Felipe, lo transforma en un lugar sorprendente con un entorno inigualable.

Mall Plaza El Castillo cuenta con una propuesta de valor única para la ciudad, la cual introdujo muchas novedades al mercado como Falabella, Pepe Ganga, Home Sentry, Mac Center, Tous, Hush Puppies y otras. Además de ello se incorporaron al mix las marcas más importantes presentes en el mercado como Jumbo, Studio F, La Riviera, Velez, Pilatos, Celio, Gef, Punto Blanco, Adidas y muchas más, logrando la propuesta más robusta de Cartagena.



03

24 Años de historia

# 24 años de historia



## 2014

### *Nuevos espacios de encuentro*

En Chile, destaca la apertura del primer centro comercial de Copiapó, la inauguración de la Laguna de Mall Plaza Oeste así como de un nuevo Aires en este centro comercial y un nuevo food court en Mall Plaza Trébol. En Perú se incorporan centros médicos, así como la multitienda Paris llega a Mall Aventura Plaza Trujillo y Mall Aventura Plaza Bellavista.

Un nuevo centro comercial se incorpora a la cadena a fines de 2014, Mall Aventura Plaza Cayma, en Arequipa, Perú.

## 2013

### *Consolidación en Latinoamérica*

Se abren las puertas del primer centro comercial sustentable de Chile: Mall Plaza Egaña. Adicional a esto Mall Plaza adquiere Mall Las Américas, ubicado en la ciudad de Iquique. En Cartagena de Indias, Colombia, se inaugura Mall Plaza El Castillo. En Perú se enriqueció la propuesta de valor de Mall Aventura Plaza Bellavista y de Mall Aventura Plaza Trujillo.

## 2012

### *Nuevos centros comerciales en Perú y Chile*

Mall Aventura Plaza Santa Anita se inaugura en Perú siendo el primer mega centro comercial de la zona este de Lima y el cuarto de la cadena Mall Aventura Plaza en el país. Con una inversión de 85 millones de dólares se inaugura en Chile, Mall Plaza Mirador Biobío.

## 2011

### *Expandiendo fronteras*

Se inician las construcciones de cuatro centros comerciales en Latinoamérica: Mall Plaza Egaña, el primero del grupo ubicado en el sector oriente de Santiago de Chile; Mall Plaza Mirador Biobío, el tercero de la compañía en la Región del Biobío; Mall Santa Anita en Lima, Perú y Mall Plaza Castillo en Cartagena de Indias, Colombia.

## 2010

### *Dos décadas de éxitos*

Mall Plaza celebra sus 20 años como la principal cadena de centros comerciales de Chile. Ese año también inaugura Mall Aventura Plaza Arequipa, su tercer centro comercial en Perú y anuncia su próximo ingreso a Colombia.

## 2009

### *Confianza del sector financiero*

Por primera vez la empresa incursiona en el mercado de capitales chilenos con una exitosa emisión de bonos corporativos. Además en la Región de Antofagasta, se concreta la incorporación de Mall Plaza Calama a la cadena.

## 2008

### *Primer centro comercial vertical de Chile*

En Santiago de Chile, Mall Plaza realiza dos grandes aperturas: en Estación Central debuta Mall Plaza Alameda, transformándose en el primer centro comercial vertical del país, mientras que en la comuna de San Bernardo abre sus puertas Mall Plaza Sur. En tanto, en la ciudad de Lima en Perú, la compañía sigue avanzando en su trazado internacional con Mall Aventura Plaza Bellavista.

## 2007

### *Internacionalización y nuevas propuestas*

Comienza la internacionalización con una primera apuesta en el mercado peruano: Mall Aventura Plaza Trujillo. En Chile, el grupo se mantiene fiel a su principio innovador y destina un sector del centro comercial Mall Plaza Trébol para crear "Aires", un espacio de moda, diseño y tendencias.

Desde 1990, año en que se puso la primera piedra en Mall Plaza Vespucio, en la comuna de La Florida en Chile, hasta hoy, la compañía cuenta con un liderazgo en Latinoamérica al entregar espacios urbanos que, desde su diseño a la operación, interpretan los anhelos de las personas.

# 24 años de historia



## 2006

### *Compromiso con la ciudadanía*

Gracias a una alianza público-privada se recupera el borde costero de la ciudad de Antofagasta, a través de la apertura de Mall Plaza Antofagasta. Su propuesta de tiendas y terrazas frente al mar lo posiciona como uno de los lugares preferidos de los antofagastinos, representando hoy el punto de compra, encuentro y entretenimiento más visitado del norte grande de Chile.

## 2004

### *Lanzamiento de nuevo distrito gastronómico*

Debuta "Las Terrazas", un nuevo concepto que combina entretenimiento y gastronomía. Dos centros comerciales en Santiago dan el puntapié inicial a este proyecto: Mall Plaza Vespucio y Mall Plaza Norte.

## 2003

### *Fomento a la lectura*

Se inaugura la primera Biblioteca Viva en Mall Plaza Vespucio, espacio único en su tipo en Latinoamérica. Además se concreta la apertura de Mall Plaza Norte, un nuevo espacio que revitalizó la comuna de Huechuraba. En tanto en la octava región de Chile abre sus puertas Mall Plaza Los Ángeles.

## 2001

### *Pioneros en entretenimiento*

El primer y más completo centro de entretenimiento bajo techo se inauguró este año en Mall Plaza Vespucio. La iniciativa incluye una sala de exposiciones del Museo Nacional de Bellas Artes y otra para recitales de la Sociedad Chilena de Derecho de Autor (SCD). También hay cines, cafés restaurantes y Fun Center con juegos para niños.

## 2000

### *A todo motor*

Con AutoPlaza el grupo inicia el cambio de siglo poniendo su firma innovadora. En Mall Plaza Oeste, en Santiago de Chile, nace el primer centro automotor del país, que agrupa y comercializa las principales marcas de vehículos.

## 1998

### *Llegando a más chilenos*

La llegada de Mall Plaza Tobalaba, en la comuna de Puente Alto, y Mall Plaza La Serena, en la Región de Coquimbo, amplían las fronteras chilenas del grupo. En Santiago, en tanto Mall Plaza Vespucio incorpora un centro médico, respondiendo con ello a las necesidades de la comunidad.

## 1995

### *Primeros pasos fuera de Santiago*

Mall Plaza llega a la región del Biobío con Mall Plaza Trébol, el primer centro comercial fuera de Santiago, que marca el inicio de las futuras operaciones de la empresa en regiones.

## 1991-94

### *Sólida apuesta innovadora*

La incorporación de un boulevard de servicios, multicines y la primera zona de juegos infantiles son los conceptos innovadores que trae Mall Plaza para transformar los esquemas en el incipiente mercado de centros comerciales de Chile. En 1994, en Santiago, se inaugura Mall Plaza Oeste, en la comuna de Cerrillos.

## 1990

### *El sueño se hace realidad*

Con la primera piedra de Mall Plaza Vespucio, en el corazón de la comuna de La Florida, se inicia la historia de Mall Plaza. Rápidamente se transforma en un espacio urbano de encuentro, de oferta de productos y servicios. Incorporando en su propuesta el primer patio de comidas, en Chile. Concepto moderno que marca tendencia en la industria.

“

Para la consolidación de Mall Plaza en Latinoamérica ha sido fundamental su exitoso modelo de negocio, su búsqueda permanente de la eficiencia y de la innovación, su compromiso con la sostenibilidad y contar con un equipo humano de excelencia

”



Somos Mall Plaza,  
una empresa regional

El equipo humano de Mall Plaza es el motor de crecimiento de la compañía. Se trata de más de 35.000 personas que trabajan directa e indirectamente en los centros comerciales, quienes con talento y una fuerte vocación de servicio dan cada día lo mejor de sí para entregar una experiencia de visita memorable

Desarrollamos espacios públicos para nuestras comunidades entregándoles experiencias de valor, que contribuyan a mejorar su calidad de vida.

En Latinoamérica  
todos vamos a la misma plaza

Mall Plaza es una compañía orgullosa de su sólido y sostenido crecimiento. Sus 21 centros comerciales ubicados en Chile, Perú y Colombia son la mejor carta de presentación del trabajo realizado.

## Colombia

Mall Plaza El Castillo

## Perú

Mall Aventura Plaza Trujillo  
Mall Aventura Plaza Bellavista  
Mall Aventura Plaza Santa Anita  
Mall Aventura Plaza Arequipa  
Nuevo Mall en Cayma, Arequipa

## Chile

Mall Las Américas Iquique  
Mall Plaza Calama  
Mall Plaza Antofagasta  
Mall Plaza Copiapó  
Mall Plaza La Serena  
Mall Plaza Norte  
Mall Plaza Alameda  
Mall Plaza Vespucio  
Mall Plaza Sur  
Mall Plaza Oeste  
Mall Plaza Egaña  
Mall Plaza Tobalaba  
Mall Plaza Trébol  
Mall Plaza Mirador Biobío  
Mall Plaza Los Ángeles



Un estilo diferente de hacer las cosas

### NUESTROS RECONOCIMIENTOS

Durante 2014 Mall Plaza fue reconocida en ámbitos de sustentabilidad, relaciones con sus trabajadores y sus clientes. Todos estos premios avalan un estilo de trabajo y co-creación que distinguen a esta compañía.

## Entre las 40°

MEJORES EMPRESAS  
PARA TRABAJAR EN CHILE

Según la medición internacional Great Place To Work

## 14° lugar

EN EL RANKING MEJORES  
EMPRESAS PARA MADRES  
Y PADRES QUE TRABAJAN

Otorgado por El Mercurio y Fundación Chile Unido  
Categoría grandes empresas

## 6° lugar

MEDALLA DE ORO EN RANKING  
NACIONAL RESPONSABILIDAD  
SOCIAL EMPRESARIAL 2014

Fundación Prohumana, Chile

## 1° lugar

CATEGORÍA CENTROS COMERCIALES  
EN RANKING REPUTACIÓN  
CORPORATIVA 2013 – 2014  
HILL+KNOWLTON STRATEGIES

La Tercera y GfK Adimark

## 6° lugar

EN RANKING LÍDERES  
EN CAMBIO CLIMÁTICO 2013

Fundación Chile

## Premio Luces 2014

POR "BLANCA NIEVES, EL MUSICAL"

Diario El Comercio, Perú

## Premio

A LA INNOVACIÓN  
SUSTENTABLE 2013

Diario El Mercurio y Universidad Autónoma de Chile

## 1° lugar

ANDA SUSTAINABLE  
BRANDS AWARDS 2014

Categoría "Comunicación que crea conciencia  
sustentable 2014, por campaña "Soy 0% Plástico"

## Premio Plata

EFFIE AWARDS CHILE 2014  
CATEGORÍA MARKETING SOCIAL

Marcas Empresas

## Sello

DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

Otorgado por el Ministerio de Energía

## Premio FIABCI

MALL PLAZA EL CASTILLO

Categoría: Ejemplo de Renovación Urbana



**Crecimiento**

**Marca y  
Experiencia**

**Capital  
Humano**

*Pilares  
estratégicos*

**Innovación**

**Sostenibilidad**

**Eficiencia**



04

Crecimiento

Proyectos Innovadores

“

Nos mueve  
enriquecer la calidad de vida  
en las ciudades y aportar con sentido  
a la vida de las personas

”

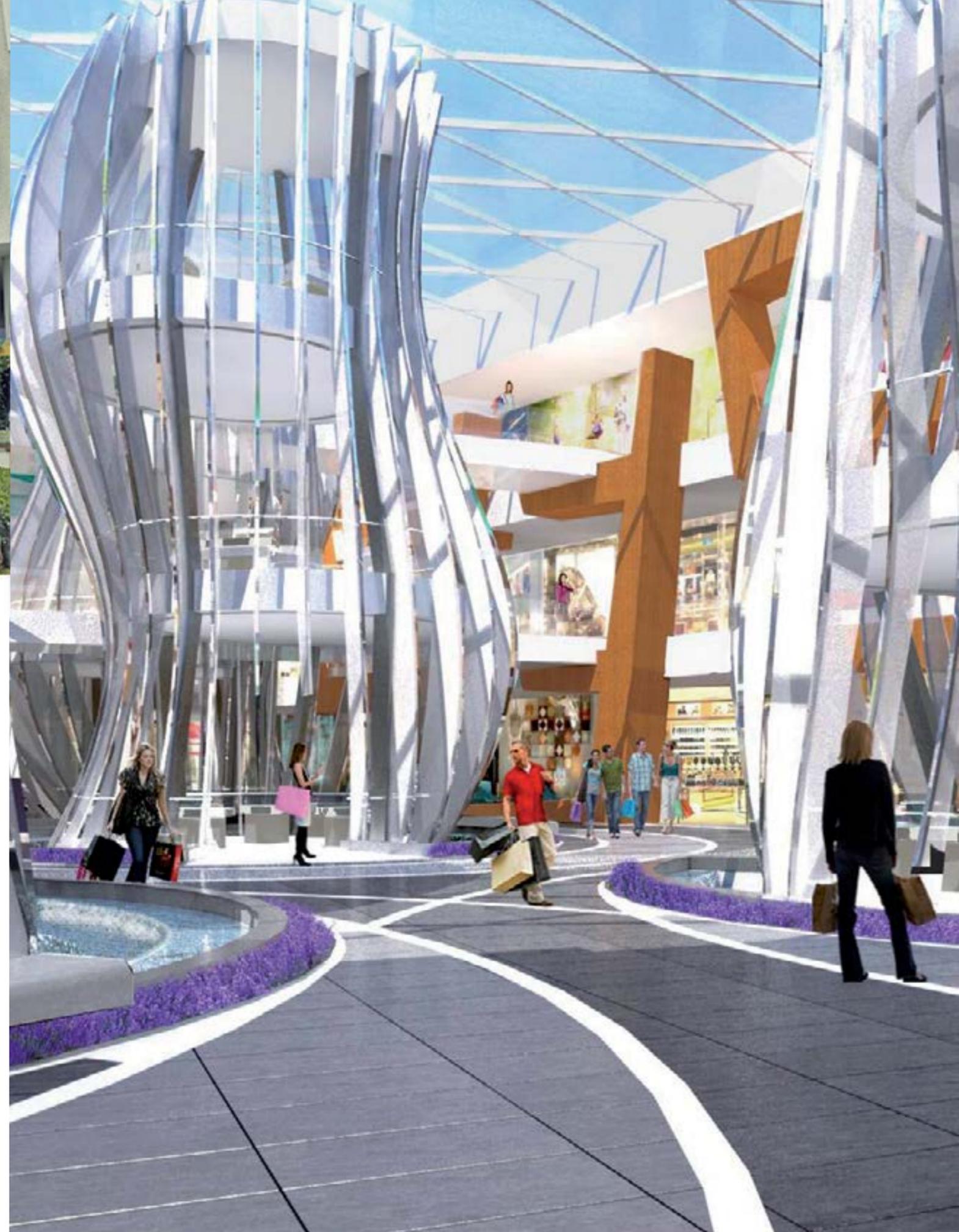
2015: Nuevos proyectos que  
consolidan una presencia regional



Durante 2015 Mall Plaza continuará con el desarrollo y construcción de cinco proyectos claves para su consolidación regional: Los Domínicos y Puerto Barón en Chile; Cayma en Perú, y Barranquilla y Manizales en Colombia.



Mall Plaza  
Los Domínicos  
Mz arrendables 90.647  
Inversión US\$218 millones



# Mall Plaza Los Domínicos

Chile

Emplazado en la comuna de Las Condes, Mall Plaza Los Domínicos apuesta a constituirse en el referente de vanguardia de centros comerciales, tanto por su arquitectura como por su propuesta de valor.

## Mirando Santiago desde las alturas

Ubicado en un área de influencia con fuerte componente del segmento ABC1 y C2, busca satisfacer los altos estándares de consumo de las familias de Las Condes y La Reina.

Es una propuesta innovadora, moderna, ubicada en la intersección de dos de las principales arterias del sector oriente de la capital (Avda. Cristóbal Colón y Avda. Padre Hurtado). Proyecto que al 31 de Diciembre del 2014 lleva un estado de avance del 76% de la inversión considerada.

### Mix Comercial

- Falabella
- Ripley
- Homecenter
- Hipermercado Tottus
- Zona grandes marcas (Aires)
- Zona automotora (Autoplaza)
- Centro Médico
- Cine Hoyts
- Zona gastronómica (Las Terrazas)

- > Congrega las mejores marcas del mundo, segmentadas en distritos temáticos que apuntan a sorprender a los futuros consumidores.
- > Edificio de arquitectura de vanguardia, rodeado por un parque que lo constituirá en el mirador de la ciudad.
- > Una potente propuesta cultural, a través de la Biblioteca Viva.
- > Zonas especializadas: Aires, sector que reúne las últimas tendencias en moda y diseño; Autoplaza, que ofrece la más completa oferta automotriz, servicios y financiamiento en un solo lugar; y Las Terrazas, sector que reúne las mejores restaurantes en un entorno natural que privilegia la vida al aire libre, la cultura y la entretenimiento.
- > Conexión con el transporte limpio, integrando una ciclo vía dentro de las áreas verdes que bordean el proyecto.
- > Contará con certificación LEED Silver o superior.



## Mall Plaza Puerto Barón

Chile

**El proyecto Mall Plaza Puerto Barón, ubicado en Valparaíso, V Región, será un gran aporte para la ciudad, ya que significa la recuperación de más de 12 hectáreas del borde costero, que se transformarán en un espacio de encuentro de los porteños con su mar.**

### Un lugar vivo y abierto al mundo

Mall Plaza Puerto Barón considera diversos espacios para rescatar la cultura de Valparaíso, su arte y literatura. Junto a esto entregará una amplia oferta gastronómica que se verá potenciada por la privilegiada vista al mar de sus restaurantes. Asimismo, Mall Plaza Puerto Barón contará con lo mejor de las tendencias ofreciendo marcas altamente valoradas por su mercado apuntando a transformarse en un imperdible para los habitantes de Valparaíso y los miles de turistas que llegan año a año atraídos por el encanto de la ciudad.

#### Mix Comercial

- Dos tiendas departamentales
- Hipermercado
- Mejoramiento del hogar
- Cine
- Centro cultural
- Zona gastronómica (Las Terrazas)
- Zona automotora (Autoplaza)

Se entregará a la comunidad un gran paseo de 840 metros de largo. Se habilitarán y entregarán cerca de 7 hectáreas de espacios de uso público abiertos y áreas verdes que la comunidad podrá disfrutar las 24 horas del día, todos los días del año. Entre ellas se encuentran, una gran ciclo vía y dos plazas públicas temáticas.

Se destaca de este proyecto la alianza público privada y la generación de empleo en la región.

Mall Plaza Puerto Barón lleva un estado de avance del 13% de la inversión considerada, al 31 de Diciembre del 2014.

## Mall Aventura Plaza Cayma

Perú

En la ciudad de Arequipa, Mall Aventura Plaza llegará con una segunda propuesta moderna, vanguardista, donde sus visitantes podrán disfrutar de lo mejor en gastronomía, entretención, cultura y así como también, de las últimas tendencias de la moda.

Ubicado en la zona de Cayma, zona que se ha transformado en polo turístico y financiero de esta ciudad, en medio de las urbanizaciones más modernas de la sociedad arequipeña y donde se encuentran los referentes de moda de la ciudad.

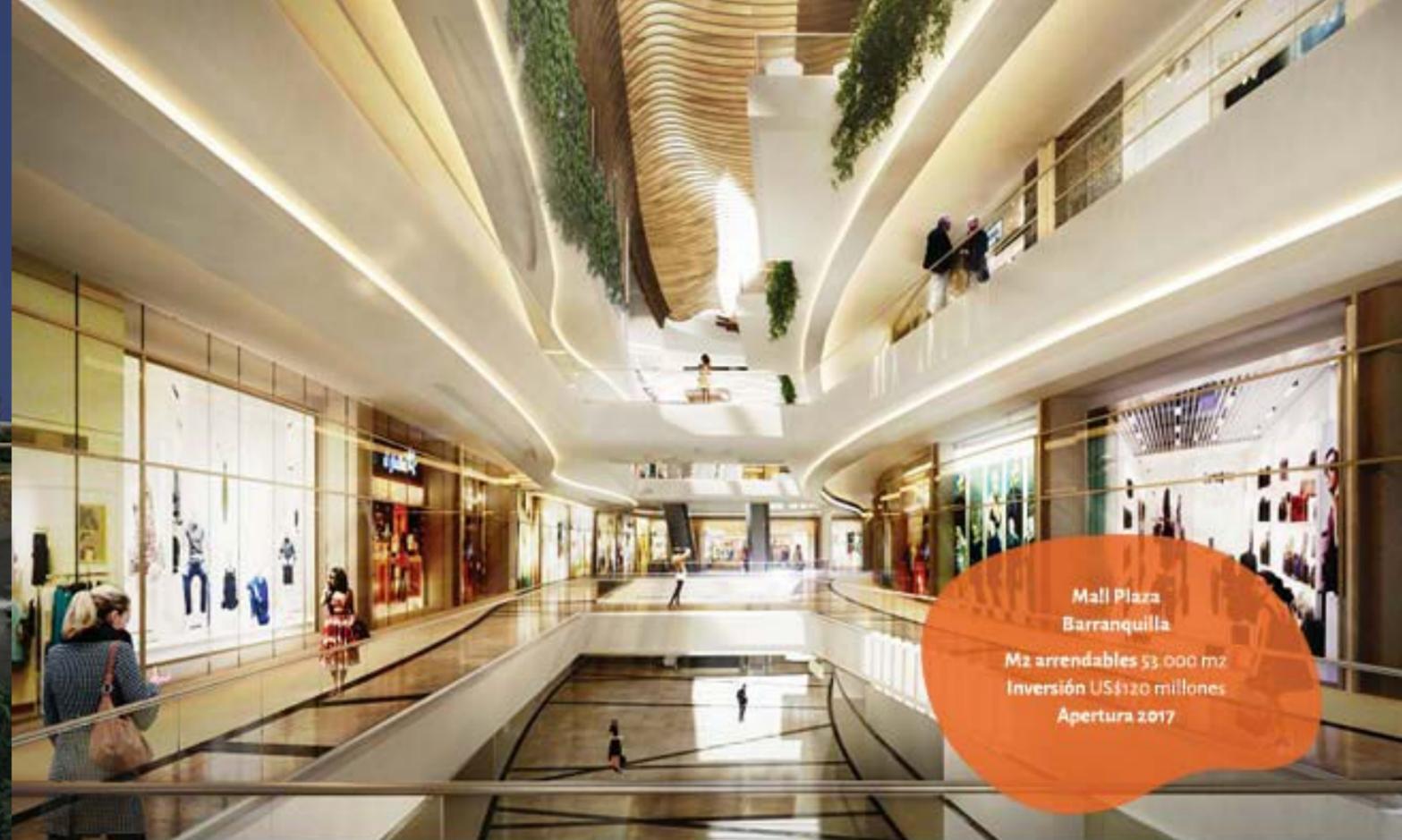
Mall Aventura Plaza Cayma lleva un estado de avance del 24% de la inversión considerada, al 31 de Diciembre del 2014.

#### Mix Comercial

- Saga Falabella
- Ripley
- Hipermercado Tottus
- Más de 100 tiendas especializadas
- Amplia zona de entretenimiento
- 5 nuevos restaurantes
- Complejo de cines
- Boulevard de servicios



Mall Plaza  
Manizales  
M2 arrendables 39.354 m2  
Inversión US\$95 millones  
Apertura 2017



Mall Plaza  
Barranquilla  
M2 arrendables 53.000 m2  
Inversión US\$120 millones  
Apertura 2017

## Mall Plaza Manizales

Colombia

Ubicado en una de las principales ciudades de Colombia, Mall Plaza Manizales se proyecta como el primer centro comercial de la cadena en el eje cafetero del país. Desarrollo que se realizará con la sociedad Faro Inmobiliario S.A.S., perteneciente a la familia Robledo.

Su ubicación sobre la avenida Del Río contará con un área arrendable de 39.000 metros cuadrados y tendrá una inversión de US\$95 millones aproximadamente, que al 31 de Diciembre del 2014 lleva un estado de avance del 10% de la inversión considerada. Esta nueva operación incorporará el primer Falabella de la ciudad, un hipermercado, más de 100 marcas nacionales e internacionales y una completa oferta gastronómica y de entretenimiento, convirtiéndolo en la propuesta comercial más atractiva de la ciudad.

### Mix Comercial

- Falabella
- Supermercado
- Cines
- Zona gastronómica
- Boulevard de servicios
- Tiendas especializadas

## Mall Plaza Barranquilla

Colombia

Ubicado en la cuarta ciudad más grande de Colombia con más de dos millones de habitantes. El centro comercial se emplaza en la zona de nivel socioeconómico más alto de Barranquilla y de mayor expansión de la ciudad.

En asociación con AS Construcciones, se realizará la tercera etapa de Centro Comercial Buenavista, el cual concentra la oferta comercial más importante y exitosa de la ciudad. Mall Plaza complementará la oferta comercial existente incorporando Falabella, Homecenter y las mejores marcas del mercado que recientemente ingresaron a Colombia.

Mall Plaza Barranquilla lleva un estado de avance del 20% de la inversión considerada al 31 de Diciembre del 2014.

### Mix Comercial

- Falabella
- Homecenter
- Cines



05

Marca y experiencia

Espacios de retail de clase mundial

“

Nos inspira  
ser una ventana al mundo  
para nuestros visitantes.

Buscando permanentemente

las últimas tendencias en gastronomía,  
deporte, cultura y moda

”



Las tendencias del mundo en tu plaza

Hoy Mall Plaza es una plataforma regional para los retailers. Su posición privilegiada dentro de los mercados de Chile, Perú y Colombia permite que muchas marcas internacionales e importantes empresas locales busquen llegar a sus millones de visitantes.

El éxito de 24 años de Mall Plaza se sustenta en la conexión con sus consumidores, lo que los impulsa a buscar alianzas con los principales operadores y marcas a nivel mundial. Asimismo, la presencia de Mall Plaza en Latinoamérica ha permitido que importantes marcas chilenas ingresen a otros mercados.

En línea con el objetivo de tener las mejores tendencias del mundo, Mall Plaza trajo a Chile al destacado fotógrafo internacional Nino Muñoz. Su misión, retratar a los visitantes de los centros comerciales quienes frente a su lente expresaron qué significaba para ellos la moda. La cámara de Muñoz se convirtió en testigo de las diversas formas en que las personas viven y entienden la moda y las tendencias.

Miles de personas participaron de la invitación de Mall Plaza, retratándose junto a la causa que los movilizaba. Con esta iniciativa, Mall Plaza logró conectarse con los anhelos de los ciudadanos de hoy.

La campaña "Las modas pasan, las posturas quedan" permitió que

**5 mil** personas se fotografiaron junto a la causa social que los moviliza.



# La oferta integral de Mall Plaza



**118**  
RESTAURANTES

**20**

HIPERMERCADOS

**39**

ZONAS DE JUEGO

**9**

BIBLIOTECAS PÚBLICAS

**176**

LOCALES DE AUTOPLAZA

**577**

LOCALES EN BOULEVARD DE SERVICIOS FINANCIEROS

**280**

RESTAURANTES EN PATIOS DE COMIDA

**11**

CENTROS DE EDUCACIÓN SUPERIOR

**14**

MEJORAMIENTO DEL HOGAR

**2.202**

TIENDAS ESPECIALIZADAS

**16**

GIMNASIOS

**98**

SALAS DE CINE

**51**

TIENDAS DEPARTAMENTALES

**3**

SALAS DE EXPOSICIÓN

**14**

CENTROS MÉDICOS

**15**

EDIFICIOS DE OFICINA

\*Considera los centros comerciales operados en Chile, Perú y Colombia.

“

Buscamos que miles de  
personas en Latinoamérica  
puedan vivir experiencias únicas  
los 365 días del año

”



Experiencia Mall Plaza  
innovación en espacios de retail de clase mundial

#### **INNOVACIÓN ZONAS ESPECIALIZADAS**

Desde hace 24 años, el equipo Mall Plaza crece y se desarrolla con un espíritu propositivo, el cual es el resultado de ser equipos innovadores, motivados, dispuestos a arriesgarse, a realizar cosas distintas, a sorprender día a día. Es así como nacieron las "Zonas especializadas", zonas que apuntan a enriquecer la propuesta de valor de sus centros, de acuerdo a las necesidades de sus visitantes y las tendencias del mundo.

Estas zonas son: Zona gastronómica Las Terrazas, Zona Aires, Zona AutoPlaza y Zona ProSport.

## Zona Gastronómica

Mall Plaza Antofagasta  
 Mall Plaza Oeste  
 Mall Plaza Vespucio  
 Mall Plaza Alameda  
 Mall Plaza Norte  
 Mall Plaza Tobalaba  
 Mall Plaza Trébol  
 Mall Plaza Mirador Bio Bio  
 Mall Plaza Copiapó

Mall Aventura Plaza Bellavista  
 Mall Aventura Plaza Arequipa  
 Mall Aventura Plaza Santa Anita

El sector llamado Las Terrazas es una propuesta única dentro de Mall Plaza. Es un lugar que reúne los mejores restaurantes, en un entorno natural que privilegia la vida al aire libre, la cultura y la entretención. Esta zona cuenta con una variada oferta gastronómica, espacios verdes al aire libre, piletas, cascadas de agua y música en vivo, donde las personas pueden disfrutar una experiencia memorable y entretenida. Las Terrazas tienen una arquitectura de vanguardia y es escenario para la mejor música, actividades y eventos culturales.

## Zona Aires

Mall Plaza Antofagasta  
 Mall Plaza La Serena  
 Mall Plaza Egaña  
 Mall Plaza Oeste  
 Mall Plaza Vespucio  
 Mall Plaza Trébol

Se trata de un concepto que reúne las últimas tendencias de la moda del país y de reconocidas marcas internacionales, en tiendas de vanguardia, ubicadas en espacios sofisticados que le brinda a los consumidores una experiencia única.

En 2014 se incorporó un nuevo Aires a la cadena, Aires Mall Plaza Oeste, acercando grandes marcas a las comunas de Cerrillos y Maipú.

Actualmente la cadena cuenta con seis Zonas Aires, a lo largo de Chile.

### Grandes marcas:

TOUS	Swarovsky
Hugo Boss	La Martina
Guess	GAP
Armani	Aldo
He by Mango	Studio F
Mango	Tommy Hilfiger
Zara	



## Zona AutoPlaza

### AUTOPLAZA:

Mall Plaza Calama  
Mall Plaza Antofagasta  
Mall Plaza La Serena  
Mall Plaza Egaña  
Mall Plaza Oeste  
Mall Plaza Vespucio  
Mall Plaza Alameda  
Mall Plaza Norte  
Mall Plaza Tobalaba  
Mall Plaza Sur  
Mall Plaza Trébol  
Mall Plaza Mirador Bio Bio

AutoPlaza es el centro automotor líder en Chile ocupando el primer lugar en el mercado de ventas de autos nuevos debido a que reúne la más amplia oferta automotriz, de servicios asociados y financiamiento en un sólo lugar.

En el 2014 obtuvo 16,5% de participación del mercado de autos nuevos, lo que equivale a 55 mil unidades vendidas.

AutoPlaza es una propuesta muy valorada, tanto por las marcas de automóviles como por los consumidores.

Durante este año, fue inaugurado AutoPlaza de Mall Plaza Egaña, incorporándose a los 15 ya existentes en Latinoamérica.

Por su parte, en Perú, MotorPlaza se consolida como uno de los centros automotrices más importantes del mercado. En ellos está la más variada oferta comercial de autos nuevos.

### MOTORPLAZA:

Mall Aventura Plaza Arequipa  
Mall Aventura Plaza Trujillo  
Mall Aventura Plaza Bellavista  
Mall Aventura Plaza Santa Anita

## Zona ProSport

Mall Plaza Egaña  
Mall Plaza Trébol

Esta zona ha sido diseñada y pensada en los fanáticos del deporte. La zona ProSport concentra toda la oferta deportiva y outdoor con reconocidas marcas de clase mundial, en un lugar diseñado para las personas amantes de la acción y de los desafíos. Además, constantemente es un punto de encuentro para el desarrollo de actividades, demostraciones y clínicas deportivas; así como también, competencias al aire libre, lo cual hace de ProSport un espacio único e innovador en su categoría.

### Grandes marcas:

Adidas  
Nike  
Lippi  
Columbia  
Merrell  
Trek  
Speedo  
Andesgear





06

Innovación  
Experiencias únicas

“

Con una propuesta  
innovadora y cercana  
nuestros centros urbanos  
invitan al encuentro

”



## Innovando en tu plaza

Hace 24 años la innovación ha sido uno de los pilares estratégicos de Mall Plaza y ha marcado su crecimiento. Permanentemente, la compañía busca sorprender con nuevas propuestas y proyectos que permitan estar conectados con sus visitantes y ofrecerles una experiencia única y cautivadora.

Es así que durante estos años de evolución, Mall Plaza ha sorprendido a la industria construyendo el primer centro comercial vertical en Chile y en la zona este de Perú, así como también innovó en la construcción y apertura del primer centro comercial sustentable de Chile, Mall Plaza Egaña.

La renovación de espacios también ha sido una característica de la gestión de Mall Plaza, la que durante 2014 se vio reflejada en la inauguración de la nueva laguna de Mall Plaza Oeste.

La innovación también ha estado presente en la oferta comercial de la cadena, especialmente, a través de las zonas especializadas: Aires, AutoPlaza, Las Terrazas y ProSport.



07

Eficiencia  
Desempeño de excelencia

OCIABILIZACIÓN Chile  
NOS INSPIRA  
BIEN  
A MA  
colomb  
Q1 cen  
comerc  
nas  
RÜ GH  
NOS INSPIRA CREAR  
LUGARES DE ENCUENTRO | COMERCIALES  
CENTROS  
LIGA

“

Mejorar los procesos para poder entregar una experiencia de visita extraordinaria que sorprenda a nuestros visitantes

”



Eficiencia

Para lograr los desafiantes objetivos de crecimiento del negocio, Mall Plaza cuenta con personas de alto potencial, focalizadas en los procesos críticos de la cadena de valor, cuyos resultados se miden de manera efectiva y constante.

Mall Plaza definió la eficiencia como uno de sus pilares estratégicos. Su modelo para este desafío tiene tres líneas clave de trabajo: personas, procesos críticos y medición y control.

# Modelo de Eficiencia

## Medición y control

Medición de procesos  
Gestión sobre drivers de los procesos

## Procesos críticos

Focalización en procesos críticos  
Mejoramiento de procesos de operaciones y construcción

## Personas

Equipos calificados y productivos  
Estructuras que sirvan a la estrategia regional

*El propósito es aumentar la eficiencia para entregar una experiencia de cliente memorable*

Por su vocación de empresa regional, durante el 2014 Mall Plaza desarrolló intensivas mejoras en sus servicios regionales contando, por ejemplo, con equipos humanos únicos y tecnologías de alta especialización para establecer procesos de estándar internacional en todos los países. El objetivo para 2015 es seguir mejorando en esta área y homologar procesos que permitan aumentar la eficiencia.

Se constituyó un equipo de abastecimiento estratégico con el cual se reforzaron las buenas prácticas con los proveedores, la gestión de pymes y el desarrollo de sus aliados más relevantes.

Sin duda, para concretar estos desafíos Mall Plaza pone su objetivo en el fortalecimiento de sus equipos de trabajo. Por ello, seguirá invirtiendo en la capacitación de sus colaboradores de modo de contar con profesionales comprometidos, de alto desempeño y motivados a mejorar el rendimiento del grupo.



08

Capital humano

La clave del éxito

“

Creemos que contar con  
grupos humanos motivados  
y realizados contribuye a lograr  
un mejor trabajo en equipo

”



Colaboradores  
en sintonía

Mall Plaza busca ser un gran lugar para trabajar con equipos de excelencia, motivados y realizados, en donde cada uno viva y disfrute la experiencia de estar en esta compañía construyendo relaciones de confianza y respeto, el sentido de pertenencia, el conocimiento de la trascendencia de su labor y la sostenibilidad.

Son 622 los colaboradores internos – que día a día – dan vida a Mall Plaza en Chile, Perú y Colombia, entregando lo mejor de cada uno para hacer de sus 21 centros urbanos, lugares de encuentro con la cultura y la entretención, donde las personas puedan vivir experiencias únicas y enriquecedoras.



## TRABAJAMOS FELICES, TRABAJAMOS EN EQUILIBRIO

Desde sus inicios, hace 24 años, las personas han sido un pilar fundamental de la compañía. Sus equipos de trabajo son el ADN de la organización, quienes con pasión, profesionalismo y compromiso han hecho de Mall Plaza una gran empresa para trabajar. Así lo ratifican los resultados en el ranking Great Place To Work que muestran que los colaboradores valoran y quieren a la compañía, porque sienten que tienen un espacio donde crecen, se desarrollan y comparten sus experiencias. Para Mall Plaza la co-construcción y participación activa de los colaboradores ha sido una pieza fundamental para recoger sus anhelos y desarrollar un estilo de trabajo altamente valorado.

Además, Mall Plaza se incorporó al Club IFREI (Índice de Empresas Familiarmente Responsables), herramienta que permite medir y evaluar la cultura organizacional. Los resultados ayudarán a Mall Plaza a analizar el nivel de Responsabilidad Familiar Corporativa.

### Número de colaboradores

	Mujer	Hombre	Total
<b>Chile</b>	237	238	475
<b>Perú</b>			
Aventura Plaza S.A.	50	50	100
MotorPlaza S.A.	3	2	5
<b>Colombia</b>	23	19	42
<b>Total</b>	<b>313</b>	<b>309</b>	<b>622</b>

Al 31 de diciembre de 2014

## CRECEMOS PROFESIONALMENTE

Para Mall Plaza contar con personas integrales es fundamental, por ello su permanente compromiso de entregar a sus colaboradores las herramientas necesarias para el crecimiento personal y profesional. Es así como su Modelo de Gestión por Competencias es conocido internamente como Mall Plaza Crece Contigo, y busca potenciar las competencias y talentos alineado a los pilares de la organización, en términos de cultura y objetivos estratégicos. Asimismo, Mall Plaza cuenta con un Programa de Talentos que busca potenciar a aquellas personas que representan fuertemente la cultura de la compañía, entregándoles nuevos conocimientos y herramientas para avanzar hacia nuevos liderazgos dentro de la organización.

El proceso de expansión y consolidación de Mall Plaza ha sido posible gracias a un equipo de colaboradores talentosos, altamente motivados y que buscan desafíos constantemente. Mall Plaza sabe que para cuidar ese grupo humano debe apoyarlos integralmente para crecer. Durante el año 2014 se destinaron 15.703 horas a capacitación de colaboradores en Chile, Perú y Colombia.

Un pilar fundamental para el desarrollo integral de los equipos es la Innovación, Mall Plaza organiza instancias específicas de encuentro que potencian las nuevas ideas, el progreso, la forma distinta de hacer las cosas. Se trata de encuentros con líderes nacionales e internacionales de diversas industrias que ilustran cuáles son las últimas tendencias, no sólo en el ámbito de centros comerciales, sino también en otros negocios. Durante 2014 más de

50 ejecutivos de la compañía compartieron experiencias con atractivos líderes del MOMA de New York y del GAM de Santiago, por nombrar a algunos, oportunidades que para esta compañía se transforman en un espacio creativo para las nuevas ideas.

Mall Plaza es una compañía donde cada persona es un emprendedor, cada uno -desde los distintos ámbitos- está desafiado a crear para que la propuesta de valor que la compañía ofrece a sus visitantes sea atractiva y única.

### Horas de capacitación

	2013	2014
<b>Chile</b>	13.197	14.563
<b>Perú</b>		
Aventura Plaza S.A.	496	932
MotorPlaza S.A.	0	54
<b>Colombia</b>	160	154
<b>Total</b>	<b>13.853</b>	<b>15.703</b>

Al 31 de diciembre de 2014

## MUJERES PROTAGONISTAS DE NUESTROS EQUIPOS

Mall Plaza trabaja constantemente por promover la incorporación femenina al interior de los equipos de trabajo de la Compañía. Así durante el año 2014, se alcanzó una contratación de 50,3% de mujeres, superando lo realizado en 2013.

Mujeres en Mall Plaza 2013 y 2014

Chile	Perú		Colombia	Total
	Aventura Plaza S.A.	MotorPlaza S.A.		
<b>47,3%</b> 2013	<b>53,1%</b> 2013	<b>66,7%</b> 2013	<b>55,3%</b> 2013	<b>48,9%</b> 2013
<b>49,9%</b> 2014	<b>50,0%</b> 2014	<b>60,0%</b> 2014	<b>54,8%</b> 2014	<b>50,3%</b> 2014





**S O Y  
0%  
PLAS  
TICO**



**S O Y  
0%  
PLAS  
TICO**

09

Comprometidos  
con la sostenibilidad  
juntos logramos el cambio

Comprometidos con la sostenibilidad



**1** Medio Ambiente

**2** Cultura

**3** Comunidad

**4** Centros  
Comerciales  
Sustentables

**5** Colaboradores

“

Mall Plaza crece  
de la mano de las comunidades  
donde se inserta

”



Creecemos de la mano de las personas

Somos actores relevantes en la sostenibilidad y en la Responsabilidad Social Empresarial: miembros del directorio de Chile Green Building Council.

Mall Plaza está convencido de que su aporte va más allá de los procesos y operación de centros comerciales. Es por ello, que su estrategia de sostenibilidad se sustenta en cinco pilares: Medio Ambiente, Cultura, Comunidad, Centros Comerciales Sustentables y Colaboradores.



## 1. Gestión Ambiental Responsable

En Mall Plaza nos sentimos orgullosos de ser líderes en sustentabilidad en la industria y de fomentar permanentemente acciones que promuevan el actuar conjunto para provocar cambios positivos que cuiden el medio ambiente.

Para Mall Plaza la sustentabilidad es un pilar fundamental que ha desarrollado en cada uno de sus centros comerciales, a través del fomento del reciclaje, de la eficiencia energética, de la promoción de energías renovables, de la educación medioambiental y de la medición de la huella de carbono, entre muchas otras iniciativas.

Una mirada conjunta con sus visitantes que busque el cuidado del medio ambiente le permite a Mall Plaza la posibilidad de generar vínculos de largo plazo y diferenciadores.

Mall Plaza ha sido pionero en implementar una gestión ambientalmente responsable en sus centros comerciales. Una de sus iniciativas es contar con un sistema de gestión integral de residuos, logrando reciclar el 25% de los residuos generados durante 2014, mejorando sustancialmente el 12% que se obtenía en el año 2013.

En materia de reducción del consumo energético ha implementado diversas iniciativas como la instalación de paneles fotovoltaicos, iluminación led, entre otras. Un ejemplo de ello fue en Mall Plaza Calama donde ha funcionado exitosamente la implementación de un innovador sistema de generación de energía fotovoltaica: se instalaron en el techo más de dos mil paneles solares, en una superficie aproximada de diez mil metros cuadrados, hoy este sistema produce un millón de kilowatts horas, los que se inyectan directamente al centro comercial.

El consumo energético de Mall Plaza disminuyó en

**4,1%**  
respecto del  
año 2013

El consumo de agua por visitante disminuyó a

**6,85 litros**

**25%**  
reutilización de residuos  
en nuestros centros comerciales

Además, todos los centros comerciales cuentan con la certificación ISO 50.001 de eficiencia energética, y se obtuvo la re-certificación ISO 14.001 en Gestión Ambiental de todos nuestros centros comerciales en Chile. Todas estas acciones fueron reconocidas durante 2014 por el Ministerio de Energía de Chile que entregó a Mall Plaza 8 distinciones del Sello Eficiencia Energética.

Mall Plaza se sumó a la hora del planeta en Chile, Perú y Colombia en donde fueron apagadas todas las luces no esenciales de los malls de la cadena, ahorrando la energía de más de 3.900 hogares.

Pero no sólo la energía es parte de las preocupaciones de Mall Plaza, también lo es el cuidado del agua, por eso durante 2014 se realizó una medición piloto de la huella de agua en Mall Plaza Vespuccio junto a Suizagua y Fundación Chile y se redujo el consumo de agua por visitante en todos los centros comerciales de la cadena.

## SOY CERO % PLÁSTICO

una invitación a reutilizar

Educar a través de acciones cotidianas respecto al cuidado del medio ambiente y de esa manera movilizar y provocar un cambio de mentalidad en la sociedad. Con esa idea surgió la campaña “Soy Cero % Plástico”, un llamado de Mall Plaza a usar bolsas reutilizables en las compras para así disminuir el creciente uso de aquellas de plástico.

La convocatoria tuvo gran éxito y se logró instalar la reutilización de bolsas como una causa nacional concientizando a miles de clientes en las prácticas de sustentabilidad y reciclaje.

“Soy Cero% Plástico” contó además con el destacado medioambientalista y músico argentino Charly Alberti como embajador internacional y con el apoyo del Ministerio de Medio Ambiente y de parlamentarios miembros de la Bancada Verde y de la Comisión de Medio Ambiente.

“Soy Cero% Plástico” es una invitación a actuar y a lograr un cambio de mentalidad que permita que nuestra cotidianeidad esté guiada por la responsabilidad medioambiental. Se distribuyeron más de 93.000 bolsas a lo largo de todos los centros comerciales en Chile.

## LA ENERGÍA LA PONES TÚ

una invitación para ahorrar energía

Realizar el primer concierto sustentable del país iluminando el escenario con energía generada por los visitantes de Mall Plaza en Chile. Parecía un desafío inalcanzable, pero fue la meta propuesta, durante la primavera de 2014, para sorprender y contagiar a sus clientes con un esfuerzo colectivo que promoviera una causa común: la eficiencia energética.

El primer paso fue contar con embajadores de clase mundial que tuvieran un compromiso medioambiental explícito. Por eso Mall Plaza viajó a México y logró entusiasmar al exitoso dúo mexicano Jesse & Joy para liderar esta cruzada.

Con “La energía la pones tú” se buscó generar un gesto ciudadano colectivo que permitiera reforzar que cuando nos juntamos podemos crear grandes cosas. En este caso 13.800 personas generaron energía para iluminar un escenario. Algo inédito en el país.

Se instalaron entonces 48 estaciones de pedaleo en tres centros comerciales: Mall Plaza Egaña, Mall Plaza Oeste y Mall Plaza Vespucio. Éstos fueron testigos de cómo miles de personas se atrevieron a pedalear para acumular energía e iluminar con ella el escenario en el que Jesse & Joy realizó el primer concierto verde y gratuito del país.

Paralelamente, en redes sociales se llamó a la eficiencia energética y se incentivó a los seguidores de Mall Plaza a buscar alternativas para ahorrar energía en sus casas. ¿El resultado? Una exitosa campaña en redes sociales con más de 150 mil participantes y 6.000 watts de energía acumulada gracias al pedaleo colectivo.





## 2. La cultura nos mueve

Cercanía, entretención, desarrollo cultural. Eso busca Mall Plaza. En definitiva, personas que disfrutan de las distintas expresiones artísticas y que valoran tenerlas cerca de sus hogares para compartirlas en familia.

Durante 2014 Mall Plaza llevó eventos culturales relevantes a los tres países donde operan sus centros comerciales. Eventos gratuitos de clase mundial, como son los musicales La Bella y La Bestia en Chile, Blanca Nieves en Perú y Delirio en Colombia sorprendieron a miles de visitantes.

Además, Mall Plaza es la primera cadena de centros comerciales de Latinoamérica en tener dentro de su oferta de productos y servicios una biblioteca pública la cual fue visitada por 1 millón de personas durante 2014.

A lo anterior, se suma una sede del Museo Nacional de Bellas Artes y salas de música SCD (Sociedad Chilena del Derecho de Autor).

### ACERCAMOS LA LECTURA A MILES DE PERSONAS

Uno de los proyectos emblemáticos de Mall Plaza es Biblioteca Viva: la primera biblioteca pública al interior de un centro comercial en Hispanoamérica.

El programa trabajado junto a la Fundación La Fuente ha hecho de estos espacios verdaderos centros culturales abiertos a la comunidad permitiendo acceder a materiales de lectura, exposiciones artísticas, ciclos de cine y presentaciones musicales, entre otros.

Durante 2014, hubo 155.000 préstamos de materiales en las nueve Bibliotecas Vivas que existen en los centros comerciales de Mall Plaza.

Libros virtuales (e-books), material audiovisual, revistas, cuenta cuentos para niños, teatro, exposiciones artísticas y ciclos de cine son algunas de las expresiones culturales que se encuentran en Biblioteca Viva de Mall Plaza.

### PASIÓN POR LOS MUSICALES

Más de 36.000 personas asistieron durante 2014 a los musicales gratuitos que Mall Plaza ofreció a sus visitantes de Chile, Perú y Colombia. Transformando estos eventos en una oportunidad única y gratuita de encuentro con la cultura.

A la gira de “La Bella y la Bestia” asistieron 20 mil personas y fueron más de 105 mil los inscritos. Esta producción musical, la quinta de Mall Plaza en Chile, contó con más de 40 personas en escena, grandes efectos especiales y una ágil interacción con el público.

En Perú con “Blanca Nieves”, Mall Plaza estuvo en cuatro ciudades y contó con más de 15 mil asistentes, más de 60 mil inscritos en la web, y recibió el Premio Luces 2015.

“Delirio”, show de salsa de clase internacional por primera vez en Cartagena de Indias, reunió a más de 1.400 asistentes causando un gran impacto y expectación en redes sociales y medios escritos.



## MÁS PIANOS A MI CIUDAD

Durante 2014 Mall Plaza, en su constante compromiso con la cultura, continuó con la exitosa intervención “Más pianos a mi ciudad” llevándola a varias ciudades de Chile y—por primera vez—a Perú, país en el que cautivó a miles de personas, quienes se atrevieron a interpretar su música en los pianos que se instalaron en esquinas de alto tránsito peatonal, lo que permitió promover la sociabilización y la cultura en un espacio de música y diversidad. Al igual que en Chile, participaron destacados artistas y gestores culturales peruanos, quienes plasmaron su arte en cada piano.

Casa Maroto es un Inmueble de Conservación Histórica que data de 1920 y que fue recuperado arquitectónicamente por Mall Plaza respetando el diseño interior y sus características originales

## UN CLUB PARA VIVIR LA MÚSICA Y LA GASTRONOMÍA

En su constante búsqueda por ofrecer a sus visitantes experiencias distintas en espacios de calidad que reflejen lo que pasa en la ciudad y la esencia de la vida urbana, Mall Plaza inauguró en abril de 2014 la Casa Maroto como el primer centro cultural—gastronómico al interior de un centro comercial de la compañía.

“Estamos muy contentos de estar celebrando los 70 años del Club en una nueva casa. Llevábamos cuatro años itinerando y esta propuesta nos cautivó. Ahora contamos con un escenario de alta calidad para nuestros socios y podremos fomentar el conocimiento del jazz en un mayor grupo de personas”, Edgardo Cruz, presidente del Club de Jazz de Santiago.

La recuperación de Casa Maroto y su transformación en un espacio dedicado al desarrollo de la cultura y de la gastronomía representa la vocación de Mall Plaza por construir proyectos que rescaten el valor del patrimonio y la identidad de las comunas en donde se emplazan sus centros comerciales. En este caso, Casa Maroto es un Inmueble de Conservación

Histórica, que data de 1920, ubicado en la comuna de La Reina que alberga al restaurante italiano La Fabbrica y al emblemático Club de Jazz de Santiago, el cual desde el terremoto del 27 de febrero de 2010 no contaba con un lugar establecido para realizar sus actividades.

### 3. Comprometidos con la comunidad

Mall Plaza ha definido mantener un modelo de relacionamiento estratégico que aporte al desarrollo sustentable de las comunidades donde se inserta.

Uno de los pilares de ese compromiso es establecer prácticas de buen vecino en las etapas tempranas de desarrollo de sus proyectos.

Para ello ha establecido un modelo de relacionamiento que considera diagnósticos comunitarios y un diálogo permanente con los vecinos a través de oficinas de relacionamiento comunitario que son implementadas desde que se inicia la construcción de un nuevo centro comercial, y también desarrolla ferias de empleo para que sus vecinos puedan optar a trabajos dentro del centro comercial.

Asimismo, en sus centros comerciales en operación mantiene un activo relacionamiento y articulación con diversos actores locales.

De manera permanente además ha definido dos focos de inversión social: el apoyo al emprendimiento, a través de las ferias de microempresario y la prevención psicosocial. El primero consiste en oportunidades de exhibición y comercialización para los emprendedores locales, a esto se suma el módulo de Artesanía con identidad local que existe en el Mall Plaza Vespucio, que beneficia a 20 microempresarios de la comuna de La Florida. El otro foco es la prevención psicosocial que en alianza con la Fundación Junto al Barrio busca mejorar la habitabilidad y capacidad organizacional de los barrios Los Nogales (Estación Central) y La Pincoya (Huechuraba).

Durante 2014 se realizaron diversos talleres socioeducativos, se construyeron áreas verdes, se mejoraron sedes sociales y pasajes, se realizaron huertos comunitarios, entre otras actividades.

La séptima temporada de las Escuelas de Rugby estuvo llena de éxito y satisfacciones. En 2014 a las escuelas de Mall Plaza Trébol, Mall Plaza Oeste y Mall Plaza Tobalaba, se sumó la Escuela de Rugby de Mall Plaza Egaña, alcanzando un total de 160 niños beneficiados.

En Perú y Colombia también se trabaja en acciones sociales de gran impacto. Destacable es la campaña "Criteamos Juntos, ni una +", iniciativa en contra de la violencia hacia la mujer desarrollada en Colombia. En Perú, en tanto, se creó un espacio de arte y cultura urbana que busca a través de la danza y el desarrollo humano, apoyar a jóvenes en riesgo social.



## 4. Centros comerciales sustentables

Mall Plaza en su permanente desafío por construir proyectos amigables con el medio ambiente ha desarrollado un proceso de diseño y construcción acorde a los más altos estándares internacionales de sustentabilidad, los cuales priorizan la eficiencia energética, el cuidado hídrico, la reutilización, el fomento al transporte limpio y el uso de materiales nobles durante las etapas constructivas y su posterior operación.

Mall Plaza Egaña es el primer centro comercial sustentable de Chile, pre-certificado LEED Gold, actualmente esta en proceso de obtención de su certificación definitiva. Mall Plaza Copiapó es el primer centro comercial sustentable en regiones, en proceso de obtención de certificación LEED Silver. Por último, Mall Plaza Los Domínicos, aún en proceso de construcción, contará con certificación LEED Silver o superior.

La certificación LEED® (Leadership in Energy and Environmental Design o Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental en español) es un método de evaluación de edificios verdes, a través de pautas de diseño objetivas y parámetros cuantificables. Es un sistema voluntario y consensado, diseñado en Estados Unidos, que mide entre otras cosas el uso eficiente de la energía, el agua, la correcta utilización de materiales, el manejo de desechos en la construcción y la calidad del ambiente interior en los espacios habitables.



## 5. Colaboradores

Para Mall Plaza, sus colaboradores internos y externos son el motor de crecimiento y desarrollo de la cadena. Por esta razón la compañía promueve programas especiales para mejorar su bienestar, capacitación y condiciones laborales.

En caso de los Colaboradores Internos, la información de las iniciativas desarrolladas se encuentran disponibles en el capítulo 8.

En el caso de los Colaboradores de Tienda entre las iniciativas destacadas se encuentran el Proyecto de Prácticas Laborales Sostenibles y la creación de "Estar Contigo", espacios dispuestos para que los colaboradores de tienda puedan descansar, compartir y disfrutar durante su horario de colación y momentos libres. Es un espacio de sociabilización y encuentro disponible en todos los centros comerciales que la cadena tiene en Chile.





10

Gobierno Corporativo



**PRESIDENTE**  
Sergio Cardone Solari



**DIRECTOR**  
Carlo Solari Donaggio



**DIRECTOR**  
Tomás Müller Benoit



**DIRECTOR**  
Thomas Fürst Freiwirth



**DIRECTOR**  
José Pablo Arellano Marín



**DIRECTOR**  
Juan Pablo Montero Schepeler



**DIRECTOR**  
Paul Fürst Gwinner



**DIRECTOR**  
Cristián Lewin Gómez



**DIRECTOR**  
Pedro Donoso Pinto

## DIRECTORIO

El Directorio de la sociedad está compuesto de nueve miembros, quienes se eligen por un plazo de tres años, renovable. Los estatutos de la sociedad no contemplan la existencia de directores suplentes.

En Junta Ordinaria de Accionistas de Plaza S.A., celebrada el día 23 de abril de 2014, designó a los siguientes miembros del Directorio: Thomas Fürst Freiwirth, Paul Fürst Gwinner, Tomás Müller Benoit, Pedro Donoso Pinto, Sergio Cardone Solari, Carlo Solari Donaggio, José Pablo Arellano Marín, Cristián Lewin Gómez y Juan Pablo Montero Schepeler.

### Directorio 2013

Nombre	Cargo	Cédula Identidad	Profesión
Sergio Cardone Solari	Presidente	5.082.229-K	Ingeniero Comercial
Tomás Müller Benoit	Director	10.994.040-2	Ingeniero Comercial
Paul Fürst Gwinner	Director	6.979.383-5	Ingeniero Comercial
Carlo Solari Donaggio	Director	9.585.749-3	Ingeniero Civil
Juan Cuneo Solari	Director	3.066.418-3	Ingeniero Comercial
Thomas Fürst Freiwirth	Director	2.634.675-4	Constructor Civil
Cristián Lewin Gómez	Director	4.102.989-7	Abogado
Pedro Donoso Pinto	Director	4.817.091-9	Ingeniero Comercial
José Pablo Arellano Marín	Director	6.066.460-9	Ingeniero Comercial

### Directorio 2014

Nombre	Cargo	Cédula Identidad	Profesión
Sergio Cardone Solari	Presidente	5.082.229-K	Ingeniero Comercial
Tomás Müller Benoit	Director	10.994.040-2	Ingeniero Comercial
Paul Fürst Gwinner	Director	6.979.383-5	Ingeniero Comercial
Carlo Solari Donaggio	Director	9.585.749-3	Ingeniero Civil
Juan Pablo Montero Schepeler	Director	9.357.959-3	Ingeniero Civil
Thomas Fürst Freiwirth	Director	2.634.675-4	Constructor Civil
Cristián Lewin Gómez	Director	4.102.989-7	Abogado
Pedro Donoso Pinto	Director	4.817.091-9	Ingeniero Comercial
José Pablo Arellano Marín	Director	6.066.460-9	Ingeniero Comercial

## Remuneraciones del Directorio

Nombre Director	Dietas Fijas (\$) 2014	Dietas Fijas (\$) 2013
Sergio Cardone Solari	57.624.282	55.201.338
José Pablo Arellano Marín	28.812.141	27.600.669
José Pedro Donoso Pinto	28.812.135	27.600.669
Thomas Fürst Freiwirth	28.812.141	27.600.669
Paul Javier Fürst Gwinner	28.812.141	27.600.669
Cristián Lewin Gómez	28.812.141	27.600.669
Tomás Eduardo Müller Benoit	28.812.141	27.600.669
Carlo Solari Donnaggio	28.812.141	27.600.669
Juan Pablo Montero Schepeler	19.379.673	0
* Juan Cuneo Solari	9.432.468	27.600.669
	<b>288.121.404</b>	<b>276.006.690</b>

## Montos desembolsados por asesorías realizadas para el Directorio

2014	2013
\$ 53.973.893	\$ 0

\* Juan Cuneo Solari se desempeñó como Director hasta abril del 2014.

\*\* las asesorías corresponden a programa de capacitación y cumplimiento en materia de libre competencia.

## COMITÉ DE DIRECTORES

El Comité de Directores fue constituido en forma voluntaria por el Directorio de la sociedad para desarrollar las funciones contempladas en el artículo 50 bis de la ley 18.046.

El Comité de directores se encuentra presidido por don Tomás Müller Benoit e integrado por los señores Juan Pablo Montero Schepeler y Paul Fürst Gwinner. El señor Montero reemplazó en el cargo a partir del mes de mayo del año 2014, a don José Pablo Arellano Marín, quien formó parte del Comité durante el año 2013. El Comité no cuenta con directores independientes.

En el cumplimiento de sus funciones, el Comité de Directores ha examinado los Estados Financieros trimestrales, los informes de los Auditores externos, el estado de avance del Plan Anual de Auditoría e informes de Contraloría y se ha pronunciado respecto de los sistemas de remuneraciones y planes de compensación para los gerentes y ejecutivos principales.

Durante el año 2014 el Comité no ha contratado asesorías, ni incurrido en gastos para el cumplimiento de sus funciones.

Nombre Director	Dietas Fijas (\$) 2014	Dietas Fijas (\$) 2013
Tomás Müller	2.256.218	1.197.047
Paul Fürst	2.289.860	1.197.047
Juan Pablo Montero	1.857.203	-
José Pablo Arellano	798.031	1.197.047
	<b>7.201.312</b>	<b>3.591.141</b>

(\*) La totalidad de estas dietas fueron pagadas en el año 2014.

## INFORME ANUAL COMITÉ DE DIRECTORES

El presente Informe Anual de Gestión ha sido preparado por el Comité de Directores de PLAZA S.A. (la "Sociedad"), de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046, sobre Sociedades Anónimas.

### 1. Comité de Directores.

El Comité de Directores de Plaza S.A. fue constituido en forma voluntaria por el Directorio de la sociedad para desarrollar las funciones contempladas en el artículo 50 bis de la ley 18.046.

El Comité de Directores se encuentra presidido por don Tomás Müller Benoit e integrado por los señores Juan Pablo Montero Schepeler y Paul Fürst Gwinner. El señor Montero reemplazó en el cargo, a partir del mes de mayo del año 2014, a don José Pablo Arellano Marín, quien formó parte del Comité durante el año 2013 y hasta ese mes. El Comité no cuenta con directores independientes.

### 2. Gastos del Comité de Directores.

La Junta de Accionistas de la Sociedad estableció como remuneración de los miembros del Comité la suma de UF 15 por cada sesión a la que asistan. Durante el año 2014 el Comité no ha contratado asesorías, ni incurrido en gastos para el cumplimiento de sus funciones.

### 3. Actividades desarrolladas por el Comité de Directores durante el año 2014.

Durante el año 2014, el Comité de Directores sesionó los días 26 de febrero, 26 de marzo, 7 de mayo, 20 de agosto, 9 de octubre, 5 de noviembre, y en carácter de Extraordinario el día 3 de diciembre, oportunidades en las cuales se abocó al conocimiento de las materias propias de su competencia. Es así como, entre otras materias que se indican en el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046, sobre Sociedades Anónimas y encargadas por el directorio, examinó el balance y demás estados financieros trimestrales y anual de la Sociedad, incluyendo los informes presentados tanto por los ejecutivos de la sociedad como también por los auditores externos, pronunciándose respecto de éstos; tomó conocimiento del plan y procesos de Auditoría Interna de la empresa y sus filiales, así como del seguimiento y avances en el mismo; conoció el informe de diagnóstico de riesgos contables financieros llevada a cabo por una empresa externa; analizó el avance en el proceso de reorganización societaria aprobado por el Directorio; analizó los efectos de la Reforma Tributaria para la Sociedad; analizó el informe de evaluación de control interno a la Administración presentado por los auditores externos de la Sociedad, y analizó los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes y ejecutivos principales de la Sociedad. Se deja constancia que no debió examinar las operaciones a que se refiere el Título XVI de la Ley de Sociedades Anónimas, por no haberse efectuado operaciones con partes relacionadas que no fueren de bajo monto, o bien, ordinarias en consideración al giro social conforme a las políticas generales de habitualidad de la Sociedad determinadas por el Directorio y comunicadas a la Superintendencia de Valores y Seguros.

Santiago, marzo de 2015.

Tomás Müller B.  
Juan Pablo Montero S.  
Paul Fürst Gwinner

## COMITÉ ÉTICA

Para velar por un accionar íntegro y acorde con los principios y valores de la empresa, existe un Comité de Ética, al que le corresponde además de hacer una correcta interpretación del Código de Ética, resolver situaciones específicas, garantizar la confidencialidad y protección en el manejo de denuncias y velar por el derecho a defensa del afectado.

Este Comité está integrado por el vicepresidente ejecutivo de Plaza S.A., el gerente corporativo de administración y finanzas, el gerente corporativo de centros comerciales, el gerente de planificación, estudios y sostenibilidad, el gerente regional de personas, quien actúa como vocero y el fiscal quien actúa como secretario.

## CÓDIGO DE ÉTICA

El Código de Ética que mueve a Plaza S.A. y sus filiales, describe su rol en la sociedad, su responsabilidad con el entorno y los valores que deben predominar entre sus colaboradores.

Cada nuevo trabajador recibe este documento al ingresar a la compañía para conocer los valores que la empresa considera esenciales, para sus actividades cotidianas y las relaciones que se establecen con proveedores, arrendatarios, visitantes, comunidades, competidores y autoridades. Honestidad, integridad y respeto son valores fundamentales.

Aquí también se establecen derechos, obligaciones y responsabilidades para sus colaboradores y los mecanismos para su cumplimiento.

En el marco de la regulación establecida en la Ley 20.393, el código fue actualizado en 2010, incorporando un modelo de prevención de delitos de cohecho, lavado de activos y financiamiento del terrorismo.

El Código de Ética además, define situaciones que se consideran conflicto de interés. En pro de la transparencia, los colaboradores deben realizar cada año una declaración formal en ese sentido. El Código de Ética se encuentra disponible para la comunidad en nuestra página web corporativa [www.mallplaza.com](http://www.mallplaza.com).



## EJECUTIVOS PRINCIPALES DE LA ADMINISTRACIÓN

### Gerentes Corporativos

#### VICEPRESIDENTE EJECUTIVO

**Fernando de Peña Yver**

Ingeniero civil  
C.I.: 7.556.207-1  
Año desde que desempeña el cargo: 2008

#### GERENTE CORPORATIVO DE CENTROS COMERCIALES

**Óscar Munizaga Delfín**

Ingeniero comercial  
C.I.: 7.036.855-2  
Año desde que desempeña el cargo: 2008

#### GERENTE CORPORATIVO COMERCIAL

**Cristián Muñoz Gutiérrez**

Ingeniero comercial  
C.I.: 8.688.025-3  
Año desde que desempeña el cargo: 2009

#### GERENTE CORPORATIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

**Pablo Cortés de Solminihac**

Ingeniero comercial  
C.I.: 8.552.459-3  
Año desde que desempeña el cargo: 2008

#### GERENTE CORPORATIVO DE PROYECTOS Y CONSTRUCCIÓN

**Cristián Somarriva Labra**

Ingeniero civil industrial  
C.I.: 7.719.111-9  
Año desde que desempeña el cargo: 2012

#### GERENTE DE SOSTENIBILIDAD, PLANIFICACIÓN Y ESTUDIOS

**Jaime Riesco Cornejo**

C.I.: Ingeniero comercial  
4.977.120-7  
Año desde que desempeña el cargo: 2008

#### FISCAL

**Hernán Silva Villalobos**

Abogado  
C.I.: 7.315.274-7  
Año desde que desempeña el cargo: 2011

#### CONTRALOR

**Julio Allel Facusse**

Contador auditor  
C.I.: 8.454.192-3  
Año desde que desempeña el cargo: 2011

#### GERENTE REGIONAL DE PERSONAS

**Vicente Nuñez Pinochet**

Constructor civil  
C.I.: 8.752.189-3  
Año desde que desempeña el cargo: 2014

#### GERENTE GENERAL AVENTURA PLAZA S.A., PERÚ

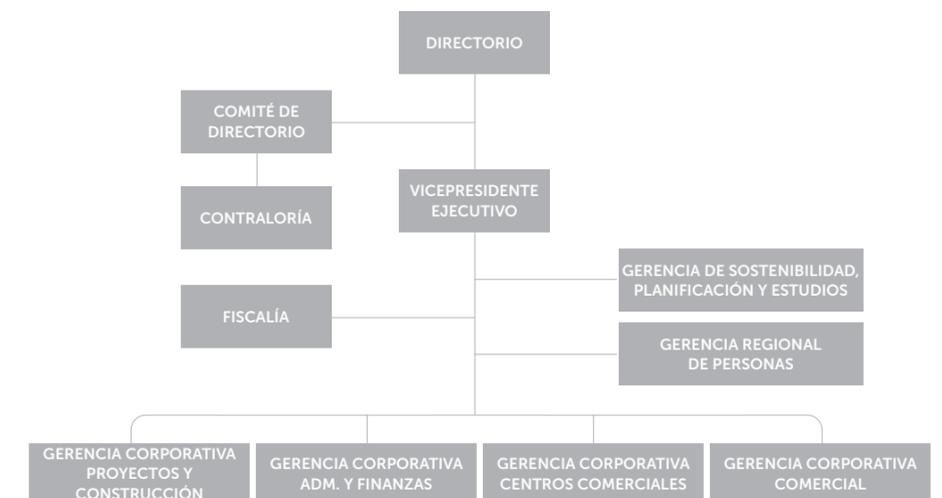
**Mauricio Mendoza Jenkin**

Ingeniero de ejecución en administración de empresas  
C.I.: 5.814.436-3  
Año desde que desempeña el cargo: 2012

#### GERENTE GENERAL MALL PLAZA COLOMBIA S.A.S.

**Felipe Cobo Guevara**

Ingeniero comercial  
C.I.: 8.822.745-k  
Año desde que desempeña el cargo: 2011



## EQUIPO EN LATINOAMÉRICA

### Nuestro motor de crecimiento de la compañía

El equipo humano de Mall Plaza es el motor de crecimiento de la compañía. Se trata de más de 35.000 personas que trabajan directa o indirectamente en los 21 centros comerciales que operan actualmente en la Región, quienes con talento y una fuerte vocación de servicio por las personas concurren a dar lo mejor de sí.

Al 31 de diciembre de 2014, el equipo de colaboradores directos de Plaza S.A. en Chile estuvo compuesto de 475 personas. La dotación de sus filial MotorPlaza S.A. -en Perú- y Mall Plaza Colombia S.A.S. fue de 5 y 42 colaboradores respectivamente. Considerando los 100 colaboradores con los que cuenta la sociedad Aventura Plaza S.A., el equipo en Latinoamérica asciende a 622 personas.

Existe un modelo de incentivos (bono de gestión) para ejecutivos que considera variables cualitativas y cuantitativas, tanto internas como externas a Mall Plaza, en línea con la estrategia de la compañía. El sistema de incentivos captura estos esfuerzos y alineamientos a través de la definición de KPIs (key performance indicators), individuales y grupales, sus metas y escalas. En función del cumplimiento de cada ejecutivo se determina la compensación variable del período.

Chile	Perú		Colombia	Total
	Aventura Plaza S.A.	MotorPlaza S.A.		
<b>475</b>	<b>100</b>	<b>5</b>	<b>42</b>	<b>622</b>
TOTAL COLABORADORES				
<b>25</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>36</b>
EJECUTIVOS	EJECUTIVOS	EJECUTIVOS	EJECUTIVOS	EJECUTIVOS

### Remuneraciones de Ejecutivos

Cifras en Miles de \$

	2014	2013
Remuneraciones Fijas	3.376.296	2.509.176
Bonos, incentivos y otros beneficios	3.190.208	2.495.615
<b>Total</b>	<b>6.566.504</b>	<b>5.004.792</b>



11

Información Corporativa

## IDENTIFICACIÓN DE LA SOCIEDAD

Plaza S.A. es una sociedad anónima cerrada, inscrita bajo el registro número 1.028 en la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS). Su Rol Único Tributario es el 76.017.019-4; su domicilio se encuentra ubicado en Américo Vespucio N°1737 pisos 7, 8, 9 y 10, comuna de Huechuraba.

Plaza S.A. fue constituida mediante escritura pública de fecha 16 de abril de 2008, otorgada por el notario público de Santiago don Iván Torrealba Acevedo. Un extracto de esta escritura fue inscrito a fojas 17.353 número 11.761 del Registro de Comercio de Santiago del año 2008, y se publicó en el Diario Oficial de fecha 21 de abril del mismo año.

La última modificación de sus estatutos se acordó en junta extraordinaria de accionistas celebrada el 25 de mayo de 2011, cuya acta se redujo a escritura pública ante el notario de Santiago don Juan Ricardo San Martín Urrejola con esa misma fecha. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 35.345 número 26.438 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago de año 2011 y publicado en el Diario Oficial del 5 de julio del mismo año.

Los datos de contacto de Plaza S.A. son: teléfono (56 2) 225857000, fax (56 2) 225857001, dirección de correo electrónico: plaza@mallplaza.com y sitio web: www.mallplaza.com.

### Objeto social

Plaza S.A. tiene por objeto principal el desarrollo, construcción, administración, gestión, explotación, arrendamiento y subarrendamiento de centros comerciales del tipo internacionalmente conocido como mall. La principal marca de la sociedad es MALL PLAZA.

### Actividades y negocio

Plaza S.A. desarrolla su actividad a través de sus filiales, mediante el arrendamiento de locales en sus centros comerciales, así como la prestación de servicios asociados a ello, tales como arriendo de espacios publicitarios y actividades de difusión de sus centros comerciales. De esta forma, los clientes de la sociedad son los arrendatarios de locales comerciales, no representando ninguno de ellos en forma individual el 10% o más de los ingresos de la sociedad.

De acuerdo a estudios realizados en hogares y en los distintos centros comerciales, los principales actores que compiten con los centros comerciales de propiedad de las filiales de Plaza S.A. son los centros comerciales en sus distintos formatos, tales como centros comerciales tipo malls, power centers, strip centers, y el comercio tradicional ubicado en las localidades donde están los centros comerciales Mall Plaza.

Considerando lo anterior, las ventas realizadas en centros comerciales Mall Plaza representan una participación de mercado en el comercio minorista estimada en un 6,2%, considerando para tales efectos las ventas totales efectuadas dentro de los centros comerciales Mall Plaza, excluyendo ventas en los sectores automotriz, supermercado, tienda hogar y de salud.

Su principal actividad es la explotación y arriendo de bienes inmuebles, tanto en Chile como en el extranjero. Desarrollos Inmobiliarios S.A., filial de S.A.C.I. Falabella, es su mayor accionista con un 59,28% de la propiedad. En tanto, el 40,73% restante corresponde a diversos inversionistas.

Siete de los quince centros comerciales del grupo en Chile están en la Región Metropolitana: Mall Plaza Vespucio, Mall Plaza Oeste, Mall Plaza Tobalaba, Mall Plaza Norte, Mall Plaza Alameda, Mall Plaza Sur y Mall Plaza Egaña. En regiones se agregan Mall Plaza Calama, Mall Plaza Antofagasta, Mall Plaza Copiapó, Mall Plaza La Serena, Mall Plaza Trébol, Mall Plaza Los Ángeles, Mall Plaza Mirador Bío Bío y Mall Las Américas de Iquique. Los mencionados centros comerciales suman una superficie total arrendable de 1.175.574 m<sup>2</sup>.

La sociedad posee en forma directa e indirecta un 100% de la propiedad de los centros comerciales Mall Plaza Vespucio, Mall Plaza Oeste, Mall Plaza Tobalaba, Mall Plaza Norte, Mall Plaza Calama, Mall Plaza La Serena, Mall Plaza Trébol, Mall Plaza Los Ángeles y Mall Plaza Antofagasta, terreno este último que ostenta en carácter de concesionario. A su turno, a través de su filial indirecta Nuevos Desarrollos S.A., en donde posee el 77,5% de participación accionaria, es dueña de los centros comerciales Mall Plaza Alameda, Mall Plaza Egaña, Mall Plaza Copiapó, Mall Plaza Mirador Bío Bío, Mall Plaza Sur y Mall Las Américas de Iquique. El 22,5% restante de las acciones de Nuevos Desarrollos S.A. pertenece a Ripley Retail II

Limitada, sociedad del Grupo Ripley. Respecto del Mall Las Américas de Iquique, la filial Nuevos Desarrollos S.A. posee el 95,38% de las acciones.

En Perú, a través de su filial Desarrollos e Inversiones Internacionales S.A. y sus socios Open Plaza S.A., Falabella Perú S.A.A. e Inversiones Padebest Perú S.A. -sociedades pertenecientes a los grupo Falabella y Ripley, respectivamente-, constituyó la sociedad Aventura Plaza S.A., con una participación del 20%. Esta sociedad es propietaria de cinco centros comerciales administrados por Plaza S.A. y operados bajo la marca Mall Aventura Plaza, los cuales se encuentran ubicados en Lima, Callao, Trujillo y Arequipa. Los mencionados centros comerciales suman una superficie total arrendable de 285.394 m<sup>2</sup>.

En Colombia, Plaza S.A., a través de su filial Desarrollos e Inversiones Internacionales S.A., posee el 100% de la sociedad Mall Plaza Colombia S.A.S., la cual posee el 70% de las acciones de Centro Comercial El Castillo Cartagena S.A.S., propietaria de Mall Plaza El Castillo, en Cartagena de Indias. El mencionado centro comercial suma una superficie total arrendable de 26.306 m<sup>2</sup>.

### Plan de inversiones

Tal como se señala en el capítulo Crecimiento de la presente Memoria, el plan de inversiones de la sociedad considera el desarrollo de los proyectos Mall Plaza Los Domínicos, Mall Plaza Puerto Barón, Mall Plaza Manizales, Mall Plaza Barranquilla y Mall Aventura Plaza Cayma. El financiamiento de estos proyectos se hará con préstamos bancarios y/o emisión de deuda, aproximadamente en una proporción de 2/3 del valor de la inversión, y con fondos propios en la proporción restante.

Adicionalmente, Mall Plaza cuenta con terrenos en las regiones XV, V y VI, de aproximadamente 6,6 há, 11,4 há y 15,5 há, respectivamente.

### Reestructuración malla societaria

Con el objeto de agrupar sus áreas de negocios por su ubicación geográfica, Plaza S.A. determinó que todas las inversiones situadas dentro de la Región Metropolitana pasen a estar bajo la propiedad de Plaza Oeste S.A. y que

todas aquellas que se encuentran ubicados en las demás regiones pasen a estar bajo el dominio de Plaza del Trébol S.A.

Con fecha 01 de agosto de 2014 y producto de una reorganización societaria, se efectuó la división de la sociedad Inversiones Plaza Limitada, filial de Plaza Oeste S.A. Dicha división originó que las cuentas por cobrar y por pagar con entidades relacionadas y la participación accionaria en la filial Inmobiliaria Mall Calama S.A. quedaran en poder de la nueva empresa denominada Nueva Inversiones Plaza Limitada, y el resto de los activos y pasivos corrientes y no corrientes y la participación accionaria en la filial Autoplaza S.A. quedaran en poder de la continuadora legal Inversiones Plaza Limitada. El patrimonio neto fue distribuido en forma proporcional a los activos que mantuvieron ambas Sociedades.

Con fecha 01 de septiembre de 2014, se efectuó la división de la Sociedad Plaza Oeste S.A., empresa Filial de Plaza S.A. El balance de división fue asignado de la siguiente manera; cuentas por cobrar y por pagar con entidades relacionadas y la participación accionaria en las filiales Plaza Antofagasta S.A. y Nueva Inversiones Plaza Limitada en conjunto con su subsidiaria Inmobiliaria Mall Calama S.A. quedaron en poder de la nueva empresa denominada Nueva Plaza Oeste S.A., los restantes de activos y pasivos corrientes y no corrientes y la participación societaria en la filial Inversiones Plaza Limitada en conjunto con su subsidiaria Autoplaza S.A., quedaron en poder de la continuadora legal Plaza Oeste S.A. El patrimonio neto fue distribuido en forma proporcional a los activos que mantuvieron ambas Sociedades.

Con fecha 30 de Septiembre de 2014, se constituyó la sociedad Centro Comercial Barranquilla S.A.S. en la ciudad de Barranquilla, Colombia. Sus accionistas corresponden a Mall Plaza Colombia S.A.S., filial de la sociedad Desarrollos e Inversiones Internacionales S.A. empresa que pertenece al Grupo Plaza S.A., con un aporte de 194.116 acciones a un valor nominal de COP\$10.000 que equivalen al 65% de la participación accionaria y AS Construcciones S.A. con un aporte de 104.524 acciones a un valor nominal de COP\$10.000 con una participación del 35% en el capital accionario.

Con fecha 19 de diciembre de 2014, la sociedad Nuevos Desarrollos S.A. compró a Desarrollos Urbanos S.A. 1 acción de la sociedad Inmobiliaria Los Tilos S.A., que representa el 0,001% del total de acciones emitidas, reuniendo el 100% de las acciones de la sociedad, con esto inmobiliaria Los Tilos S.A. es absorbida por Nuevos Desarrollos S.A. En Junta Extraordinaria de Accionistas, celebrada con fecha 29 de diciembre de 2014, se acuerda un aumento de capital de la Sociedad Plaza del Trébol S.A. en la suma de M\$ 92.475.240, dicho aumento fue pagado por sus accionistas Plaza S.A. en un 99,99999% y Plaza Spa en un 0,00001% con la participación accionaria que ambas mantenían en la sociedad Nueva Plaza Oeste S.A. y las filiales de ésta última, Plaza Antofagasta S.A. y Nueva Inversiones Plaza S.A., en conjunto con su subsidiaria Inmobiliaria Mall Calama S.A., producto de este aumento de capital Nueva Plaza Oeste S.A. fue absorbida por Plaza del Trébol S.A. al reunirse en ella la totalidad de la participación accionaria.

### Concesiones

La filial Plaza Antofagasta S.A. con fecha 20 de mayo de 2004, suscribió un contrato de concesión con Empresa Portuaria de Antofagasta, que la faculta para desarrollar, mantener y explotar exclusivamente la denominada Área de Concesión Portuaria de una superficie inicial de 71.020 metros cuadrados, la que puede verse incrementada en el futuro por incorporación de áreas opcionales. En esta área Plaza Antofagasta S.A. construyó y administra el Centro Comercial Mall Plaza Antofagasta. El plazo de duración de la concesión es de 30 años contados desde la fecha de entrega del terreno. Como contraprestación, Plaza Antofagasta S.A. debe pagar mensualmente a Empresa Portuaria de Antofagasta un canon mensual. Por su parte, la filial Plaza Valparaíso S.A. con fecha 10 de noviembre de 2006, suscribió con Empresa Portuaria de Valparaíso un contrato de concesión y arrendamiento exclusiva para desarrollar, mantener y explotar un Área de Concesión sobre una superficie inicial de 112.314 metros cuadrados, la que puede verse incrementada en el futuro por incorporación de áreas opcionales. En esta área Plaza Valparaíso S.A. tiene proyectado construir el Centro Comercial Mall Plaza Puerto Barón. El plazo de duración de la concesión es de 30 años. Como contraprestación, Plaza Valparaíso S.A. deberá pagar mensualmente a Empresa Portuaria de Valparaíso un canon y renta mensual.

## PROPIEDAD, ACCIONISTAS Y CONTROL

Plaza S.A. está controlada por la sociedad Desarrollos Inmobiliarios S.A., dueña del 59,278% de las acciones, la cual es filial de S.A.C.I. Falabella. Las acciones de Plaza S.A. corresponden a una sola serie y durante el año 2014 no se produjeron cambios importantes en la propiedad de Plaza S.A.

<b>PLAZA S.A.</b>			
<b>Accionista</b>	<b>RUT</b>	<b>Nº acciones</b>	<b>% propiedad</b>
DESARROLLOS INMOBILIARIOS SpA	99.593.960-6	1.161.849.244	59,28%
INVERSIONES AVENIDA BORGOÑO LTDA.	79.566.150-6	393.162.260	20,06%
RENTAS TISSA LTDA.	76.271.008-0	268.718.762	13,71%
INVERSIONES AMAL LTDA.	76.011.129-5	80.679.250	4,12%
INVERSIONES PRIMA LTDA.	76.224.540-K	54.000.000	2,76%
INVERSIONES CACHAGUA SpA	76.400.251-2	1.590.022	0,08%
PEDRO DONOSO PINTO	4.817.091-9	434	0,00%
INVERSIONES PARMIN SpA	76.864.900-6	26	0,00%
THOMAS FURST FREIWIRTH	2.634.675-4	2	0,00%
<b>TOTAL</b>		<b>1.960.000.000</b>	<b>100%</b>

A su vez, S.A.C.I. Falabella es controlada por un grupo controlador conformado por las siguientes personas, que cuentan al efecto con un acuerdo de actuación conjunta: Juan Cuneo Solari, María Luisa Solari Falabella, Liliana Solari Falabella, Teresa Matilde Solari Falabella, José Luis del Río Goudie, Bárbara del Río Goudie, Sergio Cardone Solari, Felipe del Río Goudie, Juan Pablo del Río Goudie, Carolina del Río Goudie, Sebastián del Río Goudie, Ignacio del Río Goudie, Cecilia Karlezi Solari, Juan Carlos Cortés Solari, María Francisca Cortés Solari, Paola Cuneo Queirolo, Carlos Alberto Heller Solari, Andrea Heller Solari, Piero Solari Donaggio, Sandro Solari Donaggio, Carlo Solari Donaggio y Giorgianna María Cuneo Queirolo. Por su parte, los accionistas Inversiones Avenida Borgoño Limitada (RUT 79.566.150-6) y Rentas Tissa Limitada (RUT 76.271.008-0) tienen cada uno de ellos más de un 10% del capital de la sociedad y pueden designar a lo menos a un miembro del Directorio de la misma.

## INFORMACIÓN SOBRE GRUPO EMPRESARIAL Y CONTROLADOR

Al 31 diciembre de 2014, el grupo controlador posee el 80,60% de las acciones en que se divide el capital social de SACI Falabella. Los referidos controladores tienen un acuerdo de actuación conjunta conforme al texto definitivo y refundido del Pacto de Accionistas que se suscribió con fecha 24 de septiembre de 2013. Dicho Pacto, contiene limitaciones a la libre disponibilidad de las acciones.

### Controladores

GRUPO AUGURI	RUT	N° ACCIONES	%
<b>SOLARI FALABELLA MARIA LUISA</b>	<b>4.284.209-5</b>	<b>19.478.080</b>	<b>0,80%</b>
<b>KARLEZI SOLARI MARIA CECILIA</b>	<b>7.005.097-8</b>	<b>1.808.143</b>	<b>0,07%</b>
<b>INVERSIONES AUGURI LIMITADA</b>	<b>78.907.330-9</b>	<b>36.954.684</b>	<b>1,52%</b>
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
MARIA CECILIA KARLEZI SOLARI	7.005.097-8		
SEBASTIAN ARISPE KARLEZI	15.636.728-1		
<b>LUCECTRES S A</b>	<b>99.556.440-8</b>	<b>258.913.368</b>	<b>10,64%</b>
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
MARIA LUISA SOLARI FALABELLA	4.284.209-5		
MARIA CECILIA KARLEZI SOLARI	7.005.097-8		
SEBASTIAN ARISPE KARLEZI	15.636.728-1		
<b>BETHIA</b>	<b>RUT</b>	<b>N° ACCIONES</b>	<b>%</b>
<b>BETHIA S A</b>	<b>78.591.370-1</b>	<b>243.517.941</b>	<b>10,00%</b>
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
LILIANA SOLARI FALABELLA	4.284.210-9		
CARLOS ALBERTO HELLER SOLARI	8.717.000-4		
ANDREA HELLER SOLARI	8.717.078-0		
PEDRO HELLER ANCAROLA	17.082.751-1		
ALBERTO HELLER ANCAROLA	18.637.628-5		
PAOLA BARRERA HELLER	15.960.799-2		
FELIPE ROSSI HELLER	18.637.490-8		
<b>VIALAT S.A</b>	<b>85.487.000-9</b>	<b>2.678.697</b>	<b>0,11%</b>
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
LILIANA SOLARI FALABELLA	4.284.210-9		
CARLOS ALBERTO HELLER SOLARI	8.717.000-4		
ANDREA HELLER SOLARI	8.717.078-0		
PEDRO HELLER ANCAROLA	17.082.751-1		
ALBERTO HELLER ANCAROLA	18.637.628-5		
PAOLA BARRERA HELLER	15.960.799-2		
FELIPE ROSSI HELLER	18.637.490-8		

<b>ADMINISTRADORA DE FONDOS DE INVERSIÓN SINERGY S.A</b>	<b>99.577.500-K</b>	<b>64.484</b>	<b>0,00%</b>
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
LILIANA SOLARI FALABELLA	4.284.210-9		
CARLOS ALBERTO HELLER SOLARI	8.717.000-4		
ANDREA HELLER SOLARI	8.717.078-0		
PEDRO HELLER ANCAROLA	17.082.751-1		
ALBERTO HELLER ANCAROLA	18.637.628-5		
PAOLA BARRERA HELLER	15.960.799-2		
FELIPE ROSSI HELLER	18.637.490-8		

GRUPO CORSO	RUT	N° ACCIONES	%
<b>CORTES SOLARI JUAN CARLOS</b>	<b>7.017.522-3</b>	<b>2.081.442</b>	<b>0,09%</b>
<b>SOLARI FALABELLA TERESA MATILDE</b>	<b>4.661.725-8</b>	<b>2.229.487</b>	<b>0,09%</b>
<b>CORTES SOLARI MARIA FRANCISCA</b>	<b>7.017.523-1</b>	<b>2.082.186</b>	<b>0,09%</b>
<b>INVERSIONES MAPTER UNO S A</b>	<b>76.839.420-2</b>	<b>13.954.363</b>	<b>0,57%</b>
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
TERESA MATILDE SOLARI FALABELLA	4.661.725-8		
JUAN CARLOS CORTÉS SOLARI	7.017.522-3		
MARIA FRANCISCA CORTÉS SOLARI	7.017.523-1		
<b>INVERSIONES MAPTER DOS S A</b>	<b>76.839.460-1</b>	<b>4.196.649</b>	<b>0,17%</b>
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
TERESA MATILDE SOLARI FALABELLA	4.661.725-8		
JUAN CARLOS CORTÉS SOLARI	7.017.522-3		
MARIA FRANCISCA CORTÉS SOLARI	7.017.523-1		
<b>INVERSIONES QUITAFAL LIMITADA</b>	<b>76.038.402-K</b>	<b>18.300.200</b>	<b>0,75%</b>
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
TERESA MATILDE SOLARI FALABELLA	4.661.725-8		
JUAN CARLOS CORTÉS SOLARI	7.017.522-3		
MARIA FRANCISCA CORTÉS SOLARI	7.017.523-1		
<b>INVERSIONES QS S.A.</b>	<b>99.536.400-K</b>	<b>413.472</b>	<b>0,02%</b>
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
TERESA MATILDE SOLARI FALABELLA	4.661.725-8		
JUAN CARLOS CORTÉS SOLARI	7.017.522-3		
MARIA FRANCISCA CORTÉS SOLARI	7.017.523-1		
<b>INV Y RENTAS DON ALBERTO CUATRO S A</b>	<b>99.552.470-8</b>	<b>150.666.022</b>	<b>6,19%</b>
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
TERESA MATILDE SOLARI FALABELLA	4.661.725-8		
JUAN CARLOS CORTÉS SOLARI	7.017.522-3		
MARIA FRANCISCA CORTÉS SOLARI	7.017.523-1		





## POLÍTICA DE DIVIDENDOS

La Junta de Accionistas de la sociedad acordó como política un reparto mínimo el 40% de las ganancias que la sociedad haya obtenido en el último ejercicio, y como máximo, un porcentaje cuya distribución no signifique exceder los límites establecidos en la política de endeudamiento definida por el Directorio, todo ello sin perjuicio de las decisiones que corresponda adoptar al Directorio y a las Juntas de Accionistas.

Año	Dividendo Pagado (\$)	Acciones	Precio por acción (\$)
2014	35.824.639.705	1.960.000.000	18,28
2013	32.090.409.000	1.960.000.000	16,37
2012	33.787.200.000	1.960.000.000	17,24

## MARCO NORMATIVO

La industria está regulada por normas específicas en materias de índole laboral. En primer lugar, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 203 del Código del Trabajo, se le aplica la obligación de contar con sala cuna a todos aquellos Centros Comerciales administrados bajo una misma razón social o personalidad jurídica, cuyos establecimientos ocupen entre todos, veinte o más trabajadoras. Esta obligación legal se entiende igualmente cumplida, si el empleador paga los gastos de sala cuna directamente al establecimiento al que la mujer trabajadora lleva a sus hijos. Plaza S.A. ha optado por dar cumplimiento a esta normativa mediante esta segunda opción y para estos efectos ha suscrito convenios con distintos jardines infantiles a los que paga directamente los gastos por el cuidado de los niños.

Por otra parte, en materia de descanso semanal, de conformidad a lo dispuesto en el número 7 del artículo 38 del Código del Trabajo, se encuentran exceptuados del descanso semanal los establecimientos de comercio y de servicios que atiendan directamente al público. Sin perjuicio de lo anterior, de conformidad a lo previsto en el artículo 2 de la ley 19.973, los días 1 de mayo, 18 y 19 de septiembre, 25 de diciembre y 1 de enero de cada año, son feriados obligatorios e irrenunciables para todos los

trabajadores del comercio, con excepción de aquellos que se desempeñan en clubes, restaurantes, establecimientos de entretenimientos, tales como, cines, espectáculos en vivo, discotecas, pub, cabarets, casinos de juego y otros lugares de juego legalmente autorizados. Adicionalmente, el artículo 169 de la ley N° 18.700 establece que los días de elecciones populares y plebiscito serán feriados legales y siguiendo la doctrina de la Dirección del Trabajo respecto a estos feriados, la excepción al descanso semanal del número 7 del artículo 38 del Código del Trabajo, no es aplicable a los trabajadores de centros o complejos comerciales administrados bajo una misma razón social o personalidad jurídica. En definitiva dando cumplimiento a esta normativa, nuestros Centros Comerciales, funcionan todos los días del año, salvo los días feriados obligatorios e irrenunciables donde sólo abren nuestros restaurantes, cines, pubs y discotecas y permanecen totalmente cerrados en fechas de elecciones populares y plebiscitos regidos por la citada ley.

## PRINCIPALES RIESGOS

Las empresas del Grupo están expuestas a determinados riesgos que gestiona mediante la aplicación de sistemas de identificación, medición, limitación de concentración y supervisión.

Entre los principales destacan los siguientes:

### a) Ciclo económico

En general las ventas de los centros comerciales están altamente correlacionadas con la evolución del producto interno bruto. La caída en el ingreso disponible de las personas provocada por la contracción económica que afecta los ingresos de los operadores y podría eventualmente afectar la tasa de ocupación de los locales. Sin embargo, la política comercial de Plaza S.A., está enfocada en cobros mayoritariamente fijos, por lo que los ingresos de Plaza S.A. son menos sensibles al ciclo económico que los ingresos obtenidos por los locales comerciales generados en razón de sus ventas. Además, es necesario destacar que una parte de los ingresos de Plaza S.A. provienen de operadores con negocios menos sensibles a dichos ciclos, como son los supermercados, locales de servicios, edificios médicos y de salud, oficinas y centros de educación.

### b) Restricciones al crédito a las personas

Relacionado al punto anterior, el menor acceso a los créditos de consumo que otorgan los bancos y las casas comerciales, debido a las mayores restricciones crediticias ocasionadas por los ciclos económicos, podría generar una menor venta de las tiendas, afectando la parte variable de los ingresos que recibe Plaza S.A. de parte de sus arrendatarios.

Plaza S.A. mitiga este riesgo con su política comercial cuyo objetivo es maximizar la proporción de ingresos fijos.

### c) Competencia

De acuerdo a estudios realizados en hogares y en los distintos centros comerciales, los principales actores que compiten con Plaza S.A., son los centros comerciales en sus distintos formatos, tales como malls, power centers, strip centers, los centros de cada ciudad y el comercio tradicional ubicados en las áreas de influencia donde están los centros comerciales Mall Plaza.

### d) Disponibilidad de terrenos

Una variable importante para el crecimiento futuro es la disponibilidad de terrenos adecuados para desarrollar proyectos de centros comerciales. En este aspecto, Plaza S.A. ya es propietaria de un conjunto de terrenos que le permitirán desarrollar proyectos comerciales durante los próximos años. Estos proyectos sólo se desarrollarán cuando la Compañía estime que existe una demanda asociada suficiente y que ellos sean rentables.

### e) Variación de la inflación, tasas de interés y normativa legal

La compañía tiene sus ingresos, egresos y gran parte de sus pasivos indexados a la UF, minimizando con ello los riesgos y externalidades de la inflación ajenas al negocio. Respecto a la exposición a variaciones en las tasas de interés de sus financiamientos, Plaza S.A. y sus filiales minimiza este riesgo a través de una política de financiamiento predominantemente de deuda largo plazo a tasa fija indexada a la inflación. Asimismo, la sociedad está expuesta a eventuales cambios en la normativa legal que se pudieran establecer para la industria, lo que podría influir en el desarrollo de sus futuros proyectos y centros comerciales en operación.

### f) Riesgos de la naturaleza

Este tipo de riesgo es tercerizado por la compañía a través de la contratación de pólizas de seguros que cubren ampliamente los riesgos operativos de todas sus propiedades de inversión (centros comerciales en operación y construcción) y los flujos de ingresos asociados a éstos, a través de compañías de seguros de primer nivel.

## HECHOS RELEVANTES

1. Con fecha 3 de abril de 2014 se informó que el sismo que ocurrió en la zona norte del país el día 1 de abril de 2014, sólo afectó en forma leve la operación del centro comercial ubicado en la primera región del país. Realiza la inspección técnica respectiva, sólo se detectaron daños menores en revestimientos y cristales.

2. Con fecha 23 de abril de 2014, en las oficinas ubicadas en Avenida Américo Vespucio 1737 piso 9, comuna de Huechuraba, se procedió a efectuar la Junta Ordinaria de Accionistas de Plaza S.A. en la que se adoptaron por la unanimidad de los accionistas los siguientes acuerdos:

a) Aprobar la Memoria, el Balance y el estado de resultados del ejercicio 2013, así como el informe evaluado por los auditores externos de la Sociedad.

b) Designar como directores de la Sociedad, para el próximo período estatutario, a los señores Thomas Fürst Freiwirth, Paul Fürst Gwinner, Tomás Müller Benoit, Pedro Donoso Pinto, Sergio Cardone Solari, Carlo Solari Donaggio, José Pablo Arellano Marín, Cristián Lewin Gómez y Juan Pablo Montero Schepeler.

c) Distribuir como dividendo definitivo a los accionistas la suma de \$35.824.639.705, lo que significa un dividendo definitivo de \$18.2778774 por acción, que se pagará el 30 de abril de 2014. Respecto del saldo no repartido como dividendo, se acordó destinar el saldo de dichas utilidades a la cuenta Ganancias Acumuladas.

d) Aprobar para los próximos ejercicios como política de dividendos un reparto mínimo el 40% de las utilidades que la Sociedad haya obtenido en el último ejercicio, todo ello sin perjuicio de las decisiones que corresponda adoptar al Directorio y a las Juntas de Accionistas.

e) Establecer como remuneración mensual para el Presidente del Directorio la suma de UF 200 y para los demás directores una remuneración mensual de 100 unidades de fomento.

f) Designar como auditores externos a la firma "Ernst & Young Servicios Profesionales de Auditoría y Asesoría Ltda.", atendido que se trata de

una de las tres principales empresas de auditoría del país, su dilatada trayectoria y su experiencia auditando empresas relacionadas con el giro de la sociedad.

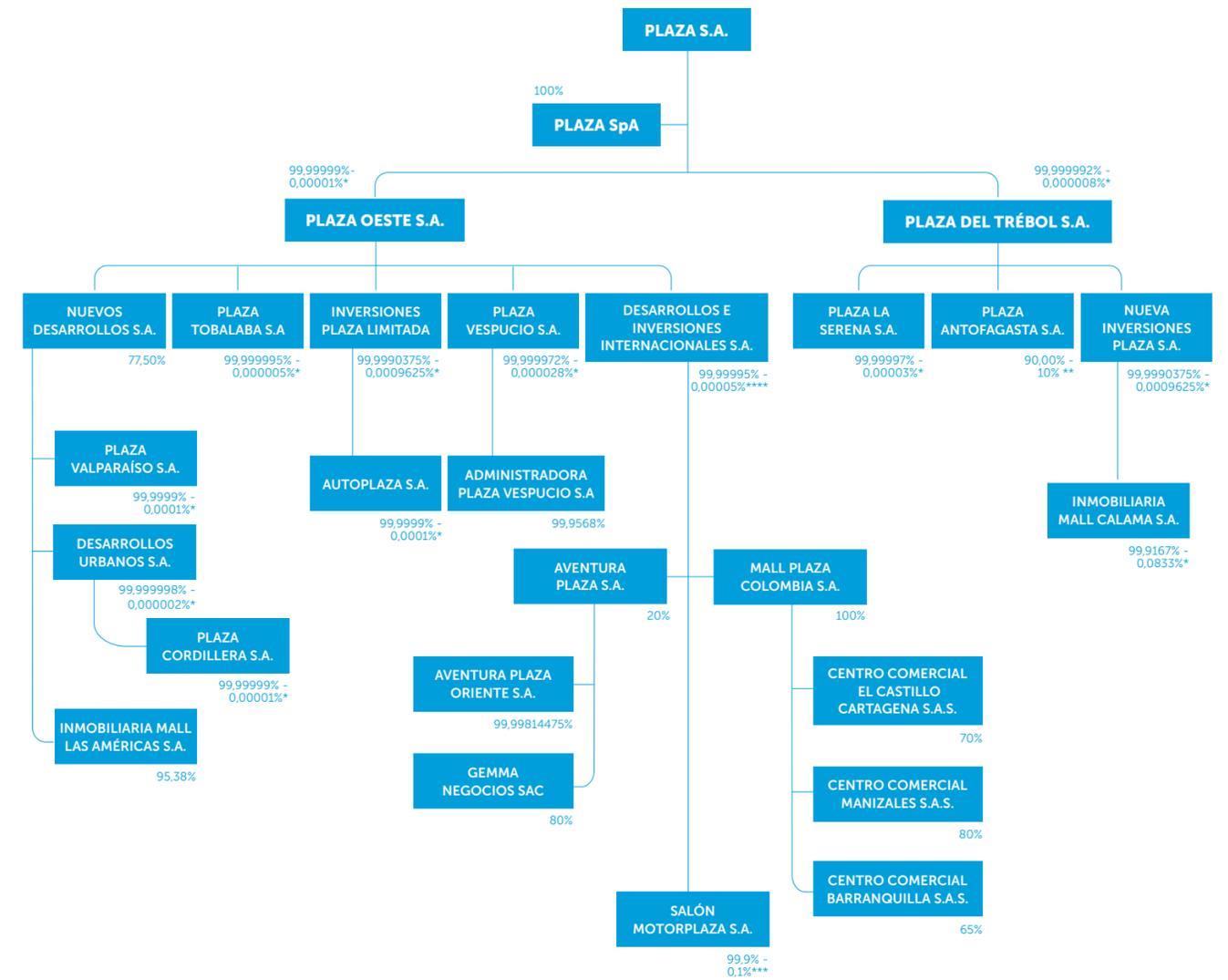
3. Con fecha 14 de octubre de 2014, se informó que con motivo de la publicación en el Diario Oficial con fecha 29 de septiembre recién pasado de la Ley 20.780, que modifica el sistema de tributación de la renta e introduce diversos cambios en el sistema tributario (la "Reforma Tributaria"), el Directorio de la Sociedad ha tomado conocimiento que su principal efecto es el que se describe a continuación:

a) La Reforma Tributaria considera un aumento progresivo en la tasa del Impuesto a la Renta de Primera Categoría para los años comerciales 2014, 2015, 2016, 2017 y 2018 en adelante, cambiando a un 21,0%, 22,5%, 24,0%, 25,5% y 27,0%, respectivamente, en el evento que se aplique el sistema parcialmente integrado. O bien, para los años comerciales 2014, 2015, 2016 y 2017 en adelante, aumentando la tasa del impuesto a un 21,0%, 22,5%, 24,0% y 25,0%, respectivamente, en el caso que se opte por la aplicación del sistema de renta atribuida.

b) Como lo establece la Reforma Tributaria, a la Sociedad se le aplicará como regla general el sistema parcialmente integrado. Si en el futuro la Junta de Accionistas de la Sociedad optara por tributar en base al sistema de renta atribuida se realizarán los ajustes contables correspondientes que reflejen este cambio.

Como consecuencia del aumento progresivo de las tasas del Impuesto de Primera Categoría, y de acuerdo a las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS), se debe reconocer en forma inmediata en los resultados de la Sociedad el impacto que dichos cambios producen en los activos y pasivos por impuestos diferidos. Por ello, los Estados Financieros de la Sociedad al 30 de septiembre 2014 reflejarán un impacto por única vez generado por el incremento de los pasivos diferidos netos por un valor aproximado de \$ 73.375 millones, con un consecuente impacto en la utilidad líquida distributable de la Sociedad correspondiente al ejercicio 2014. Cabe señalar que dada la naturaleza del negocio de la Sociedad, este efecto es solamente contable y no implica efectos en su flujo de caja en lo que respecta al pago de impuestos.

## ESTRUCTURA DE LA PROPIEDAD



\* % corresponde a Plaza SpA  
 \*\* % corresponde a Plaza La Serena S.A.  
 \*\*\* % corresponde a Auto Plaza S.A.  
 \*\*\*\* % corresponde a Plaza del Trébol S.A.

## INFORMACIÓN SOCIEDADES FILIALES Y SUBSIDIARIAS

NOMBRE Y NATURALEZA JURIDICA	MONEDA	31/12/2014		31/12/2013		% DE LA INVERSIÓN SOBRE EL ACTIVO TOTAL DE LA MATRIZ	OBJETO SOCIAL Y PRINCIPALES ACTIVIDADES	DIRECTORES O ADMINISTRADORES	GERENTE GENERAL
		CAPITAL SUSCRITO	CAPITAL PAGADO	% PARTICIPACIÓN	% PARTICIPACIÓN				
		EN EL CAPITAL DE LA SUBSIDIARIA O ASOCIADA		EN EL CAPITAL DE LA SUBSIDIARIA O ASOCIADA					
Plaza SpA (1)	Peso Chileno	101.510	101.510	100	100	-	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Cristián Somarriva L., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Plaza Oeste S.A. (1)	Peso Chileno	45.828.512.111	45.828.512.111	100	100	40,53	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Sergio Cardone S., Fernando de Peña Y., Cristián Somarriva L.	Oscar Munizaga D.
Plaza del Trébol S.A. (1)	Peso Chileno	22.619.566.849	22.619.566.849	100	100	21,22	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Cristián Somarriva L., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Nuevos Desarrollos S.A. (1)	Peso Chileno	268.690.754.733	268.690.754.733	77,5	77,5	18,15	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	F de Peña Y., A. Calderón V., N.Lewin M., H. Uribe G., C. Lewin G., T. Müller B., P.Fürst G., P.Aguirre R. y J. Gaju N.	Oscar Munizaga D.
Plaza Tobalaba S.A. (1)	Peso Chileno	5.224.152.133	5.224.152.133	100	100	4,26	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Cristián Somarriva L., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Inversiones Plaza Ltda. (1)	Peso Chileno	20.832.400.037	20.832.400.037	100	100	0,57	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Plaza Vespucio S.A. (1)	Peso Chileno	3.725.583.546	3.725.583.546	100	100	14,57	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Cristián Somarriva L., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Plaza Antofagasta S.A. (1)	Peso Chileno	5.229.502.223	5.229.502.223	100	100	3,31	Desarrollo y administración de Centro Comerciale en Area de Concesión	Fernando de Peña Y., Cristián Somarriva L., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Desarrollos e Inversiones Internacionales S.A. (2)	Dólar estadounidense	51.112.053.99	51.112.053.99	100	100	1,96	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Cristián Somarriva L., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Plaza La Serena S.A. (1)	Peso Chileno	4.291.200.056	4.291.200.056	100	100	4,03	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Cristián Somarriva L., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Plaza Valparaíso S.A. (1)	Peso Chileno	5.709.182.072	5.709.182.072	77,5	77,5	0,22	Desarrollo y administración de Centro Comerciale en Area de Concesión	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Inmobiliaria Mall Calama S.A. (1)	Peso Chileno	3.782.211.889	3.782.211.889	100	100	2,28	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Administradora Plaza Vespucio S.A. (1)	Peso Chileno	416.808.502	416.808.502	99,95676	99,95676	4,72	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Desarrollos Urbanos S.A. (1)	Peso Chileno	50.438.899.742	50.438.899.742	77,5	77,5	2,93	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Plaza Cordillera S.A. (1)	Peso Chileno	24.545.975.064	24.545.975.064	77,5	77,5	1,40	Desarrollo, construcción y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Autoplaza S.A. (1)	Peso Chileno	990.137	990.137	100	100	0,21	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Inmobiliaria Mall Las Américas S.A. (1)	Peso Chileno	5.824.837.241	5.824.837.241	73,92	73,50	0,83	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Nueva Inversiones Plaza S.A. (1)	Peso Chileno	5.098.034.934	5.098.034.934	100	-	2,30	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Oscar Munizaga D.
Mall Plaza Colombia S.A.S. (3)	Peso Colombiano	50.000.000.000	8.085.635.000	100	100	1,07	Desarrollo y administración de Centros Comerciales en Colombia	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Felipe Cobo G.
Centro Comercial El Castillo Cartagena S.A.S. (3)	Peso Colombiano	78.000.000	68.000.000	70	70	0,49	Desarrollo y administración de Centros Comerciales en Cartagena de Indias	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Felipe Cobo G.
Centro Comercial Manizales S.A.S. (3)	Peso Colombiano	704.090.000	704.090.000	80	80	0,27	Desarrollo y administración de Centros Comerciales en Manizales	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Felipe Cobo G.
Centro Comercial Barranquilla S.A.S. (3)	Peso Colombiano	298.640.000	298.640.000	65	-	0,04	Desarrollo y administración de Centros Comerciales en Barranquilla	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Felipe Cobo G.
Aventura Plaza S.A. (4)	Nuevo Sol Peruano	389.814.240,00	389.814.240,00	20	20	1,76	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Luis Miguel Palomino, Juan Xavier Roca, Lázaro Calderón, Andrés Calderón, Sergio Cardone	Mauricio Mendoza J.
Salón Motorplaza Perú S.A. (4)	Nuevo Sol Peruano	3.619.397,26	3.619.397,26	100	100	0,06	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Y., Oscar Munizaga D., Pablo Cortés De S.	Soledad Carvallo O.

(1) En pesos chilenos / (2) En dólares estadounidenses / (3) En pesos colombianos / (4) En nuevos soles peruanos.



12

Estados Financieros

## ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

## PLAZA S.A. Y FILIALES

Correspondientes a los ejercicios terminados  
al 31 de diciembre de 2014 y 2013

**Contenido:**

Informe de los Auditores Independientes  
Estados de Situación Financiera Consolidados  
Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función  
Estados de Flujos de Efectivo Consolidados  
Estados de Cambios en el Patrimonio Consolidados  
Notas a los Estados Financieros Consolidados

Plaza S.A. - Sociedad Anónima Cerrada  
Inscripción en el Registro de Valores N° 1.028



EY Chile  
Avda. Presidente  
Riesco 5435, piso 4,  
Santiago

Tel: +56 (2) 2676 1000  
www.eychile.cl

**Informe del Auditor Independiente**

Señores  
Accionistas y Directores  
Plaza S.A. y afiliadas

Hemos efectuado una auditoría a los estados financieros consolidados adjuntos de Plaza S.A. y afiliadas, que comprenden el estado de situación financiera consolidado al 31 de diciembre de 2014 y los correspondientes estados consolidados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha y las correspondientes notas a los estados financieros consolidados.

**Responsabilidad de la Administración por los estados financieros consolidados**

La Administración es responsable por la preparación y presentación razonable de estos estados financieros de acuerdo a instrucciones y normas de preparación y presentación de información financiera emitidas por la Superintendencia de Valores y Seguros descritas en Nota 2.1 a los estados financieros consolidados. La Administración también es responsable por el diseño, implementación y mantención de un control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de estados financieros consolidados que estén exentos de representaciones incorrectas significativas, ya sea debido a fraude o error.

**Responsabilidad del auditor**

Nuestra responsabilidad consiste en expresar una opinión sobre estos estados financieros consolidados a base de nuestra auditoría. Efectuamos nuestra auditoría de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Chile. Tales normas requieren que planifiquemos y realicemos nuestro trabajo con el objeto de lograr un razonable grado de seguridad que los estados financieros consolidados están exentos de representaciones incorrectas significativas.

Una auditoría comprende efectuar procedimientos para obtener evidencia de auditoría sobre los montos y revelaciones en los estados financieros consolidados. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio del auditor, incluyendo la evaluación de los riesgos de representaciones incorrectas significativas de los estados financieros consolidados, ya sea debido a fraude o error. Al efectuar estas evaluaciones de los riesgos, el auditor considera el control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de los estados financieros consolidados de la entidad con el objeto de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados a las circunstancias, pero sin el propósito de expresar una opinión sobre la efectividad del control interno de la entidad. En consecuencia, no expresamos tal tipo de opinión. Una auditoría incluye, también, evaluar lo apropiadas que son las políticas de contabilidad utilizadas y la razonabilidad de las estimaciones contables significativas efectuadas por la Administración, así como una evaluación de la presentación general de los estados financieros consolidados.



Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y apropiada para proporcionarnos una base para nuestra opinión de auditoría.

#### Opinión sobre la base regulatoria de contabilización

En nuestra opinión, los mencionados estados financieros consolidados presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Plaza S.A. y afiliadas al 31 de diciembre de 2014 y los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por el año terminado en esa fecha de acuerdo con instrucciones y normas de preparación y presentación de información financiera emitidas por la Superintendencia de Valores y Seguros descritas en Nota 2.1

#### Base de contabilización

Tal como se describe en Nota 2.1 a los estados financieros consolidados, en virtud de sus atribuciones la Superintendencia de Valores y Seguros con fecha 17 de octubre de 2014 emitió Oficio Circular N° 856 instruyendo a las entidades fiscalizadas, registrar en el ejercicio respectivo contra patrimonio las diferencias en activos y pasivos por concepto de impuestos diferidos que se produzcan como efecto directo del incremento en la tasa de impuestos de primera categoría introducido por la Ley 20.780, cambiando el marco de preparación y presentación de información financiera adoptado hasta esa fecha, dado que el marco anterior (NIIF) requiere ser adoptado de manera integral, explícita y sin reservas. Al 31 de diciembre de 2014 y por el año terminado en esa fecha la cuantificación del cambio del marco contable se describen en Nota 2.22. Nuestra opinión no se modifica respecto de este asunto.

#### Otros asuntos

Anteriormente, hemos efectuado una auditoría, de acuerdo con normas de auditoría generalmente aceptadas en Chile, a los estados financieros consolidados al 31 de diciembre de 2013 de Plaza S.A. y afiliadas adjuntos, y en nuestro informe de fecha 28 de febrero de 2014 expresamos una opinión de auditoría sin modificaciones sobre tales estados financieros consolidados.

Lilia León P.

EY LTDA.

Santiago, 27 de febrero de 2015

## ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADOS

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013

(En miles de pesos)

ACTIVOS	NOTA	AL 31 DE DICIEMBRE	
		DE 2014	DE 2013
		M\$	M\$
<b>ACTIVOS</b>			
<b>Activos corrientes</b>			
Efectivo y equivalentes al efectivo	5	15.775.977	101.928.066
Otros Activos financieros corrientes		1.425.982	459.646
Otros Activos no financieros corriente	6	41.767.454	33.294.318
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	7	40.073.538	46.569.404
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	8.1	4.618.879	2.970.567
Activos por impuestos corrientes	10	10.827.777	9.364.092
<b>Total activos corrientes en operación</b>		<b>114.489.607</b>	<b>194.586.093</b>
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas		4.583.334	-
<b>Total activos corrientes</b>		<b>119.072.941</b>	<b>194.586.093</b>
<b>Activos no corrientes</b>			
Otros Activos no financieros no corrientes	11	17.983.117	16.816.648
Cuentas por cobrar no corrientes	7	1.591.713	1.722.529
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	13	28.734.296	22.638.077
Activos intangibles distintos de la plusvalía	14	5.035.364	3.462.836
Plusvalía	14	357.778	357.778
Propiedades, planta y equipo	15	2.408.142	2.255.663
Propiedades de Inversión	16	2.235.523.058	2.100.279.697
Activos por impuestos diferidos	9.2	5.063.636	4.091.801
<b>Total activos no corrientes</b>		<b>2.296.697.104</b>	<b>2.151.625.029</b>
<b>Total de Activos</b>		<b>2.415.770.045</b>	<b>2.346.211.122</b>

Las notas adjuntas números 1 al 34 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados.

## ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA CONSOLIDADOS

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013  
(En miles de pesos)

PATRIMONIO Y PASIVOS	NOTA	AL 31 DE DICIEMBRE	AL 31 DE DICIEMBRE
		DE 2014	DE 2013
		M\$	M\$
<b>PASIVOS</b>			
<b>Pasivos corrientes</b>			
Otros pasivos financieros corrientes	18	84.382.774	106.949.091
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	20	28.252.758	29.209.452
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	8.2	301.635	359.161
Otras provisiones a corto plazo	30	372.447	274.092
Pasivos por impuestos corrientes	21	5.131.179	7.830.885
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	22	5.699.727	5.144.197
Otros pasivos no financieros corrientes	19	29.723.953	30.752.729
<b>Total pasivos corrientes</b>		<b>153.864.473</b>	<b>180.519.607</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>			
Otros pasivos financieros no corrientes	18	750.426.731	718.928.705
Cuentas por pagar no corrientes	20	1.208.738	888.803
Pasivos por impuestos diferidos	9.2	293.201.857	219.117.476
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	22	2.277.703	1.218.143
Otros pasivos no financieros no corrientes	23	19.183.155	18.170.085
<b>Total pasivos no corrientes</b>		<b>1.066.298.184</b>	<b>958.323.212</b>
<b>Total de Pasivos</b>		<b>1.220.162.657</b>	<b>1.138.842.819</b>
<b>PATRIMONIO</b>			
Capital Emitido	25	175.122.686	175.122.686
Ganancias (pérdidas) acumuladas		866.412.953	888.721.585
Primas de emisión		123.573.274	123.573.274
Otras reservas	25	(61.068.510)	(61.594.222)
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>		<b>1.104.040.403</b>	<b>1.125.823.323</b>
Participaciones no controladoras		91.566.985	81.544.980
<b>Patrimonio total</b>		<b>1.195.607.388</b>	<b>1.207.368.303</b>
<b>Total de patrimonio y pasivos</b>		<b>2.415.770.045</b>	<b>2.346.211.122</b>

Las notas adjuntas números 1 al 34 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados.

## ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES CONSOLIDADOS POR FUNCIÓN

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013  
(En miles de pesos)

ESTADO DE RESULTADOS	NOTA	POR LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE	
		2014	2013
		M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	27	226.552.377	192.400.968
Costo de ventas	28.2	(44.950.347)	(36.207.591)
<b>Ganancia bruta</b>		<b>181.602.030</b>	<b>156.193.377</b>
Otros ingresos, por función	28.1	2.874.954	10.814.261
Gasto de administración	28.2	(24.549.936)	(23.210.957)
Otros gastos, por función	28.5	(3.855.050)	(3.258.848)
<b>Ganancias de actividades operacionales</b>		<b>156.071.998</b>	<b>140.537.833</b>
Ingresos financieros	28.3	1.893.560	2.583.401
Costos financieros	28.4	(27.898.491)	(26.523.763)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	13 b)	2.716.743	1.371.163
Diferencias de cambio	28.4	(657.561)	(7.016)
Resultados por unidades de reajuste	28.4	(33.664.249)	(12.644.845)
<b>Ganancia antes de impuestos</b>		<b>98.462.000</b>	<b>105.316.773</b>
Gasto por impuestos a las ganancias	9.1	(12.615.478)	(13.935.549)
<b>Ganancia</b>		<b>85.846.522</b>	<b>91.381.224</b>
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a</b>			
Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora		83.294.311	89.561.599
Ganancia (pérdida) atribuible a participaciones no controladoras		2.552.211	1.819.625
<b>Ganancia (pérdida)</b>		<b>85.846.522</b>	<b>91.381.224</b>
<b>Ganancias por acción</b>			
<b>Ganancia por acción básica</b>			
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones continuadas		\$ 42,50	\$ 45,69
<b>Ganancia (pérdida) por acción básica</b>		<b>\$ 42,50</b>	<b>\$ 45,69</b>
<b>Ganancia por acción diluida</b>			
Ganancia (pérdida) diluida por acción en operaciones continuadas		\$ 42,50	\$ 45,69
<b>Ganancia (pérdida) diluida por acción</b>		<b>\$ 42,50</b>	<b>\$ 45,69</b>

Las notas adjuntas números 1 al 34 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados.

## ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES CONSOLIDADOS POR FUNCIÓN

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013  
(En miles de pesos)

ESTADO DEL RESULTADO INTEGRAL	POR LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE	
	2014	2013
	M\$	M\$
<b>Ganancia (pérdida)</b>	<b>85.846.522</b>	<b>91.381.224</b>
<b>Componentes de otro resultado integral que no se clasificarán al resultado del período, antes de impuestos</b>	-	-
<b>Componentes de otro resultado integral que se clasificarán al resultado del período, antes de impuestos</b>		
<b>Diferencia de cambio por conversión</b>		
Ganancias (pérdidas) por diferencias de cambio de conversión, antes de impuestos	(237.666)	(62.109)
<b>Otro resultado integral, antes de impuestos, diferencia de cambio por conversión</b>	<b>(237.666)</b>	<b>(62.109)</b>
<b>Coberturas del flujo de efectivo</b>		
Ganancias (pérdidas) por coberturas de flujos de efectivo, antes de impuestos	413.879	(1.252.868)
<b>Otro resultado integral, antes de impuestos, coberturas del flujo de efectivo</b>	<b>413.879</b>	<b>(1.252.868)</b>
<b>Otros componentes de otro resultado integral, que se clasificarán en el resultado del período, antes de impuestos</b>	<b>176.213</b>	<b>(1.314.977)</b>
<b>Impuestos a las ganancias relacionados con componentes de otro resultado integral</b>		
Impuesto a las ganancias relacionado con coberturas de flujos de efectivo de otro resultado integral	(49.735)	222.483
<b>Impuestos a las ganancias relacionados con componentes de otro resultado integral</b>	<b>(49.735)</b>	<b>222.483</b>
<b>Otro resultado integral</b>	<b>126.478</b>	<b>(1.092.494)</b>
<b>Resultado Integral Total</b>	<b>85.973.000</b>	<b>90.288.730</b>
<b>Resultado integral atribuible a</b>		
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	83.820.023	88.500.708
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	2.152.977	1.788.022
<b>Resultado Integral Total</b>	<b>85.973.000</b>	<b>90.288.730</b>

Las notas adjuntas números 1 al 34 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados.

## ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO CONSOLIDADOS

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013  
(En miles de pesos)

ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO DIRECTO	POR LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE	
	2014	2013
	M\$	M\$

### Flujos de efectivo procedentes de (Utilizados en) actividades de operación

#### Clases de cobros por actividades de operación:

Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	272.040.231	234.755.131
--	-------------	-------------

#### Clases de pagos:

Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(41.027.475)	(32.011.771)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(19.942.147)	(17.679.961)
Otros pagos por actividades de operación	(28.604.777)	(21.270.116)
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(13.952.984)	(10.303.726)
Otras entradas (salidas) de efectivo	1.964.096	8.629.657
<b>Flujos de Efectivo por (Utilizados en) Operaciones, Total</b>	<b>170.476.944</b>	<b>162.119.214</b>

### Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión

Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	-	(12.779.956)
Flujos de efectivo utilizados en la compra de participaciones no controladoras	(1.539.702)	(1.737.513)
Otros cobros por la venta de patrimonio o instrumentos de deuda de otras entidades	-	100
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	488.038	1.788.051
Pagos por compras de activos intangibles	(2.375.822)	(1.254.845)
Pagos por compras de propiedades, planta y equipo	(276.463)	(227.263)
Pagos por compras de otros activos a largo plazo - Propiedades de Inversión	(177.111.983)	(215.555.782)
Intereses recibidos	2.016.104	2.423.747
Otras entradas (salidas) de efectivo	12.929.594	5.174.005
<b>Flujos de Efectivo Netos de (Utilizados en) Actividades de Inversión</b>	<b>(165.870.234)</b>	<b>(222.169.456)</b>

### Flujos de Efectivo Netos de (Utilizados en) Actividades de Financiación

Importes procedentes de obligaciones con el público	-	104.765.291
Importes procedentes de préstamos	140.628.358	90.094.945
<b>Total importes procedentes de préstamos</b>	<b>140.628.358</b>	<b>194.860.236</b>
Pagos de préstamos	(123.918.881)	(27.347.288)
Pagos de obligaciones con el público	(46.705.755)	-
Dividendos pagados	(36.652.503)	(32.463.151)
Intereses pagados	(31.130.283)	(26.138.194)
Otras entradas (salidas) de efectivo	7.174.471	8.933.833
<b>Flujos de Efectivo Netos de (Utilizados en) Actividades de Financiación</b>	<b>(90.604.593)</b>	<b>117.845.436</b>
<b>Incremento (Decremento) Neto en Efectivo y Equivalentes al Efectivo</b>	<b>(85.997.883)</b>	<b>57.795.194</b>
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(154.206)	(19.095)
Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Estado de Flujo de Efectivo, Saldo Inicial	101.928.066	44.151.967
<b>Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Estado de Flujo de Efectivo, Saldo Final</b>	<b>15.775.977</b>	<b>101.928.066</b>

Las notas adjuntas números 1 al 34 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados.

## ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO CONSOLIDADOS

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013

(En miles de pesos)

	CAPITAL EN ACCIONES	PRIMA DE EMISIÓN	RESERVAS DE CONVERSIÓN	RESERVAS DE COBERTURA DE FLUJO DE CAJA	OTRAS RESERVAS	TOTAL OTRAS RESERVAS	GANANCIAS (PÉRDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO NETO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA	PARTICIPACIONES NO CONTROLADORAS	CAMBIOS EN PATRIMONIO NETO, TOTAL
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014</b>										
<b>Patrimonio previamente reportado</b>	<b>175.122.686</b>	<b>123.573.274</b>	<b>(49.189)</b>	<b>(322.050)</b>	<b>(61.222.983)</b>	<b>(61.594.222)</b>	<b>888.721.585</b>	<b>1.125.823.323</b>	<b>81.544.980</b>	<b>1.207.368.303</b>
<b>Cambios en patrimonio</b>										
Resultado integral										
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	-	83.294.311	<b>83.294.311</b>	2.552.211	<b>85.846.522</b>
Otro resultado integral	-	-	197.403	328.309	-	525.712	-	<b>525.712</b>	(399.234)	<b>126.478</b>
<b>Resultado integral</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>197.403</b>	<b>328.309</b>	<b>-</b>	<b>525.712</b>	<b>83.294.311</b>	<b>83.820.023</b>	<b>2.152.977</b>	<b>85.973.000</b>
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(33.819.921)	<b>(33.819.921)</b>	(1.169.371)	<b>(34.989.292)</b>
Efecto reforma tributaria Chile (Oficio Circular N° 856)	-	-	-	-	-	-	(71.783.022)	<b>(71.783.022)</b>	(1.591.522)	<b>(73.374.544)</b>
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	-	-	-	-	-	10.629.921	<b>10.629.921</b>
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>197.403</b>	<b>328.309</b>	<b>-</b>	<b>525.712</b>	<b>(22.308.632)</b>	<b>(21.782.920)</b>	<b>10.022.005</b>	<b>(11.760.915)</b>
<b>Saldo Final Período Actual</b>	<b>175.122.686</b>	<b>123.573.274</b>	<b>148.214</b>	<b>6.259</b>	<b>(61.222.983)</b>	<b>(61.068.510)</b>	<b>866.412.953</b>	<b>1.104.040.403</b>	<b>91.566.985</b>	<b>1.195.607.388</b>
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013</b>										
<b>Patrimonio previamente reportado</b>	<b>175.122.686</b>	<b>123.573.274</b>	<b>12.920</b>	<b>676.732</b>	<b>(61.222.983)</b>	<b>(60.533.331)</b>	<b>843.665.276</b>	<b>1.081.827.905</b>	<b>66.352.857</b>	<b>1.148.180.762</b>
<b>Cambios en patrimonio</b>										
Resultado integral										
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	-	89.561.599	<b>89.561.599</b>	1.819.625	<b>91.381.224</b>
Otro resultado integral	-	-	(62.109)	(998.782)	-	<b>(1.060.891)</b>	-	<b>(1.060.891)</b>	(31.603)	<b>(1.092.494)</b>
<b>Resultado integral</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(62.109)</b>	<b>(998.782)</b>	<b>-</b>	<b>(1.060.891)</b>	<b>89.561.599</b>	<b>88.500.708</b>	<b>1.788.022</b>	<b>90.288.730</b>
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(44.505.290)	<b>(44.505.290)</b>	(496.079)	<b>(45.001.369)</b>
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	-	-	-	-	-	13.900.180	<b>13.900.180</b>
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(62.109)</b>	<b>(998.782)</b>	<b>-</b>	<b>(1.060.891)</b>	<b>45.056.309</b>	<b>43.995.418</b>	<b>15.192.123</b>	<b>59.187.541</b>
<b>Saldo Final Período Anterior</b>	<b>175.122.686</b>	<b>123.573.274</b>	<b>(49.189)</b>	<b>(322.050)</b>	<b>(61.222.983)</b>	<b>(61.594.222)</b>	<b>888.721.585</b>	<b>1.125.823.323</b>	<b>81.544.980</b>	<b>1.207.368.303</b>

Las notas adjuntas números 1 al 34 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados.

## NOTAS A LOS ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2014 y 2013

(En miles de pesos)

Contenido	Página
Nota 1 – Actividad y Estados Financieros del Grupo	156
Nota 2 – Principales políticas contables	159
2.1 Bases de preparación y presentación	159
2.2 Base de consolidación	159
2.3 Moneda funcional	159
2.4 Conversión de moneda extranjera	159
2.5 Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes	160
2.6 Estado de flujos de efectivo	160
2.7 Activos financieros	160
2.8 Pasivos financieros	161
2.9 Contratos derivados	161
2.10 Activos mantenidos para la venta y operaciones discontinuas	161
2.11 Propiedades, planta y equipo	161
2.12 Propiedades de inversión	162
2.13 Activos intangibles y plusvalías	162
2.14 Deterioro de los activos	164
2.15 Inversiones en asociadas	164
2.16 Combinaciones de negocios y plusvalía	164
2.17 Ingresos diferidos	164
2.18 Reconocimiento de ingresos y gastos	164
2.19 Ingresos financieros	165
2.20 Provisión de deudores incobrables	165
2.21 Provisiones	165
2.22 Impuesto a las ganancias	165
2.23 Reclasificaciones	166
2.24 Dividendos	167
2.25 Información financiera por segmentos operativos	167
2.26 Nuevos pronunciamientos contables (NIIF e interpretaciones del Comité de interpretaciones de NIIF)	167
Nota 3 – Estimaciones y aplicación del criterio profesional	170
Nota 4 – Instrumentos financieros	171
Nota 5 – Efectivo y equivalentes al efectivo	172
Nota 6 – Otros activos no financieros corrientes	172
Nota 7 – Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	173
Nota 8 – Revelaciones de partes relacionadas	174
8.1 Documentos y cuentas por cobrar empresas relacionadas corrientes	174
8.2 Documentos y cuentas por pagar empresas relacionadas corrientes	174
8.3 Transacciones	175
8.4 Compensación del personal clave del Grupo	176
Nota 9 – Impuestos a las ganancias e impuestos diferidos	177
9.1 Impuestos a las ganancias	177
9.2 Impuestos diferidos	178
Nota 10 – Activos por impuestos corrientes	179
Nota 11 – Otros activos no financieros no corrientes	179
Nota 12 – Combinación de negocios	180
Nota 13 – Inversión en asociada	180
Nota 14 – Activos intangibles y plusvalía	181

Contenido	Página
Nota 15 – Propiedades, planta y equipo	182
Nota 16 – Propiedades de inversión	183
Nota 17 – Arrendamientos	184
Nota 18 – Otros pasivos financieros	185
Nota 19 – Otros pasivos no financieros corrientes	190
Nota 20 – Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	190
Nota 21 – Pasivos por impuestos corrientes	192
Nota 22 – Provisiones por beneficios a los empleados	192
Nota 23 – Otros pasivos no financieros no corrientes	193
Nota 24 – Ingresos diferidos	193
Nota 25 – Capital emitido	193
Nota 26 – Dividendos pagados y propuestos	195
Nota 27 – Ingresos de actividades ordinarias	195
Nota 28 – Otros ingresos y gastos	195
28.1 Otros ingresos por función	195
28.2 Costos y gastos	195
28.3 Ingresos financieros	195
28.4 Gastos financieros	196
28.5 Otros gastos, por función	196
28.6 Costos de investigación y desarrollo	196
Nota 29 – Transacciones en moneda extranjera	197
Nota 30 – Compromisos, restricciones y contingencias	197
Nota 31 – Administración de riesgos financieros	200
Nota 32 – Valor razonable de los instrumentos financieros	204
Nota 33 – Medio ambiente	206
Nota 34 – Hechos posteriores	206







Los costos de ampliación, modernización o mejora que representan un aumento de la productividad, capacidad o eficiencia y por ende una extensión de la vida útil de los bienes se capitalizan como mayor costo de los correspondientes bienes. Los gastos periódicos de mantenimiento, conservación y reparación, se imputan a resultados, como costo del ejercicio en que se incurren. Un elemento de Propiedad, Planta y Equipo es dado de baja en el momento de su disposición o cuando no se esperan futuros beneficios económicos de su uso o disposición. Cualquier utilidad o pérdida que surge de la baja del activo (calculada como la diferencia entre el valor neto de disposición y el valor libro del activo) es incluida en el Estado de Resultados en el ejercicio en el cual el activo es dado de baja.

La depreciación comienza cuando los bienes se encuentran disponibles para ser utilizados, esto es, cuando se encuentran en la ubicación y en las condiciones necesarias para ser capaces de operar de la forma prevista por la Administración. La depreciación es calculada linealmente durante la vida útil económica de los activos, hasta el monto de su valor residual. Las vidas útiles económicas estimadas por categoría son las siguientes:

CATEGORÍA	AÑOS
Edificios	80
Instalaciones fijas y accesorios	de 3 a 5
Planta y Equipos	7
Vehículos de Motor	7

### 2.12 Propiedades de inversión

De acuerdo a lo señalado en la NIIF 1, Plaza S.A. optó por valorizar las propiedades de inversión a su valor justo y utilizar ese valor como costo atribuido a la fecha de convergencia al 01 de enero de 2009. Desde la conversión a IFRS en adelante se ha aplicado el modelo de costo.

Las Propiedades de Inversión son aquellos bienes inmuebles mantenidos por el Grupo para obtener beneficios económicos derivados de su arriendo u obtener apreciación de capital por el hecho de mantenerlos, y se presentan netos de su depreciación acumulada y deterioro acumulado de valor, excepto por los terrenos los cuales no están sujetos a depreciación. La Propiedad de Inversión en etapa de construcción se registra al costo que incluye tanto los desembolsos directamente atribuibles a la adquisición o construcción del activo, como también los intereses por financiamiento directamente relacionados con ciertos activos calificados.

El importe en libros de la Propiedad de Inversión se da de baja en cuentas cuando éstas han sido enajenadas o cuando son permanentemente retiradas de uso y no se espera ningún beneficio económico futuro debido a su disposición. Cualquier utilidad o pérdida al retirar o disponer de una Propiedad de Inversión es reconocida en el estado de resultados en el ejercicio en el cual se retira o enajena.

Las vidas útiles económicas estimadas para los principales elementos de la Propiedad de Inversión son las siguientes:

CATEGORÍA	AÑOS
Edificios	80
Exteriores	30
Terminaciones	30
Instalaciones	20
Maquinarias y equipos	5 a 8

### 2.13 Activos intangibles y plusvalías

Los activos intangibles adquiridos separadamente son medidos al costo en el reconocimiento inicial. El costo de los activos intangibles adquiridos en una combinación de negocios es su valor justo a la fecha de adquisición.

Después de su reconocimiento inicial, los activos intangibles son registrados al costo, menos cualquier amortización acumulada y cualquier pérdida por deterioro acumulada. Los activos intangibles generados internamente son capitalizados siempre y cuando cumplan las condiciones de identificabilidad, control sobre el recurso en cuestión y existencia de beneficios económicos futuros y se realice durante la fase de desarrollo; de acuerdo a lo establecido en la NIC 38 "Activos Intangibles". Si no se cumplen las condiciones mencionadas, el gasto es reflejado en el Estado de Resultados en el período en el cual el gasto es incurrido.

Las vidas útiles de los activos intangibles son evaluadas como finitas o indefinidas.

Los activos intangibles con vidas útiles finitas son amortizados linealmente durante la vida útil económica y su valor es evaluado cada vez que hay una indicación de que el activo intangible puede estar deteriorado. El período de amortización y el método de amortización de un activo intangible con una vida útil finita son revisados al menos al cierre de cada ejercicio financiero. Los cambios esperados en la vida útil o beneficios económicos futuros incluidos en el activo son tratados como cambios en estimaciones contables. El gasto por amortización de activos intangibles con vidas finitas es reconocido en el Estado de Resultados dentro de gastos de administración.

Los activos intangibles con vidas útiles indefinidas no son amortizados, pero sí se realiza una prueba de deterioro anual, individualmente o por unidad generadora de efectivo. La vida útil de un activo intangible con una vida indefinida es revisada anualmente para determinar si la evaluación de vida indefinida continúa siendo sustentable. Si no es así, el cambio en la evaluación de vida útil de indefinido a definido es realizado en base prospectiva.

Las utilidades o pérdidas al dar de baja un activo intangible son medidas como la diferencia entre los ingresos netos por disposición y el valor libro del activo y son reconocidas en el Estado de Resultado del ejercicio cuando la partida sea dada de baja en cuentas.

Los intangibles identificados por Plaza S.A. y sus filiales corresponden a plusvalía, marcas comerciales, el diseño e implementación de nuevos procesos y licencias de programas informáticos adquiridas.

#### a) Plusvalía

La plusvalía representa el exceso del costo de una inversión en una filial o una asociada sobre la participación de la Compañía en el valor justo de los activos netos identificables a la fecha de adquisición. Luego del reconocimiento inicial, la plusvalía es medida al costo menos cualquier pérdida acumulada por deterioro. La plusvalía relacionada con adquisiciones de filiales es sometida a pruebas de deterioro anuales. Para propósitos de las pruebas de deterioro, la plusvalía es asignada a las unidades generadoras de efectivo (o grupos de unidades generadoras de efectivo, o "UGEs") que se espera se beneficiarán de las sinergias de una combinación de negocios.

La Compañía ha efectuado el test anual de deterioro requerido por la normativa contable, no identificando deterioro alguno.

#### b) Marcas comerciales

Las marcas comerciales de la Compañía corresponden a activos intangibles de vida útil indefinida y se presentan a su costo histórico, menos cualquier pérdida por deterioro. Estos activos se someten a pruebas de deterioro anualmente o cuando existen factores que indiquen una posible pérdida de valor.

#### c) Diseño e implementación de procesos de eficiencia administrativa

El diseño y la implementación de nuevos procesos operativos son capitalizados al valor de los costos incurridos en su ejecución. Estos costos se amortizan durante el plazo en que se estima producirán beneficios económicos futuros (5 años).

#### d) Programas informáticos

Las licencias adquiridas de programas informáticos son capitalizadas al valor de los costos incurridos en adquirirlas y prepararlas para usar los programas específicos. Estos costos se amortizan durante sus vidas útiles estimadas (3 a 5 años). Los costos de mantenimiento de programas informáticos se reconocen como gasto del período en que se incurren.

Lo siguiente es un resumen de las políticas aplicadas a los activos intangibles del Grupo:

	PLUSVALÍA	MARCAS COMERCIALES	PROYECTOS DE EFICIENCIA ADMINISTRATIVA	PROGRAMAS INFORMÁTICOS
Vidas útiles	Indefinida	Indefinida	5 años	3 a 5 años
Método de amortización	-	-	Lineal	Lineal
Internamente generado o adquirido	Adquirido	Adquirido	Adquirido	Adquirido



## 2.23 Reclasificaciones

La Sociedad ha efectuado ciertas reclasificaciones en los Estados Financieros reportados previamente al 31 de diciembre de 2013, dichas reclasificaciones han sido realizadas sólo para efectos de presentación.

RECLASIFICACIONES EN EL ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA	SALDO AL	SALDO INFORMADO	RECLASIFICACIÓN
	31 DE DICIEMBRE DE 2013	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013	
	M\$	M\$	M\$
<b>Activos</b>			
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes a)	46.569.404	48.759.037	(2.189.633)
Otros Activos no financieros corrientes a) y b)	33.294.318	31.060.671	2.233.647
Cuentas por cobrar no corrientes c)	1.722.529	16.928.905	(15.206.376)
Otros Activos no financieros no corrientes c) y b)	16.816.648	1.654.286	15.162.362
<b>Total Activos</b>	<b>98.402.899</b>	<b>98.402.899</b>	<b>-</b>
<b>Pasivos</b>			
Pasivos por impuestos corrientes, corrientes d)	7.830.885	6.536.006	1.294.879
Otros pasivos no financieros corrientes d)	30.752.729	32.047.608	(1.294.879)
<b>Total Pasivos</b>	<b>38.583.614</b>	<b>38.583.614</b>	<b>-</b>

CONCEPTO DE LA RECLASIFICACIÓN	RECLASIFICACIÓN	CORRIENTES	NO CORRIENTES
		M\$	M\$
<b>Activos</b>			
Linealización ingresos mínimos contratos de arriendo	a) y c)	2.189.633	15.206.376
Otros	b)	44.014	(44.014)
<b>Total Activos</b>		<b>2.233.647</b>	<b>15.162.362</b>
<b>Pasivos</b>			
PPM por pagar	d)	1.294.879	-
<b>Total Pasivos</b>		<b>1.294.879</b>	<b>-</b>

RECLASIFICACIONES EN EL ESTADO DE FLUJO DIRECTO	SALDO AL	SALDO INFORMADO	RECLASIFICACIÓN
	31 DE DICIEMBRE DE 2013	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013	
	M\$	M\$	M\$
Flujos de efectivo utilizados en la compra de participaciones no controladoras	(1.737.513)	-	(1.737.513)
Otras entradas (salidas) de efectivo - Flujo de inversión	5.174.005	3.436.492	1.737.513
	<b>3.436.492</b>	<b>3.436.492</b>	<b>-</b>

## 2.24 Dividendos

El artículo N° 79 de la ley de Sociedades Anónimas de Chile establece que, salvo que los estatutos determinen otra cosa, las sociedades anónimas cerradas deberán distribuir anualmente como dividendo en dinero a sus accionistas, a prorrata de sus acciones o en la proporción que establezcan los estatutos si hubiere acciones preferidas, a lo menos el 30% de las utilidades líquidas de cada ejercicio, excepto cuando corresponda absorber pérdidas acumuladas provenientes de períodos anteriores. La Sociedad registra al cierre de cada ejercicio un pasivo por el 30% de las utilidades líquidas distribuibles, el que se registra contra la cuenta de Ganancias (Pérdidas) Acumuladas en el Estado de Cambios en el Patrimonio.

Los dividendos provisorios y definitivos, se registran como menor Patrimonio en el momento de su aprobación por el órgano competente, que en el primer caso normalmente es el Directorio de la Sociedad, mientras que en el segundo la responsabilidad recae en la Junta General de Accionistas.

## 2.25 Información financiera por segmentos operativos

La información por segmentos se reporta de acuerdo a lo señalado en la NIIF 8 "Segmentos de Operación", de manera consistente con los informes internos que son regularmente revisados por la administración del Grupo y se han determinado de acuerdo a las principales actividades de negocio que desarrolla el Grupo y que son revisadas regularmente por la administración superior, con el objeto de medir rendimientos, evaluar riesgos y asignar recursos, y para la cual existe información disponible. En el proceso de determinación de segmentos reportables, ciertos segmentos han sido agrupados debido a que poseen características económicas similares.

La Sociedad opera en el segmento inmobiliario a través del arriendo de locales y espacios de sus centros comerciales, lo cual corresponde a un solo segmento. No existen otros segmentos significativos que reportar, consecuente con las definiciones de la normativa.

## 2.26 Nuevos pronunciamientos contables (NIIF e Interpretaciones del Comité de Interpretaciones de NIIF)

A la fecha de emisión de los presentes Estados Financieros Consolidados, se han publicado Nuevas Normas, Enmiendas, Mejoras e Interpretaciones a las normas existentes, que no han entrado en vigencia, éstas se detallan a continuación:

	NUEVAS NORMAS	FECHA DE APLICACIÓN OBLIGATORIA
NIIF 9	Instrumentos financieros	1 de Enero de 2018
NIIF 14	Cuentas regulatorias diferidas	1 de Enero de 2016
NIIF 15	Ingresos procedentes de contratos con clientes	1 de Enero de 2017

## NIIF 9 "Instrumentos Financieros"

En julio de 2014 fue emitida la versión final de NIIF 9 Instrumentos Financieros, reuniendo todas las fases del proyecto del IASB para reemplazar NIC 39 Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Medición. Esta norma incluye nuevos requerimientos basados en principios para la clasificación y medición, introduce un modelo "más prospectivo" de pérdidas crediticias esperadas para la contabilidad del deterioro y un enfoque sustancialmente reformado para la contabilidad de coberturas. Las entidades también tendrán la opción de aplicar en forma anticipada la contabilidad de ganancias y pérdidas por cambios de valor justo relacionados con el "riesgo crediticio propio" para los pasivos financieros designados al valor razonable con cambios en resultados, sin aplicar los otros requerimientos de NIIF 9. La norma será de aplicación obligatoria para los períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2018. Se permite su aplicación anticipada.

## NIIF 14 "Cuentas Regulatorias Diferidas"

NIIF 14 Cuentas Regulatorias Diferidas, emitida en enero de 2014, es una norma provisional que pretende mejorar la comparabilidad de información financiera de entidades que están involucradas en actividades con precios regulados. Muchos países tienen sectores industriales que están sujetos a la regulación de precios (por ejemplo gas, agua y electricidad), la cual puede tener un impacto significativo en el reconocimiento de ingresos (momento y monto) de la entidad. Esta norma permite a las entidades que adoptan por primera vez IFRS seguir reconociendo los montos relacionados con la regulación de precios según los requerimientos del PCGA anterior, sin embargo, mostrándolos en forma separada. Una entidad que ya presenta Estados Financieros bajo IFRS no debe aplicar esta norma. La norma será de aplicación obligatoria para los períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2016. Se permite su aplicación anticipada.

## NIIF 15 "Ingresos procedentes de Contratos con Clientes"

NIIF 15 Ingresos procedentes de Contratos con Clientes, emitida en mayo de 2014, es una nueva norma que es aplicable a todos los contratos con clientes, excepto arrendamientos, instrumentos financieros y contratos de seguros. Se trata de un proyecto conjunto con el FASB para eliminar diferencias en el reconocimiento de ingresos entre IFRS y US GAAP. Esta nueva norma pretende mejorar las inconsistencias y debilidades de NIC 18 y proporcionar un modelo que facilitará la comparabilidad de compañías de diferentes industrias y regiones. Proporciona un nuevo modelo para el reconocimiento de ingresos y requerimientos más detallados para contratos con elementos múltiples. Además requiere revelaciones más detalladas. La norma será de aplicación obligatoria para los períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2017. Se permite su aplicación anticipada.



## ESTIMACIONES Y APLICACIÓN DEL CRITERIO PROFESIONAL

### NOTA 3

En la preparación de los Estados Financieros Consolidados se han utilizado determinadas estimaciones y supuestos realizados por la Administración de Plaza S.A., para cuantificar algunos activos, pasivos, ingresos, gastos y compromisos que figuran registrados en ellos. Las Normas también exigen a la Administración que ejerza su juicio en el proceso de aplicación de las políticas contables de la Sociedad.

A continuación se revelan las áreas que implican un mayor grado de juicio o complejidad o las áreas donde los supuestos y estimaciones son significativos para los Estados Financieros Consolidados:

- Vida útil de la propiedad de inversión y valor residual.
- Estimación de incobrables de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar.
- Estimación de impuestos recuperables.
- Estimación de deterioro de activos no corrientes.
- Cálculo de bonos de ejecutivos.
- Hipótesis utilizadas para el cálculo del valor razonable de los instrumentos financieros y derivados.
- Cálculo de linealización de ingresos mínimos en contratos de arriendo.

Estas estimaciones se sustentan en los respectivos informes técnicos. Estas estimaciones se han realizado en función de la información disponible a la fecha de emisión de los presentes Estados Financieros Consolidados, por lo que es posible que acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro, no detectados a esta fecha, obliguen a modificarlas en los próximos períodos, lo que se haría en forma prospectiva, reconociendo los efectos del cambio de estimación en los correspondientes Estados Financieros Consolidados futuros.

## INSTRUMENTOS FINANCIEROS

### NOTA 4

#### a) Composición de activos y pasivos financieros

	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014		AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013	
	CORRIENTE	NO CORRIENTE	CORRIENTE	NO CORRIENTE
	M\$	M\$	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	15.775.977	-	101.928.066	-
Otros Activos financieros corrientes	1.425.982	-	459.646	-
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	40.073.538	1.591.713	46.569.404	1.722.529
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	4.618.879	-	2.970.567	-
<b>Total Activos financieros</b>	<b>61.894.376</b>	<b>1.591.713</b>	<b>151.927.683</b>	<b>1.722.529</b>
Préstamos bancarios	80.644.710	261.565.711	54.116.156	260.050.571
Obligaciones con el público	3.738.064	484.168.103	50.253.350	457.792.255
Derivados de cobertura	-	4.692.917	2.579.585	1.085.879
<b>Total Otros pasivos financieros</b>	<b>84.382.774</b>	<b>750.426.731</b>	<b>106.949.091</b>	<b>718.928.705</b>
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	28.252.758	1.208.738	29.209.452	888.803
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	301.635	-	359.161	-
<b>Total Pasivos financieros</b>	<b>112.937.167</b>	<b>751.635.469</b>	<b>136.517.704</b>	<b>719.817.508</b>

#### b) Instrumentos financieros por categoría

	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014		AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013	
	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE	DERIVADOS DE	EFFECTIVO Y EQUIVALENTE	DERIVADOS DE
	DE EFFECTIVO, PRÉSTAMOS Y	COBERTURA	DE EFFECTIVO, PRÉSTAMOS Y	COBERTURA
	CUENTAS POR COBRAR	DE FLUJOS DE EFFECTIVO	CUENTAS POR COBRAR	DE FLUJOS DE EFFECTIVO
	M\$	M\$	M\$	M\$

#### Activos

Efectivo y equivalentes al efectivo	15.775.977	-	101.928.066	-
Otros Activos financieros corrientes	-	1.425.982	-	459.646
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	41.665.251	-	48.291.933	-
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	4.618.879	-	2.970.567	-
<b>Total</b>	<b>62.060.107</b>	<b>1.425.982</b>	<b>153.190.566</b>	<b>459.646</b>

	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014		AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013	
	DERIVADOS DE	PASIVOS FINANCIEROS	DERIVADOS DE	PASIVOS FINANCIEROS
	COBERTURA	MEDIDOS AL COSTO	COBERTURA	MEDIDOS AL COSTO
	DE FLUJOS DE EFFECTIVO	AMORTIZADO	DE FLUJOS DE EFFECTIVO	AMORTIZADO
	M\$	M\$	M\$	M\$

#### Pasivos

Préstamos bancarios	-	342.210.421	-	314.166.727
Obligaciones con el público	-	487.906.167	-	508.045.605
Derivados de cobertura	4.692.917	-	3.665.464	-
<b>Total otros pasivos financieros</b>	<b>4.692.917</b>	<b>830.116.588</b>	<b>3.665.464</b>	<b>822.212.332</b>
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	-	29.461.496	-	30.098.255
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	-	301.635	-	359.161
<b>Total</b>	<b>4.692.917</b>	<b>859.879.719</b>	<b>3.665.464</b>	<b>852.669.748</b>

## EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO

### NOTA 5

La composición de los saldos de efectivo y equivalentes al efectivo es la siguiente:

	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013
	M\$	M\$
Caja	7.868	7.338
Banco	4.496.269	8.394.765
Depósitos a plazo	11.271.840	93.525.963
<b>Total de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>15.775.977</b>	<b>101.928.066</b>

	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013
	M\$	M\$
Pesos no reajustables	12.958.221	101.287.496
Dólares estadounidenses	380.169	255.736
Pesos colombianos	1.929.194	167.187
Nuevos soles peruanos	508.393	217.647
<b>Total de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>15.775.977</b>	<b>101.928.066</b>

## OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS CORRIENTE

### NOTA 6

La composición del saldo es la siguiente:

	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013
	M\$	M\$
IVA crédito fiscal	35.473.823	29.088.371
Linealización ingresos mínimos contratos de arriendo	3.097.400	2.189.633
Otros	3.196.231	2.016.314
<b>Total</b>	<b>41.767.454</b>	<b>33.294.318</b>

## DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR COBRAR

### NOTA 7

Estos saldos corresponden principalmente a arriendos y garantías de arriendos por cobrar a locatarios.

a) La composición de los deudores corrientes es la siguiente:

DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR COBRAR	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014			AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013		
	ACTIVOS ANTES DE PROVISIONES	PROVISIONES DEUDORES COMERCIALES	ACTIVOS POR DEUDORES COMERCIALES NETOS	ACTIVOS ANTES DE PROVISIONES	PROVISIONES DEUDORES COMERCIALES	ACTIVOS POR DEUDORES COMERCIALES NETOS
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Deudores por operaciones de crédito corrientes	38.835.842	(2.857.021)	35.978.821	33.342.621	(2.900.693)	30.441.928
Documentos por cobrar	3.394.937	(1.373.452)	2.021.485	2.818.664	(1.166.054)	1.652.610
Deudores varios corrientes (1)	2.090.716	(17.484)	2.073.232	14.474.866	-	14.474.866
<b>Total corrientes</b>	<b>44.321.495</b>	<b>(4.247.957)</b>	<b>40.073.538</b>	<b>50.636.151</b>	<b>(4.066.747)</b>	<b>46.569.404</b>
Aportes reembolsables	1.407.101	-	1.407.101	1.320.370	-	1.320.370
Documentos por cobrar	278.413	(93.801)	184.612	609.917	(207.758)	402.159
<b>Total no corrientes</b>	<b>1.685.514</b>	<b>(93.801)</b>	<b>1.591.713</b>	<b>1.930.287</b>	<b>(207.758)</b>	<b>1.722.529</b>

(1) Dentro de los deudores varios corrientes, al 31 de diciembre de 2013, se incluyen M\$9.239.594 por concepto de dineros por recibir de la compañía de seguros por los activos siniestrados en el incendio del Mall Plaza del Trébol, los que fueron cobrados en el mes enero de 2014.

Se incluye en el rubro cuentas por cobrar no corrientes pagarés en unidades de fomento correspondientes a la porción de largo plazo de garantías de arriendo por cobrar a los operadores y otros derechos por cobrar.

No existe riesgo asociado a las cuentas por cobrar distintos de la incobrabilidad (variación UF o tasa de interés).

b) Los movimientos en la provisión de deudores incobrables fueron los siguientes:

	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013
	M\$	M\$
<b>Saldo inicial</b>	<b>4.274.505</b>	<b>4.898.502</b>
Provisión cartera no repactada	1.316.121	1.865.233
Provisión cartera repactada	314.925	445.714
Castigos del ejercicio	(512.524)	(1.724.507)
Recuperos del ejercicio	(977.773)	(1.210.437)
Ajuste de conversión	(73.496)	-
<b>Subtotal</b>	<b>67.253</b>	<b>(623.997)</b>
<b>Total Provisión</b>	<b>4.341.758</b>	<b>4.274.505</b>

c) Composición de los deudores comerciales que se encuentran con saldos vencidos, no cobrados y no provisionados de acuerdo al plazo de vencimiento:

SALDOS AL	TOTAL	NO VENCIDO Y NO DETERIORADO	VENCIDOS PERO NO DETERIORADOS				
			< 30 DÍAS	31-60 DÍAS	61-90 DÍAS	91-120 DÍAS	>120 DÍAS
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
31/12/2014	35.978.821	33.245.888	1.157.798	121.712	213.609	157.644	1.082.170
31/12/2013	30.441.928	27.143.160	2.028.038	387.273	121.930	71.668	689.859



SOCIEDAD	RUT	PAÍS	NATURALEZA DE LA RELACIÓN	TIPO DE MONEDA	DESCRIPCIÓN DE LA TRANSACCIÓN	AL 31 DE	AL 31 DE
						DICIEMBRE DE 2014	DICIEMBRE DE 2013
						M\$	M\$
S.A.C.I. Falabella	90.749.000-9	Chile	Matriz	Peso chileno	Gastos varios	2.351	-
Seguros Falabella Corredores Ltda.	77.099.010-6	Chile	Matriz común	Peso chileno	Arriendos y otros	2.932	-
Servicios Generales El Trébol Ltda.	78.625.160-5	Chile	Matriz común	Peso chileno	Arriendos y otros	931	892
Sociedad Hipódromo Chile S.A.	90.256.000-9	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	Arriendos y otros	67.448	52.751
Saga Falabella Perú S.A.	o-E	Perú	Matriz común	Nuevo sol peruano	Gastos varios	1	-
Estudio Grau Sociedad Civil de Responsabilidad Ltda.	o-E	Perú	Otras partes relacionadas	Nuevo sol peruano	Gastos varios	141	-
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	Arriendos y otros	11.450.532	10.277.714
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	Compra activos	277.007	235.038
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	Gastos varios	9.113	6.682
Sodimac Colombia S.A.	o-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	Arriendos y otros	66.705	-
Viajes Falabella S.A.C.	o-E	Perú	Matriz común	Nuevo sol peruano	Arriendos y otros	18	-
Viajes Falabella S.A.C.	o-E	Perú	Matriz común	Nuevo sol peruano	Gastos varios	667	-
Sotraser S.A.	78.057.000-8	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	Arriendos y otros	31.260	42.066
Viajes Falabella Ltda.	78.997.060-2	Chile	Matriz común	Peso chileno	Gastos varios	-	53.662

#### 8.4 Compensación del personal clave del Grupo

Personal clave se define como aquellas personas que poseen la autoridad y responsabilidad respecto de la planificación, dirección y control de las actividades del Grupo. La composición de remuneraciones y beneficios recibidos por el personal clave de la Compañía, corresponde al siguiente:

	POR LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE	
	2014	2013
M\$		
Remuneraciones recibidas por la gerencia	6.690.964	5.663.730
Dietas a Directores	327.726	319.379
<b>Compensación total pagada a personal clave</b>	<b>7.018.690</b>	<b>5.983.109</b>

## IMPUESTOS A LAS GANANCIAS E IMPUESTOS DIFERIDOS

NOTA 9

### 9.1 Impuestos a las ganancias

a) Los principales componentes del gasto por impuesto a la renta son los siguientes:

	POR LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE	
	2014	2013
M\$		

#### Impuesto a la renta:

Cargo por impuesto a la renta	12.903.371	16.871.342
Otros cargos o abonos	96.979	(209.519)

#### Impuesto diferido:

Relacionado con origen y reverso de diferencias temporales	408.099	(1.679.748)
Beneficio tributario por pérdidas tributarias	(792.971)	(1.046.526)

**Total gasto por impuesto a las ganancias 12.615.478 13.935.549**

b) La reconciliación del gasto (beneficio) por impuestos a la renta a la tasa estatutaria respecto de la tasa efectiva al 31 de diciembre de 2014 y 2013 se compone como sigue:

	POR LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE	
	2014	2013
M\$		

Utilidad/(pérdida) antes de impuesto de operaciones continuadas	98.462.000	105.316.773
Utilidad/(pérdida) antes de impuesto de operaciones discontinuas	-	-

**Utilidad antes de impuesto a las ganancias 98.462.000 105.316.773**

A la tasa estatutaria de impuesto a la renta de Plaza S.A. de 21% año 2014 (20% año 2013)	20.677.020	21.063.355
Efecto en la tasa impositiva de otras jurisdicciones	546.261	(99.321)
Ingresos no tributables	(570.516)	(274.233)
Gastos no deducibles	2.328.777	1.708.950
Gasto tributario ejercicio anterior	96.979	(209.519)
Contribuciones y otros incrementos (disminuciones)	(10.463.043)	(8.253.683)

**A la tasa efectiva de impuesto a las ganancias de 12,81% (13,23% al 31 de diciembre de 2013) 12.615.478 13.935.549**

Gasto por impuesto a las ganancias reportado en el Estado de Resultados Consolidado	12.615.478	13.935.549
Impuesto a la renta atribuible a una operación discontinuada	-	-

**Impuesto a las ganancias 12.615.478 13.935.549**







Al 31 de diciembre de 2014, las obligaciones contractuales para comprar, construir, reparar, mantener y desarrollar propiedades de inversión ascienden a M\$ 141.977.823 (M\$ 160.629.393 al 31 de diciembre de 2013).

Al 31 de diciembre de 2014, la Compañía efectuó pruebas de deterioro para sus propiedades de inversión, no habiendo determinado un deterioro de las mismas.

## ARRENDAMIENTOS

### NOTA 17

#### Grupo como arrendador – Leasing Operacional

Las Sociedades filiales de Plaza S.A. dan en arrendamiento a terceros bajo contratos de leasing operacional, locales que forman parte de sus Propiedades de Inversión. En los contratos de arrendamiento se establece el plazo de vigencia de los mismos, el canon de arrendamiento y la forma de cálculo, las características de los bienes dados en arrendamiento y otras obligaciones relacionadas con la promoción, los servicios y el correcto funcionamiento de los diversos locales.

Los derechos por cobrar por arrendos mínimos bajo contratos de leasing operacional no cancelables al 31 de diciembre de 2014 y 2013 son los siguientes:

PAGOS MÍNIMOS	AL 31 DE DICIEMBRE	AL 31 DE DICIEMBRE
	DE 2014	DE 2013
	M\$	M\$
Hasta un año	151.213.047	123.844.524
Desde un año hasta cinco años	401.441.641	347.924.100
Más de cinco años	647.257.151	515.048.038
<b>Total</b>	<b>1.199.911.839</b>	<b>986.816.662</b>

Las rentas variables por arrendamientos operacionales por el período terminado al 31 de diciembre de 2014, reconocidas como ingresos por actividades ordinarias, fueron M\$ 11.538.813 (M\$ 12.418.153 al 31 de diciembre de 2013). Las rentas variables se relacionan generalmente con porcentajes de ventas de los arrendatarios vinculados con los espacios arrendados.

#### Grupo como arrendatario – Leasing Operacional

La Compañía arrienda ciertos bienes bajo contratos de leasing operacional en el desarrollo de sus actividades. Las obligaciones de pagos de arrendos mínimos bajo contratos de leasing operacional no cancelables al 31 de diciembre de 2014 y 2013 son las siguientes:

PAGOS MÍNIMOS	AL 31 DE DICIEMBRE	AL 31 DE DICIEMBRE
	DE 2014	DE 2013
	M\$	M\$
Hasta un año	716.649	734.251
Desde un año hasta cinco años	2.866.594	2.937.005
Más de cinco años	19.037.980	19.620.822
<b>Total</b>	<b>22.621.223</b>	<b>23.292.078</b>

Las cuotas de arriendos y subarriendos operativos reconocidos como gasto en el ejercicio son las siguientes:

	AL 31 DE DICIEMBRE	AL 31 DE DICIEMBRE
	DE 2014	DE 2013
	M\$	M\$
Gasto de arriendo mínimo	770.735	560.842
Gastos de arriendo variable	1.031.969	911.960
<b>Total cargado a resultados</b>	<b>1.802.704</b>	<b>1.472.802</b>

## OTROS PASIVOS FINANCIEROS

### NOTA 18

Los saldos de pasivos financieros corrientes y no corrientes, clasificados por tipo de obligación son los siguientes:

	AL 31 DE DICIEMBRE	AL 31 DE DICIEMBRE
	DE 2014	DE 2013
	M\$	M\$
Obligaciones con bancos	342.210.421	314.166.727
Obligaciones con el público	487.906.167	508.045.605
Derivados de cobertura	4.692.917	3.665.464
<b>Total</b>	<b>834.809.505</b>	<b>825.877.796</b>
Corrientes	84.382.774	106.949.091
No corrientes	750.426.731	718.928.705
<b>Saldo al cierre</b>	<b>834.809.505</b>	<b>825.877.796</b>











**28.4 Gastos Financieros**

	POR LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE	
	2014	2013
	M\$	M\$
Intereses de deudas y préstamos	(27.634.547)	(26.339.579)
Gastos y comisiones bancarias	(263.944)	(184.184)
<b>Subtotal</b>	<b>(27.898.491)</b>	<b>(26.523.763)</b>
Resultado por unidades de reajuste	(33.664.249)	(12.644.845)
Diferencias de cambio	(657.561)	(7.016)
<b>Total gastos financieros</b>	<b>(62.220.301)</b>	<b>(39.175.624)</b>

**28.5 Otros gastos, por función**

	POR LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE	
	2014	2013
	M\$	M\$
Deducible siniestros	(419.453)	-
Bajas de propiedades de inversión	(1.121.701)	(2.423.962)
Impuestos, multas e intereses varios	(837.438)	(295.758)
Indemnizaciones	(980.646)	-
Otros	(495.812)	(539.128)
<b>Total gastos por función</b>	<b>(3.855.050)</b>	<b>(3.258.848)</b>

**28.6 Costos de investigación y desarrollo**

La compañía no ha efectuado desembolsos significativos relacionados a actividades de investigación y desarrollo durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2014 y 2013.

**TRANSACCIONES EN MONEDA EXTRANJERA**

## NOTA 29

La composición de los activos y pasivos en moneda extranjera al 31 de diciembre de 2014 y 2013 es la siguiente:

	MONEDA EXTRANJERA	MONEDA FUNCIONAL	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013
			M\$	M\$
<b>ACTIVOS</b>				
<b>Activos corrientes</b>				
Efectivo y equivalentes al efectivo	Dólar estadounidense	Peso chileno	30.211	52.125
	Dólar estadounidense	Peso colombiano	-	319
	Dólar estadounidense	Nuevo sol peruano	349.958	203.292
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	Dólar estadounidense	Nuevo sol peruano	146.576	139.474
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	Dólar estadounidense	Peso chileno	970.349	585.383
<b>Total activos corrientes</b>			<b>1.497.094</b>	<b>980.593</b>
<b>Total activos</b>			<b>1.497.094</b>	<b>980.593</b>
<b>PASIVOS</b>				
<b>Pasivos corrientes</b>				
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	Dólar estadounidense	Peso colombiano	6.000	-
<b>Total pasivos corrientes</b>			<b>6.000</b>	<b>-</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>				
Otros pasivos no financieros no corrientes	Dólar estadounidense	Nuevo sol peruano	46.554	-
<b>Total pasivos no corrientes</b>			<b>46.554</b>	<b>-</b>
<b>Total pasivos</b>			<b>52.554</b>	<b>-</b>

**COMPROMISOS, RESTRICCIONES Y CONTINGENCIAS**

## NOTA 30

**a) Garantías Directas:**

La Sociedad actualmente no tiene garantías directas para caucionar obligaciones de terceros.

**b) Garantías Indirectas:**

La Sociedad no ha constituido garantías indirectas para caucionar obligaciones de terceros.

**c) Juicios:**

El día 23 de septiembre de 2011, la sociedad Inversiones Accionarias Limitada interpuso una acción reivindicatoria en contra de Plaza Oeste S.A., pidiendo la restitución de una superficie de terreno de aproximadamente 1.005,80 metros cuadrados, ubicados en el deslinde sur poniente del terreno en que está construido Mall Plaza Norte, además de pedir el pago de prestaciones mutuas, deterioros y frutos por un monto indeterminado. La cuantía del pleito es indeterminada. Actualmente el juicio se encuentra para fallo, y a juicio de nuestros abogados, no existen antecedentes suficientes para efectuar provisiones por esta demanda.

El Grupo mantiene juicios de diversa naturaleza que registra contablemente según el monto del juicio y su probabilidad de fallo adverso, la que es estimada por los asesores legales como probable, poco probable o remoto. Al 31 de diciembre de 2014 el detalle de juicios es el siguiente:

NATURALEZA DE JUICIOS	NÚMERO DE JUICIOS	MONTO DEL JUICIO	MONTO PROVISIONADO AL	
			31 DE DICIEMBRE DE 2014	31 DE DICIEMBRE DE 2013
		M\$	M\$	M\$
Consumidor	104	752.867	156.260	189.946
Civil	10	306.367	43.676	- 0
Otros	10	3.791.554	172.511	84.146
		<b>4.850.788</b>	<b>372.447</b>	<b>274.092</b>

La Compañía y sus filiales han constituido provisiones para cubrir los eventuales efectos adversos provenientes de estas contingencias. La Administración estima son suficientes, dado el estado actual de los juicios.

#### d) Otras Restricciones:

Al 31 de diciembre de 2014, la Sociedad tiene restricciones financieras establecidas en los contratos de emisión de bonos públicos y/o financiamientos con instituciones financieras. Los principales resguardos respecto de la Serie de Bonos D, emitida con cargo a la línea de Bonos N° 583 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de Abril de 2009, respecto de las Series de Bonos C y E emitidas con cargo a la Línea de Bonos N° 584 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de Abril de 2009, respecto a las Series de Bonos G e I emitidas con cargo a la Línea de Bonos N° 669 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de Mayo de 2011, respecto a las Series de Bonos H y K emitidas con cargo a la Línea de Bonos N° 670 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de Mayo de 2011, y respecto a las Series M y N emitidas con cargo a las Líneas 766 y 767 respectivamente, ambas inscritas en el Registro de Valores con fecha 23 de septiembre de 2013, son los siguientes:

#### I) Nivel de Endeudamiento

A contar del 31 de marzo de 2010, mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del emisor, un Nivel de Endeudamiento definido como la suma de las cuentas Otros Pasivos Financieros Corrientes y Otros Pasivos Financieros no Corrientes, dividido por el valor de la UF a la fecha de cierre del Estado de Situación Financiera consolidada del Emisor inferior o igual al valor establecido por fórmula.

Se presenta el detalle de cálculo del Nivel de Endeudamiento Máximo establecido en la Cláusula Décima, número Uno, de los Contratos de Emisión de Bonos por Línea de Títulos de Deuda a 10 años y 30 años, y sus modificaciones.

#### Deuda Máxima Según Covenant Bonos Líneas 583, 584, 669, 670, 766 y 767 al 31 de diciembre de 2014

Detalle de cálculo de deuda máxima según Covenant Bonos Líneas 583, 584, 669, 670, 766 y 767.

	MONEDA	AL 31 DE	AL 30 DE	FUENTE DE INFORMACIÓN
		DICIEMBRE	SEPTIEMBRE	
		DE 2014	DE 2014	
Período i		31/12/2014	30/9/2014	
Período i-1		30/9/2014	30/6/2014	
UF i	\$/UF	24.627,10	24.168,02	
UF i-1	\$/UF	24.168,02	24.023,61	
Efectivo y Equivalentes al Efectivo del Período i	Miles \$	15.775.977	17.849.312	Estado Situación Financiera período i
Efectivo y Equivalentes al Efectivo del Período i-1	Miles \$	17.849.312	39.791.279	Estado Situación Financiera período i-1
Variación Efectivo i	Miles \$	(2.073.335)	(21.941.967)	
<b>Variación Efectivo i</b>	<b>Miles \$</b>	<b>(84)</b>	<b>(908)</b>	
<b>Garantías a Terceros i</b>	<b>No hay</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
Total Patrimonio i	Miles \$	1.195.082.640	1.197.961.901	Estado Situación Financiera período i
Dividendos por Pagar i	Miles \$	25.600.016	-	Nota 19 - Estados Financieros período i
Total Patrimonio i-1	Miles \$	1.197.961.901	1.244.453.178	Estado Situación Financiera período i-1
Dividendos por Pagar i-1	Miles \$	-	-	Nota 19 - Estados Financieros período i-1
Variación Patrimonio i	Miles \$	22.720.755	(46.491.277)	
<b>Variación Patrimonio i</b>	<b>Miles UF</b>	<b>923</b>	<b>(1.924)</b>	
Propiedades de Inversión i-1 a	Miles \$	2.146.187.566	2.112.453.495	Estado Situación Financiera período i-1
Impuestos Diferidos Propiedades de Inversión i-1 b	Miles \$	288.932.056	214.939.501	Nota 9.2 - Estados Financieros período i-1
Ajuste por revalorización inicial de Prop. de Inversión a IFRS c	Miles \$	874.483.983	874.483.983	Nota 4 - 4.1 - Estados Financieros al 31.12.2010
Impuestos diferidos por revalorización inicial de Prop de Inv. d	Miles \$	148.662.277	148.662.277	
Variación Porcentual UF e	Miles \$	1,90%	0,60%	
Corrección Monetaria Propiedades de Inversión Chile i-1	Miles \$	21.491.981	7.043.241	
<b>Corrección Monetaria Propiedades de Inversión Chile i-1</b>	<b>Miles UF</b>	<b>873</b>	<b>291</b>	
<b>Ajuste Propiedades de Inversión fuera de Chile i-1</b>	<b>Miles UF</b>	<b>527</b>	<b>124</b>	
Deuda Máxima i-1	Miles UF	61.328	65.252	
<b>Deuda Máxima i</b>	<b>Miles UF</b>	<b>65.888</b>	<b>61.328</b>	

a Propiedades de Inversión en Chile Netas de depreciación acumulada

b Asociados a Propiedades de Inversión en Chile

c De las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2009

d Asociados al ajuste por revalorización inicial por IFRS de las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2009. Representa el 17% del Ajuste por revalorización inicial a IFRS

e Variación Porcentual entre los valores de UFI y UFI-1

Al 31 de diciembre de 2014, la Deuda Máxima permitida asciende a MUF 65.888 según los contratos de bonos públicos vigentes. La deuda vigente a la misma fecha es de MUF 33.898.



interés de un 0,5% podría afectar tanto el refinanciamiento de la deuda financiera corriente, como de aquella porción de deuda sujeta a tasa variable, y su efecto anualizado en los resultados de la Compañía se estima en aproximadamente M\$483.147.

#### - Riesgo de inflación

La mayoría de ingresos de la compañía son reajustados por la inflación respectiva en Chile, Perú y Colombia. Para el caso de Chile, fuente principal de sus ingresos, éstos se denominan en Unidades de Fomento y considerando que la mayor parte de la deuda financiera consolidada después de coberturas se encuentra indexada a la misma unidad de reajuste, es posible establecer que la Compañía mantiene una cobertura económica natural que la protege del riesgo de inflación presente en la deuda consolidada después de coberturas (ingresos indexados a la UF).

Por otro lado, producto de que las normas contables no contemplan la contabilización de este tipo de coberturas, es posible prever que un incremento de un 3% en el valor de la UF en el horizonte de un año generaría un impacto negativo en los resultados anuales de la compañía de aproximadamente M\$23.676.526, considerando tanto los reajustes de los instrumentos de deuda como de los ingresos en Unidades de Fomento.

#### ii) Riesgo de Liquidez

La Compañía no se encuentra expuesta significativamente al riesgo de liquidez, debido al mantenimiento de suficiente efectivo y equivalentes al efectivo para afrontar los desembolsos necesarios en sus operaciones habituales.

Adicionalmente, Plaza S.A. y sus principales filiales cuentan con alternativas de financiamiento disponibles, tales como líneas de sobregiro y préstamos bancarios. El detalle de los pasivos financieros se encuentra desglosado a continuación, así como los vencimientos previstos de dichos pasivos financieros.

Plaza S.A. monitorea su riesgo de liquidez con una adecuada planificación de sus flujos de caja futuros, considerando sus principales compromisos como flujos operacionales, amortizaciones de deuda, pago de intereses, pago de dividendos, pago de impuestos, entre otros, los que son financiados con la debida anticipación y teniendo en consideración potenciales volatilidades en los mercados financieros.

La siguiente tabla resume el perfil de vencimiento de los pasivos financieros de Plaza S.A. y filiales al 31 de diciembre de 2014 y 2013 basado en obligaciones financieras contractuales de pago.

	HASTA 1 AÑO	MÁS DE 1 AÑO Y HASTA 2 AÑOS	MÁS DE 2 AÑOS Y HASTA 3 AÑOS	MÁS DE 3 AÑOS Y HASTA 4 AÑOS	MÁS DE 4 AÑOS Y HASTA 5 AÑOS	MÁS DE 5 AÑOS	TOTAL
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014</b>							
Capital	78.396.044	61.720.500	84.812.104	77.111.239	14.152.042	512.717.872	828.909.801
Intereses	35.068.002	31.653.254	28.762.919	24.090.599	20.728.134	195.987.367	336.290.275
<b>Totales</b>	<b>113.464.046</b>	<b>93.373.754</b>	<b>113.575.023</b>	<b>101.201.838</b>	<b>34.880.176</b>	<b>708.705.239</b>	<b>1.165.200.076</b>
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013</b>							
Capital	95.238.679	55.081.844	58.609.894	100.435.506	69.380.769	432.448.527	811.195.219
Intereses	33.885.001	28.655.202	25.835.665	23.533.761	19.754.884	197.256.276	328.920.789
<b>Totales</b>	<b>129.123.680</b>	<b>83.737.046</b>	<b>84.445.559</b>	<b>123.969.267</b>	<b>89.135.653</b>	<b>629.704.803</b>	<b>1.140.116.008</b>

#### iii) Riesgo de Crédito

El riesgo de crédito es el riesgo de pérdida para Plaza S.A. en el evento que un cliente u otra contraparte no cumplan con sus obligaciones contractuales.

Plaza S.A. no posee concentraciones significativas de riesgo de crédito, al tener una atomización importante de sus clientes y poseer, de acuerdo con los contratos de arriendo vigentes, garantías suficientes para cubrir los riesgos de incobrabilidad.

Los deudores se presentan a valor neto, es decir, rebajados por las estimaciones de deudores incobrables. Estas estimaciones están dadas por un proceso centralizado, a través de un modelo que asocia al cliente por plazo y tipo de morosidad de sus cuentas por cobrar y las garantías constituidas en favor de la Compañía.

La Gerencia de Finanzas, a través de su área de Crédito y Cobranzas, es la responsable de minimizar el riesgo de las cuentas por cobrar, mediante la evaluación de riesgo de los arrendatarios y de la gestión de las cuentas por cobrar.

Plaza S.A. tiene un proceso centralizado para la evaluación de riesgo de sus clientes, determinando una clasificación para cada uno de ellos, la que se rige por las Políticas de Riesgo Comercial y el Procedimiento de Análisis de Riesgo. En este proceso se analiza la situación financiera del cliente, de manera de determinar el nivel de riesgo asociado, estableciendo así la constitución de garantías en el caso de ser necesarias.

La Compañía solicita la constitución de garantías a sus clientes en función de los análisis de riesgo efectuados por la Gerencia de Finanzas. Las garantías recibidas por la Compañía son:

GARANTÍAS	AL 31 DE DICIEMBRE	AL 31 DE DICIEMBRE
	DE 2014	DE 2013
	M\$	M\$
Boletas	26.706.720	20.453.458
Efectivo	11.999.814	10.993.364
<b>Total</b>	<b>38.706.534</b>	<b>31.446.822</b>

Durante el ejercicio no se han ejecutado garantías significativas como consecuencia de mora en el pago de los clientes.

La calidad crediticia de los deudores comerciales por cobrar que todavía no han vencido y que tampoco han sufrido pérdidas por deterioro se evalúa en función de la clasificación crediticia otorgada por el área financiera a través de índices internos de la Compañía.

CLASIFICACIÓN CREDITICIA INTERNA	% DEUDA POR VENCER	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014	AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013
		M\$	M\$
Grupo A	Mayor o igual a 70%	30.938.851	25.996.049
Grupo B	Menor a 70% y hasta 40%	2.076.926	1.053.988
Grupo C	Menor a 40% y hasta 10%	214.207	86.444
Grupo D	Menor a 10%	15.904	6.679
		<b>33.245.888</b>	<b>27.143.160</b>

Los saldos no vencidos y no deteriorados incluyen cuentas cuyas condiciones han sido renegociadas por los siguientes montos y que a la fecha presentan un adecuado cumplimiento de pago:

	M\$
Al 31 de diciembre de 2014	772.964
Al 31 de diciembre de 2013	714.082

Asimismo, Plaza S.A. limita su exposición al riesgo de crédito invirtiendo exclusivamente en productos de elevada liquidez y calificación crediticia, para lo cual cuenta con políticas que limitan el tipo de instrumentos de inversión y la calidad crediticia de sus contrapartes.

Plaza S.A. realiza todas las operaciones de derivados de cobertura con contrapartes que poseen un nivel mínimo de clasificación de riesgo de AA-, según clasificación de riesgo local, las que además son sometidas a un análisis crediticio, previo a entrar en cualquier operación.

#### Gestión del capital

Plaza S.A. mantiene adecuados índices de capital, de manera de apoyar y dar continuidad y estabilidad a su negocio. Adicionalmente, la compañía monitorea continuamente su estructura de capital y las de sus filiales, con el objetivo de mantener una estructura óptima que le permita reducir el costo de capital y maximizar el valor económico de la compañía. Plaza S.A. monitorea el capital usando un índice de deuda financiera neta consolidada sobre patrimonio. Al 31 de diciembre de 2014, el índice antes señalado fue de 0,69 veces.

La Compañía mantiene clasificación crediticia con Humphreys y Fitch Ratings, las que le han otorgado la siguiente clasificación:

	HUMPHREYS	FITCH RATINGS
Bonos y Líneas de Bonos	AA	AA
Efectos de Comercio	Nivel1+/AA	N1+/AA

Con fecha 06 de diciembre de 2012, la Superintendencia de Valores y Seguros efectuó la inscripción en el registro de valores de la línea N° 94 de Efectos de Comercio de Plaza S.A., por un monto máximo de UF 1.500.000, la cual no contempla ningún tipo de covenant financiero o garantías. Al 31 de diciembre de 2014 no existen colocaciones vigentes.

## VALOR RAZONABLE DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS

### NOTA 32

El valor razonable es definido como el precio que sería recibido por vender un activo o pagado por transferir un pasivo en una transacción ordenada entre participantes de mercado en la fecha de la medición.

Cuando un instrumento financiero es comercializado en un mercado líquido y activo, su precio estipulado en el mercado en una transacción real brinda la mejor evidencia de su valor razonable. Cuando no se cuenta con el precio estipulado en el mercado o este no puede ser un indicativo del valor razonable del instrumento, para determinar dicho valor razonable se pueden utilizar el valor de mercado de otro instrumento, sustancialmente similar, el análisis de flujos descontados u otras técnicas

aplicables; las cuales se ven afectadas de manera significativa por los supuestos utilizados. No obstante que la Gerencia ha utilizado su mejor juicio en la estimación de los valores razonables de sus instrumentos financieros, cualquier técnica para efectuar dicho estimado conlleva cierto nivel de fragilidad inherente. Como resultado, el valor razonable no puede ser indicativo del valor neto de realización o de liquidación de los instrumentos financieros.

Los siguientes métodos y supuestos fueron utilizados para estimar los valores razonables:

#### a) Instrumentos financieros cuyo valor razonable es similar al valor en libros

Para los activos y pasivos financieros que son líquidos o tienen vencimientos a corto plazo (menor a tres meses), como efectivo y equivalente de efectivo, cuentas por cobrar, cuentas por pagar y otros pasivos corrientes, se considera que el valor en libros es similar al valor razonable.

#### b) Instrumentos financieros a tasa fija

El valor razonable de los activos y pasivos financieros que se encuentran a tasas fijas y a costo amortizado, se determina comparando las tasas de interés del mercado en el momento de su reconocimiento inicial con las tasas de mercado actuales relacionadas con instrumentos financieros similares. El valor razonable estimado de los depósitos que devengan intereses se determina mediante los flujos de caja descontados usando tasas de interés del mercado en la moneda que prevalece con vencimientos y riesgos de crédito similares.

#### c) Jerarquías de valor razonables

Plaza S.A. clasifica de la siguiente forma los instrumentos registrados a valor razonable:

- Nivel 1: Precio cotizado (no ajustado) en un mercado activo para activos y pasivos idénticos.

- Nivel 2: Input diferentes a los precios cotizados que se incluyen en Nivel 1 y que son observables para activos y pasivos, ya sea directamente (es decir, como precio) o indirectamente (es decir, derivado de un precio).

- Nivel 3: Inputs para activos o pasivos que no están basados en información observable de mercado (inputs no observables).

La siguiente tabla presenta las clases de instrumentos financieros que son medidos al valor justo al 31 de diciembre de 2014 y 2013, según nivel de información utilizada en la valoración:

INSTRUMENTOS FINANCIEROS MEDIDOS A VALOR RAZONABLE	NIVEL 1	NIVEL 2	NIVEL 3
	M\$	M\$	M\$
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014</b>			
Otros activos financieros	-	1.425.982	-
<b>Total activos financieros a valor razonable</b>	<b>-</b>	<b>1.425.982</b>	<b>-</b>
Otros pasivos financieros	-	902.317.673	-
Derivados de cobertura	-	4.692.917	-
<b>Total pasivos financieros a valor razonable</b>	<b>-</b>	<b>907.010.590</b>	<b>-</b>
<b>AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013</b>			
Otros activos financieros	-	459.646	-
<b>Total activos financieros a valor razonable</b>	<b>-</b>	<b>459.646</b>	<b>-</b>
Otros pasivos financieros	-	854.170.373	-
Derivados de cobertura	-	3.665.464	-
<b>Total pasivos financieros a valor razonable</b>	<b>-</b>	<b>857.835.837</b>	<b>-</b>

## MEDIO AMBIENTE

### NOTA 33

En relación a lo establecido en la Circular N° 1.901 de la Superintendencia de Valores y Seguros, los siguientes son los desembolsos que Plaza S.A. y sus filiales han efectuado o esperan efectuar al 31 de diciembre de 2014, vinculados con la protección del medio ambiente:

IDENTIFICACIÓN DE LA MATRIZ O SUBSIDIARIA	NOMBRE DEL PROYECTO AL QUE ESTÁ ASOCIADO EL DESEMBOLSO	CONCEPTO DE DESEMBOLSO	ACTIVO O GASTO	DESCRIPCIÓN DEL ACTIVO O GASTO	IMPORTE DEL DESEMBOLSO M\$	FECHA CIERTA O ESTIMADA EN QUE LOS DESEMBOLSOS SERÁN EFECTUADOS	EL PROYECTO ESTÁ EN PROCESO O TERMINADO
Nuevos Desarrollos S.A.	Implementación Eficiencia LEED	Implementación Eficiencia LEED	Activo	Obras en curso	104.665	Abr-2015	En proceso
	Medición huella de carbono	Medición huella de carbono	Activo	Obras en curso	21.842	Jul-2015	En proceso
	Tratamiento de residuos	Reciclaje residuos	Gasto	R.S.E. Ambiental	52.948	Ene-2015	En proceso
Plaza Vespucio S.A.	Tratamiento de residuos	Reciclaje residuos	Gasto	R.S.E. Ambiental	13.402	Ene-2015	En proceso
Plaza Oeste S.A.	Tratamiento de residuos	Reciclaje residuos	Gasto	R.S.E. Ambiental	27.121	Ene-2015	En proceso
Plaza del Trébol S.A.	Tratamiento de residuos	Reciclaje residuos	Gasto	R.S.E. Ambiental	8.949	Ene-2015	En proceso
Plaza Tobalaba S.A.	Tratamiento de residuos	Reciclaje residuos	Gasto	R.S.E. Ambiental	6.436	Ene-2015	En proceso
Plaza la Serena S.A.	Tratamiento de residuos	Reciclaje residuos	Gasto	R.S.E. Ambiental	1.438	Ene-2015	En proceso
Plaza Antofagasta S.A.	Tratamiento de residuos	Reciclaje residuos	Gasto	R.S.E. Ambiental	1.414	Ene-2015	En proceso
Inmobiliaria Mall Calama S.A.	Tratamiento de residuos	Reciclaje residuos	Gasto	R.S.E. Ambiental	1.414	Ene-2015	En proceso

## HECHOS POSTERIORES

### NOTA 34

No existen hechos posteriores ocurridos entre el 31 de diciembre de 2014 y la fecha de emisión de los presentes Estados Financieros.

## ANÁLISIS RAZONADO Estados Financieros Consolidados

# PLAZA S.A.

al 31 de diciembre de 2014

### Contenido:

Análisis de Mercado  
Análisis del Estado de Situación Financiera  
Análisis del Estado de Resultados por Función  
Análisis del Estado de Flujo de Efectivo Directo  
Análisis de Riesgo de Mercado



La relación Deuda Financiera (neta de efectivo y equivalentes al efectivo) sobre EBITDA móvil 12 meses se mantiene en niveles bajos, dado el ciclo de vigencia de los contratos de arriendo, la estabilidad y el crecimiento de los flujos operacionales y los plazos de vencimiento de la deuda financiera. Este ratio llegó a 4,44 veces a diciembre 2014, disminuyendo respecto a diciembre 2013, debido al crecimiento del EBITDA en mayor proporción que la deuda financiera, explicado por las aperturas de Mall Plaza Egaña a mediados de diciembre 2013 y de Mall Plaza Copiapó en Noviembre 2014. Asimismo, el ratio EBITDA sobre gastos financieros alcanzó 5,54 veces a diciembre 2014, aumentando respecto del valor de 5,12 veces alcanzado en diciembre 2013.

El ratio Pasivo Corriente sobre Total Pasivos disminuyó desde 15,9% en diciembre 2013 a 12,6% en diciembre 2014. Este efecto está asociado principalmente al pago del Bono Serie A por MUF 2.000 efectuado en enero 2014.

La razón Activos sobre Deuda Financiera no corriente + Pasivos corrientes aumentó desde 2,61 a 2,67 veces a diciembre de 2014, debido al aumento de las inversiones en propiedades de inversión financiadas parcialmente con fondos propios.

La Rentabilidad del patrimonio, definida como la utilidad 12 meses sobre el patrimonio promedio (patrimonio ejercicio anterior más patrimonio ejercicio actual dividido por dos), alcanza a un 7,1% a diciembre 2014, inferior al alcanzado a diciembre 2013 de un 7,8% producto de una menor ganancia 12 meses respecto a 2013, que se explica por el efecto contable negativo generado por la mayor variación de la UF sobre los pasivos financieros a diciembre 2014, reflejado en el Resultado por Unidades de Reajuste.

Por su parte la Rentabilidad del activo, que corresponde a la utilidad 12 meses sobre el activo promedio (activo ejercicio anterior más activo ejercicio actual dividido por dos), llega a un 3,6% a diciembre de 2014 inferior al 4,1% alcanzado en diciembre 2013 debido a la menor ganancia 12 meses móviles explicada anteriormente, además de un crecimiento en el activo promedio por el desarrollo de nuevos proyectos.

El Rendimiento de los activos operacionales, definido como la ganancia de actividades operacionales de 12 meses sobre las propiedades de inversión promedio (propiedades de inversión ejercicio anterior más propiedades de inversión ejercicio actual dividido por dos), muestra un leve incremento respecto al 7,0% alcanzado el año anterior llegando a un 7,2% producto de un crecimiento de un 11,1% en la ganancia de actividades operacionales de 12 meses.

Finalmente la Utilidad por acción básica en operaciones continuadas acumuladas en 12 meses alcanza a \$42,50 por acción a diciembre 2014, mientras que a diciembre 2013 fue de \$45,69.

### 3. ANALISIS DEL ESTADO DE RESULTADOS POR FUNCIÓN

#### Estado de Resultados

(en millones de \$)

ESTADO DE RESULTADOS	POR LOS DOCE MESES TERMINADOS AL 31 DE DICIEMBRE DE			
	2014	2013	VAR.	%
Ingresos de actividades ordinarias	226.552	192.401	34.151	17,7%
Costo de Ventas	(44.950)	(36.207)	(8.743)	24,1%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>181.602</b>	<b>156.194</b>	<b>25.408</b>	<b>16,3%</b>
Gastos de administración	(24.550)	(23.211)	(1.339)	5,8%
Otros ingresos, por función	2.875	10.814	(7.939)	73%
Otros gastos, por función	(3.855)	(3.259)	(596)	18,3%
Ingresos financieros	1.894	2.583	(689)	26,7%
Costos financieros	(27.899)	(26.523)	(1.376)	5,2%
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos, utilizando el método de la participación	2.717	1.371	1.346	98,2%
Diferencias de Cambio	(658)	(7)	(651)	9300%
Resultados por Unidades de Reajuste	(33.664)	(12.645)	(21.019)	166%
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>98.462</b>	<b>105.317</b>	<b>(6.855)</b>	<b>6,5%</b>
Gasto por impuestos a las ganancias	(12.616)	(13.936)	1.321	9,5%
<b>Ganancia (Pérdida) atribuible a part. no controladoras</b>	<b>2.552</b>	<b>1.820</b>	<b>732</b>	<b>40,2%</b>
<b>Ganancia (Pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>83.294</b>	<b>89.561</b>	<b>(6.267)</b>	<b>7,0%</b>
<b>EBITDA (1)</b>	<b>184.260</b>	<b>153.968</b>	<b>30.292</b>	<b>19,7%</b>

(1) EBITDA considera Ganancia Bruta y Gastos de Administración, excluye depreciación y amortización.

#### Ganancia Bruta

La Ganancia Bruta a diciembre de 2014 alcanzó a MM\$ 181.602, lo que representa un incremento de 16,3% respecto al 2013. Este mayor resultado se debe principalmente a mayores ingresos de actividades ordinarias de 17,7% por mayores arriendos en todos los malls de la cadena, mayores ingresos en el cobro de estacionamientos, la apertura de Mall Plaza Egaña en Diciembre 2013 y Mall Plaza Copiapó en Noviembre 2014, además de mayor superficie arrendable asociada a ampliaciones realizadas durante el año en otros malls de la cadena. Por su parte, el aumento de los costos de venta se debe principalmente a mayores gastos operacionales asociados a puesta en marcha de nuevas ampliaciones, mejoras en los servicios de operación contratados, y apertura de los centros comerciales mencionados, así como un aumento de la depreciación por nueva superficie arrendable.

#### EBITDA

A diciembre 2014 el EBITDA alcanzó MM\$ 184.260, lo que representa un aumento de 19,7% respecto al ejercicio anterior, equivalente a MM\$ 30.292, con un nivel de eficiencia de EBITDA sobre ingresos de 81,3%.

**Resultado no operacional**

Los costos financieros llegaron a MM\$ 27.899 a diciembre 2014, producto del aumento en las deudas obtenidas para financiamiento del plan de inversión. Además, los ingresos financieros generados por inversión de excedentes de caja durante el año alcanzaron MM\$ 1.894 lo que representa una disminución del 26,7% respecto al ejercicio anterior, por un menor saldo de caja durante el año.

El efecto contable del resultado por unidades de reajuste a diciembre 2014 alcanzó una pérdida de MM\$ 33.664 siendo mayor en MM\$ 21.019 que el valor acumulado a diciembre 2013, principalmente por mayor variación porcentual de la UF en el año 2014 (5,51% Dic 2014 vs 2,04% Dic 2013) y un mayor nivel de stock de deuda en UF.

**Ganancia**

A diciembre 2014, la Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora fue de MM\$ 83.294.

Dada la norma IFRS, estos estados financieros no consideran la corrección monetaria de los activos, pasivos y patrimonio, los cuales se mantienen en su valor nominal desde el 31 de diciembre de 2008, reajustándose sólo aquellos activos y pasivos que están en una moneda distinta al peso, que para el caso de Plaza S.A. consolidado corresponde principalmente a pasivos de deuda financiera en unidades de fomento (UF).

La Ganancia antes de Impuestos a diciembre 2014 es de MM\$ 98.462, siendo 6,5% inferior al ejercicio anterior. Esta variación de MM\$ 6.855 se explica principalmente por una mayor ganancia bruta de MM\$ 25.408 asociada a mayores ingresos por arriendo, mayor superficie arrendable, apertura al público de nuevos malls y mayor ingreso de estacionamientos, compensada por una mayor pérdida contable en resultados por unidades de reajuste de MM\$ 21.019 por la mayor variación experimentada por la UF en el año 2014 en comparación al 2013, y mayores gastos financieros de MM\$ 1.376 por incremento en la deuda financiera asociada al plan de inversiones 2013-2014.

**4. ANÁLISIS DEL ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO DIRECTO****Flujo Efectivo**

(en millones de \$)

	DIC-14	DIC-13	VAR DIC14-DIC13
De la Operación	170.477	162.119	5%
De Inversión	(165.870)	(222.169)	(25%)
De Financiamiento	(90.605)	117.845	(177%)

**De la Operación:**

Las actividades de la operación generaron un flujo positivo de MM\$ 170.477, mayor en un 5% (MM\$ 8.358) al obtenido a diciembre 2013, producto principalmente por mayor flujo de ingresos por arriendo registrado en los cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios por MM\$ 37.285, compensado parcialmente por pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios por MM\$ 9.016 y menores entradas de efectivo por MM\$ 6.666.

**De Inversión:**

Las actividades de inversión durante el 2014 generaron un flujo negativo de MM\$ 165.870, menor desembolso comparado al año anterior, explicado principalmente por la compra de Inmobiliaria Mall Las Américas S.A. en marzo 2013, y el cobro de indemnización por seguro en enero 2014, asociado al incendio de Mall Plaza del Trébol ocurrido en febrero de 2012.

**De Financiamiento:**

Las actividades de financiamiento originaron un flujo negativo de MM\$ 90.605, explicado principalmente por el pago de Obligaciones Financieras y con el Público correspondiente al Bono Serie A por MUF 2.000 en enero 2014 y pago de gastos financieros del ejercicio, compensado parcialmente por el aumento de deudas largo plazo obtenidas para financiamiento del plan de inversión 2014.

**5. ANÁLISIS DE RIESGO DE MERCADO**

La sociedad tiene sus ingresos, egresos y gran parte de sus pasivos indexados a la UF, minimizando con ello los riesgos y externalidades de la inflación ajenas al negocio. La sociedad está expuesta a las variaciones de tasa de interés, lo que minimiza a través de una política de financiamiento predominante de deuda de largo plazo a tasa fija; y en muy menor medida, a la del tipo de cambio del peso colombiano y nuevo sol peruano respecto al peso chileno.

La compañía hace revisiones periódicas de estructuración de deuda, aprovechando de esta manera oportunidades de mercado y para mantener una estructura de vencimientos de largo plazo adecuada a su negocio, minimizando su exposición al riesgo de variación de tasas de interés de corto plazo.

Adicionalmente, debido a la naturaleza del negocio, la sociedad está expuesta cambios en la normativa legal de la industria, así como a fluctuaciones de la economía relacionadas al consumo. Sin embargo, los contratos de arriendo con sus clientes son en su mayoría a largo plazo, permitiendo con ello proyectar el desarrollo sostenible en el tiempo y limitando la exposición al riesgo de disminuciones transitorias del consumo.

Por otra parte, los activos cuentan con pólizas de seguros que cubren ampliamente los riesgos operativos sobre todas sus propiedades de inversión y perjuicios por paralización.

**INFORMACIÓN FINANCIERA  
RESUMIDA DE FILIALES**  
Estados Financieros Consolidados

**PLAZA S.A.**

al 31 de diciembre de 2014

**Contenido:**

Análisis de Mercado  
Análisis del Estado de Situación Financiera  
Análisis del Estado de Resultados por Función  
Análisis del Estado de Flujo de Efectivo Directo  
Análisis de Riesgo de Mercado

**ESTADOS DE SITUACIÓN FINANCIERA RESUMIDOS DE FILIALES**

	PLAZA OESTE S.A. Y FILIALES		PLAZA DEL TEBOL S.A. Y FILIALES		PLAZA SPA	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Activos Corrientes	91.552.341	94.316.991	20.148.877	21.339.711	4.206	390
Activos no corrientes	1.713.525.177	1.750.795.093	585.522.138	403.186.013	31.589	32.316
<b>Total de Activos</b>	<b>1.805.077.518</b>	<b>1.845.112.084</b>	<b>605.671.015</b>	<b>424.525.724</b>	<b>35.795</b>	<b>32.706</b>
Pasivos corrientes	106.160.932	69.872.674	15.165.706	33.189.962	256	232
Pasivos no corrientes	946.643.293	899.995.726	244.861.243	128.927.036	63.056	56.768
Capital Emitido	45.828.512	51.663.699	22.619.567	16.784.380	129	129
Ganancias (pérdidas) acumuladas	357.006.006	445.006.303	229.440.000	186.186.776	(11.087)	(7.864)
Otras Participaciones en el patrimonio	98.334	98.334	99.197	99.197	(16.559)	(16.559)
Otras Reservas	257.773.272	291.364.419	93.453.950	59.338.350	-	-
Participaciones no controladoras	91.567.169	87.110.929	31.352	23	-	-
<b>Total de Patrimonio y Pasivo</b>	<b>1.805.077.518</b>	<b>1.845.112.084</b>	<b>605.671.015</b>	<b>424.525.724</b>	<b>35.795</b>	<b>32.706</b>

## ESTADOS DE RESULTADOS INTEGRALES RESUMIDOS DE FILIALES

	PLAZA OESTE S.A. Y FILIALES		PLAZA DEL TEBOL S.A. Y FILIALES		PLAZA SPA	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	152.192.437	111.388.377	43.016.044	28.146.609	-	-
Costo de ventas	(30.171.442)	(26.311.743)	(5.116.448)	(3.020.891)	-	-
<b>Ganancia bruta</b>	<b>122.020.995</b>	<b>85.076.634</b>	<b>37.899.596</b>	<b>25.125.718</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Gasto de administración	(17.600.975)	(15.045.892)	(4.013.167)	(3.264.341)	(662)	(550)
Otros ingresos (gastos), por función	(2.227.448)	(310.720)	(11.460)	7.868.547	(8)	(95)
Costos financieros (netos)	(20.560.847)	(20.463.942)	(3.058.473)	(2.459.980)	(2.346)	(2.258)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	2.716.743	1.371.163	480.277	18.596	3.934	4.179
Diferencias de Cambio	(830.267)	(31.470)	-	612	-	-
Resultados por Unidades de Reajuste	(27.440.192)	(9.881.816)	(4.672.918)	(1.345.422)	(3.282)	(1.185)
Gasto por impuestos a las ganancias	(7.241.794)	(5.504.561)	(2.980.007)	(3.195.853)	1.231	(195)
Ganancia	48.836.215	35.209.396	23.643.848	22.747.877	(1.133)	(104)
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>46.283.977</b>	<b>32.954.218</b>	<b>23.643.845</b>	<b>22.747.877</b>	<b>(1.133)</b>	<b>(104)</b>
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a participaciones no controladoras</b>	<b>2.552.238</b>	<b>2.255.178</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
Otro Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	461.555	(451.780)	105.725	(272.378)	-	-
Otro Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(399.234)	-	-	-	-	-
Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora	46.745.532	32.502.438	23.749.570	22.475.499	(1.133)	(104)
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a participaciones no controladoras</b>	<b>2.153.004</b>	<b>2.255.178</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>
<b>Resultado Integral Total</b>	<b>48.898.536</b>	<b>34.757.616</b>	<b>23.749.573</b>	<b>22.475.499</b>	<b>(1.133)</b>	<b>(104)</b>

## ESTADOS DE FLUJOS DE EFECTIVO RESUMIDOS DE FILIALES

	PLAZA OESTE S.A. Y FILIALES		PLAZA DEL TEBOL S.A. Y FILIALES		PLAZA SPA	
	2014	2013	2014	2013	2014	2013
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Flujos de Efectivo por (Utilizados en) Operaciones	119.554.254	89.764.547	50.988.625	30.369.470	83	(555)
Flujos de efectivo Netos de (Utilizados en) Actividades de Inversión	(145.976.509)	(168.649.711)	(9.990.741)	(24.980.136)	3.234	555
Flujos de Efectivos Netos de (Utilizados en) Actividades de Financiación	13.894.451	85.304.279	(42.413.421)	(4.235.125)	-	-
Incremento (Decremento) Neto en Efectivo y Equivalentes al Efectivo	(12.527.804)	6.419.115	(1.415.537)	1.154.209	3.317	-
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(58.185)	(24.395)	-	-	-	-
Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Estado de Flujo de Efectivo, Saldo inicial	22.869.142	16.474.422	1.905.214	751.005	-	-
<b>Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Estado de Flujo de Efectivo, Saldo Final</b>	<b>10.283.153</b>	<b>22.869.142</b>	<b>489.677</b>	<b>1.905.214</b>	<b>3.317</b>	<b>-</b>

**ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO RESUMIDOS DE FILIALES**

(en miles de \$)

**Plaza Oeste S.A. y Filiales**

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014	CAPITAL EN ACCIONES	OTRAS PARTICIPACIONES EN EL PATRIMONIO	RESERVA DE CONVERSIÓN	RESERVA DE COBERTURA DE FLUJO DE CAJA	OTRAS RESERVAS VARIAS	TOTAL OTRAS RESERVAS VARIAS	GANANCIAS (PERDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO NETO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORAS	PARTICIPACIONES NO CONTROLADORAS	CAMBIOS EN PATRIMONIO NETO, TOTAL
<b>Patrimonio previamente reportado</b>	51.663.699	98.334	(49.721)	(257.361)	291.671.501	291.364.419	445.006.303	788.132.755	87.110.929	875.243.684
<b>Cambio en Patrimonio</b>										
Emisión de Acciones Ordinarias	(5.835.187)	-	-	-	(34.010.002)	(34.010.002)	(44.568.858)	(84.414.047)	(5.387.057)	(89.801.104)
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	-	46.283.977	46.283.977	2.552.238	48.836.215
Otro resultado integral	-	-	197.935	263.620	-	461.555	-	461.555	(399.234)	62.321
<b>Resultado Integral</b>	-	-	<b>197.935</b>	<b>263.620</b>	-	<b>461.555</b>	<b>46.283.977</b>	<b>46.745.532</b>	<b>2.153.004</b>	<b>48.898.536</b>
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(34.818.341)	(34.818.341)	(1.169.371)	(35.987.712)
Efecto reforma tributaria Chile (Oficio Circular N°856)	-	-	-	-	-	-	(54.897.075)	(54.897.075)	(1.901.393)	(56.798.468)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	-	(42.700)	(42.700)	-	(42.700)	10.761.057	10.718.357
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	<b>(5.835.187)</b>	-	<b>197.935</b>	<b>263.620</b>	<b>(34.052.702)</b>	<b>(33.591.147)</b>	<b>(88.000.297)</b>	<b>(127.426.631)</b>	<b>4.456.240</b>	<b>(122.970.391)</b>
<b>Saldo Final Periodo Actual</b>	<b>45.828.512</b>	<b>98.334</b>	<b>148.214</b>	<b>6.259</b>	<b>257.618.799</b>	<b>257.773.272</b>	<b>357.006.006</b>	<b>660.706.124</b>	<b>91.567.169</b>	<b>752.273.293</b>

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013	CAPITAL EN ACCIONES	OTRAS PARTICIPACIONES EN EL PATRIMONIO	RESERVA DE CONVERSIÓN	RESERVA DE COBERTURA DE FLUJO DE CAJA	OTRAS RESERVAS VARIAS	TOTAL OTRAS RESERVAS VARIAS	GANANCIAS (PERDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO NETO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORAS	PARTICIPACIONES NO CONTROLADORAS	CAMBIOS EN PATRIMONIO NETO, TOTAL
<b>Patrimonio previamente reportado anterior</b>	5.195.563	98.334	12.383	173.351	(131.051)	54.683	443.952.224	449.300.804	71.893.446	521.194.250
<b>Cambio en Patrimonio</b>										
Emisión de Acciones Ordinarias	46.468.136	-	-	(41.036)	291.802.552	291.761.516	-	338.229.652	37.163	338.266.815
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	-	32.954.218	32.954.218	2.255.178	35.209.396
Otro resultado integral	-	-	(62.104)	(389.676)	-	(451.780)	-	(451.780)	-	(451.780)
<b>Resultado Integral</b>	-	-	<b>(62.104)</b>	<b>(389.676)</b>	-	<b>(451.780)</b>	<b>32.954.218</b>	<b>32.502.438</b>	<b>2.255.178</b>	<b>34.757.616</b>
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(31.900.139)	(31.900.139)	(1.041.959)	(32.942.098)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	-	-	-	-	-	13.967.101	13.967.101
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	<b>46.468.136</b>	-	<b>(62.104)</b>	<b>(430.712)</b>	<b>291.802.552</b>	<b>291.309.736</b>	<b>1.054.079</b>	<b>338.831.951</b>	<b>15.217.483</b>	<b>354.049.434</b>
<b>Saldo Final Periodo Anterior</b>	<b>51.663.699</b>	<b>98.334</b>	<b>(49.721)</b>	<b>(257.361)</b>	<b>291.671.501</b>	<b>291.364.419</b>	<b>445.006.303</b>	<b>788.132.755</b>	<b>87.110.929</b>	<b>875.243.684</b>

**ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO RESUMIDOS DE FILIALES**

(en miles de \$)

**Plaza del Trébol S.A. y Filiales**

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014	CAPITAL EN ACCIONES	OTRAS PARTICIPACIONES EN EL PATRIMONIO	RESERVA DE CONVERSIÓN	RESERVA DE COBERTURA DE FLUJO DE CAJA	OTRAS RESERVAS VARIAS	TOTAL OTRAS RESERVAS VARIAS	GANANCIAS (PERDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO NETO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORAS	PARTICIPACIONES NO CONTROLADORAS	CAMBIOS EN PATRIMONIO NETO, TOTAL
<b>Patrimonio previamente reportado</b>	<b>16.784.380</b>	<b>99.197</b>	<b>58</b>	<b>(147.044)</b>	<b>59.485.336</b>	<b>59.338.350</b>	<b>186.186.776</b>	<b>262.408.703</b>	<b>23</b>	<b>262.408.726</b>
<b>Cambio en Patrimonio</b>										
Emisión de Acciones Ordinarias	5.835.187	-	-	-	34.010.002	34.010.002	52.630.051	92.475.240	31.329	92.506.569
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	-	23.643.845	23.643.845	3	23.643.848
Otro resultado integral	-	-	-	105.725	-	105.725	-	105.725	-	105.725
<b>Resultado Integral</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>105.725</b>	<b>-</b>	<b>105.725</b>	<b>23.643.845</b>	<b>23.749.570</b>	<b>3</b>	<b>23.749.573</b>
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(16.338.395)	(16.338.395)	(2)	(16.338.397)
Efecto reforma tributaria Chile (Oficio Circular N°856)	-	-	-	-	-	-	(16.682.277)	(16.682.277)	(1)	(16.682.278)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	41.319	(41.446)	(127)	-	(127)	-	(127)
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	<b>5.835.187</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>147.044</b>	<b>33.968.556</b>	<b>34.115.600</b>	<b>43.253.224</b>	<b>83.204.011</b>	<b>31.329</b>	<b>83.235.340</b>
<b>Saldo Final Periodo Actual</b>	<b>22.619.567</b>	<b>99.197</b>	<b>58</b>	<b>-</b>	<b>93.453.892</b>	<b>93.453.950</b>	<b>229.440.000</b>	<b>345.612.714</b>	<b>31.352</b>	<b>345.644.066</b>

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013	CAPITAL EN ACCIONES	OTRAS PARTICIPACIONES EN EL PATRIMONIO	RESERVA DE CONVERSIÓN	RESERVA DE COBERTURA DE FLUJO DE CAJA	OTRAS RESERVAS VARIAS	TOTAL OTRAS RESERVAS VARIAS	GANANCIAS (PERDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO NETO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORAS	PARTICIPACIONES NO CONTROLADORAS	CAMBIOS EN PATRIMONIO NETO, TOTAL
<b>Patrimonio previamente reportado anterior</b>	<b>4.212.798</b>	<b>99.197</b>	<b>58</b>	<b>166.653</b>	<b>-</b>	<b>166.711</b>	<b>176.681.355</b>	<b>181.160.061</b>	<b>-</b>	<b>181.160.061</b>
<b>Cambio en Patrimonio</b>										
Emisión de Acciones Ordinarias	12.571.582	-	-	(41.319)	59.485.336	59.444.017	-	72.015.599	25	72.015.624
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	-	22.747.877	22.747.877	-	22.747.877
Otro resultado integral	-	-	-	(272.378)	-	(272.378)	-	(272.378)	-	(272.378)
<b>Resultado Integral</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(272.378)</b>	<b>-</b>	<b>(272.378)</b>	<b>22.747.877</b>	<b>22.475.499</b>	<b>-</b>	<b>22.475.499</b>
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(13.242.456)	(13.242.456)	(2)	(13.242.458)
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	<b>12.571.582</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(313.697)</b>	<b>59.485.336</b>	<b>59.171.639</b>	<b>9.505.421</b>	<b>81.248.642</b>	<b>23</b>	<b>81.248.665</b>
<b>Saldo Final Periodo Anterior</b>	<b>16.784.380</b>	<b>99.197</b>	<b>58</b>	<b>(147.044)</b>	<b>59.485.336</b>	<b>59.338.350</b>	<b>186.186.776</b>	<b>262.408.703</b>	<b>23</b>	<b>262.408.726</b>

**ESTADOS DE CAMBIOS EN EL PATRIMONIO RESUMIDOS DE FILIALES**

(en miles de \$)

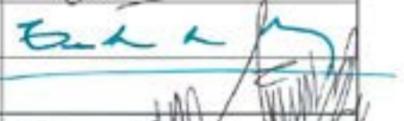
**Plaza SpA**

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2014	CAPITAL EN ACCIONES	OTRAS PARTICIPACIONES EN EL PATRIMONIO	OTRAS RESERVAS VARIAS	GANANCIAS (PERDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO NETO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA
<b>Patrimonio previamente reportado</b>	129	(16.579)	20	(7.864)	(24.294)
<b>Cambio en Patrimonio</b>					
Ganancia (pérdida)	-	-	-	(1.133)	(1.133)
<b>Resultado Integral</b>	-	-	-	(1.133)	(1.133)
Efecto reforma tributaria Chile (Oficio Circular N°856)	-	-	-	(2.090)	(2.090)
<b>Total cambios en Patrimonio</b>	-	-	-	(3.223)	(3.223)
<b>Saldo Final Periodo Actual</b>	129	(16.579)	20	(11.087)	(27.517)

AL 31 DE DICIEMBRE DE 2013	CAPITAL EN ACCIONES	OTRAS PARTICIPACIONES EN EL PATRIMONIO	OTRAS RESERVAS VARIAS	GANANCIAS (PERDIDAS) ACUMULADAS	PATRIMONIO NETO ATRIBUIBLE A LOS PROPIETARIOS DE LA CONTROLADORA
<b>Patrimonio previamente reportado anterior</b>	129	(16.579)	-	(7.760)	(24.210)
<b>Cambio en Patrimonio</b>					
Ganancia (pérdida)	-	-	-	(104)	(104)
<b>Resultado Integral</b>	-	-	-	(104)	(104)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	20	-	20
<b>Total cambios en Patrimonio</b>	-	-	20	(104)	(84)
<b>Saldo Final Periodo Anterior</b>	129	(16.579)	20	(7.864)	(24.294)

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD****RUT: 76.017.019-4****Razón Social: PLAZA S.A.**

En sesión de Directorio celebrada el 25 de marzo de 2015, los Directores y el Gerente General de PLAZA S.A. indicados a continuación, declaran que han tomado conocimiento de la Memoria de la sociedad, y se hacen responsables respecto de la veracidad de toda la información incorporada en ella.

Nombre	RUT	Cargo	Firma
Sergio Cardone Solarí	5.082.229-K	Presidente	
Juan Pablo Montero Schepeler	9.357.959-3	Director	
Carlo Solarí Donaggio	9.585.749-3	Director	
Cristián Lewin Gómez	4.102.989-7	Director	
Thomas Fürst Freiwrth	2.634.675-4	Director	
Paul Fürst Gwinner	6.979.383-5	Director	
Pedro Donoso Pinto	4.817.091-9	Director	
José Pablo Arellano Marín	6.066.460-9	Director	
Tomás Müller Benoit	10.994.040-2	Director	
Fernando de Peña Yver	7.556.207-1	Gerente General	

Esta declaración es efectuada en cumplimiento de la Circular N°1924, emitida por la Superintendencia de Valores y Seguros.

Santiago, 25 de marzo de 2015



[www.mallplaza.com](http://www.mallplaza.com)