



Memoria Plaza S.A.

2025



mallplaza

Índice de contenidos

Propósito. Misión, visión y valores [p.3](#)
Carta Presidente Directorio Plaza S.A. [p.4](#)
Carta Gerente General Plaza S.A. [p.6](#)

CAPÍTULO I: MALLPLAZA, LÍDER EN LA REGIÓN ANDINA [p.8](#)

- 1. Un portafolio preponderante en Chile, Perú y Colombia [p.10](#)
- 2. El año 2025 en cifras [p.12](#)
- 3. Estrategia de negocios [p.13](#)
- 4. Pilares estratégicos [p.14](#)
- 5. Propuesta de valor [p.15](#)
- 6. 35 años de historia [p.16](#)
- 7. Hitos de la gestión 2025 [p.18](#)
- 8. Desempeño bursátil: una trayectoria reconocida por el mercado [p.25](#)
- 9. Banco de terrenos [p.27](#)
- 10. Reconocimientos y premios 2025 [p.28](#)
- 11. Asociaciones y membresías [p.32](#)

CAPÍTULO II: GESTIÓN 2025: UN REFERENTE LATINOAMERICANO DE CRECIMIENTO RENTABLE [p.33](#)

- 1. Nuestra estrategia de crecimiento [p.34](#)
- 2. Reconversión de espacios para una mejor propuesta de valor [p.49](#)
- 3. Una plataforma para las marcas globales [p.53](#)
- 4. Formatos innovadores y servicios de tráfico diario [p.56](#)
- 5. AutoPlaza: expansión regional de una categoría inédita [p.59](#)

CAPÍTULO III: ESTRATEGIA ESG [p.60](#)

- 1. Nuestra estrategia ESG [p.61](#)
- 2. Valor económico sostenible [p.62](#)
- 3. Gobernanza ESG [p.65](#)
- 4. Derechos Humanos y debida diligencia [p.69](#)
- 5. Grupos de interés [p.72](#)
- 6. Materialidad [p.78](#)

CAPÍTULO IV: GOBERNANZA [p.85](#)

- 1. Estructura corporativa [p.86](#)
- 2. Ética y cumplimiento [p.110](#)
- 3. Estrategia y gestión de riesgos [p.124](#)
- 4. Relación con los inversionistas [p.139](#)

CAPÍTULO V: DESEMPEÑO SOCIAL [p.141](#)

- 1. Personas que hacen posible Mallplaza [p.142](#)
- 2. Vinculación con nuestro entorno institucional y social [p.160](#)
- 3. Relación con socios comerciales: alianzas para crecer juntos [p.162](#)
- 4. Visitantes y clientes en el centro de la experiencia [p.163](#)
- 5. Gestión territorial y participación comunitaria [p.166](#)
- 6. Gestión responsable de proveedores y servicios externos [p.177](#)

- CAPÍTULO VI: GESTIÓN CLIMÁTICA Y DESEMPEÑO AMBIENTAL** [p.180](#)
- 1. Gestión ambiental [p.181](#)
 - 2. Riesgos y oportunidades climáticas [p.186](#)
 - 3. Emisiones y energía [p.188](#)
 - 4. Eficiencia hídrica [p.195](#)
 - 5. Gestión de residuos [p.198](#)
 - 6. Construcción sostenible [p.201](#)

- CAPÍTULO VII: ACERCA DE LA MEMORIA** [P.202](#)
- 1. Alcance de la memoria [p.203](#)
- CAPÍTULO VIII: INFORMACIÓN CORPORATIVA** [P.204](#)
- 1. Identificación de la entidad [p.205](#)
 - 2. Perfil Plaza S.A. (Objeto social) [p.206](#)
 - 3. Marco normativo [p.207](#)
 - 4. Actividades y negocio [p.209](#)
 - 5. Propiedad, accionistas y control [p.211](#)
 - 6. Patrimonio [p.216](#)
 - 7. Hechos esenciales [p.217](#)
 - 8. Estructura de la propiedad [p.222](#)
 - 9. Información sobre filiales y subsidiarias [p.223](#)

- CAPÍTULO IX: ANEXOS** [P.253](#)
- Glosario [p.254](#)
 - Índice NCG 461 [p.257](#)
 - Índice SASB IF-RE [p.264](#)
 - Índice GRI [p.265](#)
 - Anexos capítulos III, IV, V, VI y VIII [p.269](#)
 - Certificados de Verificación [p.371](#)
 - Informe Comité de Directores [p.375](#)
- CAPÍTULO X: ESTADOS FINANCIEROS** [P.376](#)



NCG 461 2.1

Propósito

Simplificar y disfrutar más la vida de las personas.

MISIÓN

Ser el lugar donde las oportunidades, los sueños y las personas se encuentran.

VISIÓN

El lugar donde encuentras lo que sientes tuyo.

VALORES

- > Somos un solo equipo diverso, que confía y desarrolla a personas.
- > Nos movemos ágilmente anticipando, siendo protagonistas, aprendiendo permanentemente.
- > Nos apasionamos por el cliente con empatía, conocimiento y simplicidad.
- > Cuidamos el futuro respetando a las personas, a la sociedad y el medioambiente.



Carta Presidente Directorio Plaza S.A.

GRI 2-22

Los buenos resultados son siempre consecuencia de una estrategia de negocios clara e inspiradora. Y eso es lo que ha hecho la diferencia en Mallplaza. Somos una compañía que, motivados por mejorar la vida de las personas, hemos tomado cada una de nuestras decisiones con la convicción de que estamos consolidando a los centros urbanos como espacios de encuentro y disfrute en la región.

Hoy celebramos nuestros 35 años y quisiera recordar el maravilloso viaje que hemos recorrido. Partimos desde cero, construyendo Mallplaza Vespucio en una zona estratégica de La Florida, con el sueño de acercar la oferta de comercio y servicios a miles de personas que entonces no lo tenían a disposición. Es así que este primer centro comercial acercó formatos innovadores a los barrios, integró cultura, servicios y entretención, y desde entonces ha sido un referente urbano que refleja nuestra capacidad de evolucionar, de escuchar a las comunidades y de poner a las personas en el centro.

Poco a poco fuimos creciendo y comenzamos a pensar en grande. A los desarrollos en Chile, seguimos con Perú y luego con Colombia, con la única convicción de que independientemente de los países en los que estuviéramos, teníamos en nuestro ADN la conexión con la comunidad y el compromiso de diseñar una propuesta de valor que a ellos les hiciera sentido. Y así hemos avanzado.

Hoy, con 37 centros urbanos en la Región Andina, nos hemos convertido en un referente en la industria. Nuestra capacidad de leer el entorno y anticiparnos a las tendencias y hábitos de consumo nos ha permitido llevar a cabo una estrategia de crecimiento sólida y una renovación constante de la propuesta de valor, incorporando la atracción de marcas globales y la reconversión de espacios como bases de esa permanente transformación.

CRECIMIENTO EN LA REGIÓN

2025 fue un año particularmente significativo. Consolidamos nuestra posición como compañía líder en la Región Andina con ingresos netos de MMCLP 653.911, un EBITDA de MMCLP 526.228 y

un flujo de 385,3 millones de visitantes. Pero detrás de esas cifras hay algo más profundo: la confianza de millones de personas, el impulso de marcas que crecen con nosotros y la convicción de que nuestros espacios tienen un rol social que va más allá de lo comercial. Sabemos que, en la medida en que nuestros centros sean espacios preferidos, crecemos todos: aumenta el flujo, la ocupación y las ventas de nuestros socios comerciales.

Si 2024 fue un año de crecimiento con la adquisición de Open Plaza Perú, 2025 fue un periodo en el que nos propusimos potenciar flujos, ventas e ingresos, y seguir siendo un socio clave para las marcas que buscan crecer junto a nosotros. Y lo logramos. Hoy contamos con una operación líder en Chile con 6 activos que están dentro de los 10 más importantes del país, con una consolidación en Perú donde estamos transformando los nuevos activos, dejando atrás la conveniencia para tener centros urbanos potentes y líderes, y con una presencia en Colombia en la que Mallplaza NQS ha

entregado resultados excepcionales en flujo, ventas e ingresos y Mallplaza Cali se consolida a un año de su apertura. Lo anterior demuestra la gran capacidad empresarial de nuestro equipo ejecutivo, que es capaz de revertir el rendimiento de determinados activos cuando no se comportan como esperamos.



La innovación también ha sido un motor clave. Estamos priorizando el uso de data y tecnología para conocer mejor a nuestros visitantes, mejorar su experiencia y apoyar a nuestros socios con decisiones basadas en información. Contamos con una base de más de 10 millones de clientes en la Región Andina, y sistemas de medición que nos permiten entender sus preferencias y comportamientos. A través de soluciones como *parking free flow* y pagos digitales, hemos superado las 7,3 millones de transacciones, mejorando la comodidad y eficiencia de las visitas. Gracias a esta tecnología, hoy podemos conectar con cada cliente de forma más personalizada, impulsando la omnicanalidad y una experiencia integrada entre el mundo físico y digital.

Todo este crecimiento va de la mano de una gestión ESG que recoge nuestro compromiso con un actuar responsable con el planeta, las personas y la integridad empresarial. Una gestión que está marcada por el trabajo conjunto con nuestros grupos de interés, lo cual se refleja en los 6 años que llevamos siendo miembros del Pacto Global Red Chile de las Naciones Unidas, evidenciando así nuestro compromiso con el avance de las metas definidas en los Objetivos de Desarrollo Sostenibles, adscritos en 2018.

Este año cumplimos el primero de nuestros siete compromisos ESG. Disminuimos 30% la intensidad del consumo de agua (v/s 2019), además nos vimos desafiados por el cumplimiento de la meta de valorización de residuos en la cual hemos alcanzado el 94,8% de la meta, comprometiéndonos a alcanzar el 100% durante el próximo año. Estos resultados reflejan una gestión donde la ética, la sostenibilidad y la innovación conviven con nuestro propósito de crecer junto a las comunidades, con una profunda mirada social que busca generar valor compartido.

En tanto, respecto de nuestro gobierno corporativo, quisiera detenerme para agradecer el premio recibido por el Instituto de Directores de Chile al Mejor Directorio 2025, pues reconoce en nosotros un trabajo que valora la diversidad de miradas, el resguardo innegociable de la transparencia, la integridad y la ética en cada toma de decisión; pero, sobre todo, el tener siempre a las personas en el centro de lo que hacemos.

En este trabajo, quiero agradecer especialmente a Fernando de Peña, quien nos ha acompañado como gerente general en estos 35 años de trayectoria. Fernando ha sido un líder que inspira, que confía profundamente en las personas y que tiene la capacidad —tan escasa y tan valiosa— de invitar a soñar. Con él, siempre sentimos que éramos parte de un barco con un proyecto que iba mucho más allá de los resultados. Ese sentido de propósito compartido fue forjando cultura, una cultura que une y que entusiasma. Junto al directorio y Fernan-

do, hemos hecho una hoja de ruta común donde aprendimos que este es un espacio donde las miradas se suman y donde el trabajo colaborativo es la base de todo. Aquí las personas crecen juntas, se potencian y se acompañan, y esa forma de construir ha sido, sin duda, una de nuestras mayores fortalezas.

Quiero agradecer también a Pablo Pulido por aceptar el desafío de asumir la gerencia general. Pablo lleva más de 10 años en Mallplaza y al igual que nuestro directorio, siente y vive el propósito de la compañía con pasión y siempre poniendo a las personas al centro.

Sabemos que aún queda mucho por hacer. Seguiremos fortaleciendo nuestra estrategia, impulsando la innovación y abriendo nuevas oportunidades, siempre con las personas en el centro. Porque cuando actuamos con propósito y coherencia, no solo crecemos como empresa, sino que lo hacemos junto a toda nuestra comunidad.

**Sergio
Cardone S.**

Presidente Directorio
Plaza S.A.



Mallplaza Oeste, Chile



Carta Gerente General Plaza S.A.

GRI 2-22

Este 2025 ha sido un año muy especial para Mallplaza, pues celebramos 35 años desde que abrimos las puertas de Mallplaza Vespucio, nuestro primer centro urbano. Desde entonces, hemos sido capaces de inaugurar un centro comercial cada 14 meses, permitiéndonos ser hoy la principal plataforma de centros urbanos de la Región Andina y un referente latinoamericano.

Al mirar en retrospectiva este exitoso ejercicio, es inevitable recordar a uno de nuestros fundadores, don Thomas Fürst (Q.E.P.D.), quien nos inculcó su mirada visionaria y la audacia para tomar riesgos. Esta mentalidad nos ha desafiado en estos 35 años de historia, siempre con el propósito de conectar y responder a los anhelos y necesidades de las miles de personas que a diario nos eligen y, de paso, convertirnos en líderes en la industria, innovando en nuevas categorías, motivos de visita y una potente propuesta de valor.

Tal como fue en el origen de Mallplaza Vespucio, hoy mantenemos intacta la misma convicción: hacer de nuestros centros comerciales los mejores lugares de encuentro en medio de la ciudad. Nuestros 37 acti-

vos ubicados en 23 ciudades de Chile, Perú y Colombia se han consolidado en sus mercados, siendo la propuesta de valor preferida por visitantes y socios comerciales, lo que se refleja en resultados históricos de flujo, ventas y tasa de ocupación.

SOLIDEZ FINANCIERA Y LIDERAZGO DE PORTAFOLIO

El ejercicio 2025 ha sido un testimonio irrefutable de la eficiencia y escalabilidad de nuestro modelo de negocio, lo cual se refleja en la solidez de nuestra estrategia y la confianza de nuestros socios comerciales. Tuvimos un crecimiento histórico con ingresos que aumentaron un 32,2% y un EBITDA que registró un alza de un 38,2% (alcanzando MMCLP 526.228) con un robusto margen del 80,5%. Junto a eso, una posición de capital sólida y la liquidez de la acción alcanzó un récord histórico, con una capitalización de mercado de MMUSD 7.742.

Pero no solo eso, la acción de Mallplaza cuenta con un desempeño bursátil sobresaliente y con gran confianza del mercado, lo que se ve reflejado, por ejemplo, en la mejora en la calificación crediticia internacional por Fitch Ratings, logrando un resultado

de “BBB” con perspectiva estable y en el ingreso al MSCI Emerging Markets Mid Cap —que forma parte del MSCI Global Standard Indexes—, convirtiéndonos en la única compañía del sector inmobiliario en Sudamérica en integrarlo y uniéndonos a las 12 empresas chilenas más grandes que forman parte del MSCI Global Standard Indexes junto a las 18 emisoras que representan a la Región Andina.

ESTRATEGIA DE CRECIMIENTO EN TRES VERTICALES: TRANSFORMACIÓN E INNOVACIÓN

El crecimiento está en el ADN de Mallplaza. Nuestra estrategia de negocios se articula en tres verticales que nos permiten generar un liderazgo sólido y una transformación permanente de nuestra propuesta, agregando valor a visitantes, socios comerciales y accionistas.

La primera vertical es crecer sobre el actual GLA, de manera de transformar y mejorar constantemente la propuesta de valor de nuestro portafolio, priorizando los 10 centros urbanos Tier A, es decir, aquellos que generan un mayor retorno sobre la inversión, representando más del 60% del EBITDA de la compañía.

Un caso icónico de este crecimiento es la transformación que ha vivido Mallplaza Vespucio con la incorporación, entre otros, de la zona *Lifestyle* que terminó su proceso de apertura en 2025 y generó un efecto halo, con un crecimiento de ventas del 15,6% y de ingresos de un 17,7%.

Además, impulsamos una estrategia de reconversión de 142 mil m² entre 2019 y 2025 para potenciar los mismos metros cuadrados mediante mejoras en la propuesta de valor, y transformaciones que nos permite integrar nuevos usos, incorporar gastronomía, servicios y entretenimiento, generando flujos más diversificados.



La segunda vertical de crecimiento es a través de nuevo GLA o metros cuadrados. Quisiera destacar la adquisición de los 11 activos de Open Plaza en Perú realizada a fines de 2024 y que nos consolidó como el segundo operador en ese país en términos de GLA. Durante 2025, nos hemos dedicado a transformar estos centros de conveniencia en centros urbanos, incorporando nuevas marcas, potenciando su propuesta gastronómica, de entretenimiento y de servicios de tráfico diario. Este apalancamiento regional ya es tangible, pues Perú aporta el 23,8% al crecimiento del EBITDA consolidado.

Esta vertical también incorpora el crecimiento a través de formatos inéditos que buscan captar nuevos segmentos de consumo y optimizar la rentabilidad por metro cuadrado. Es el caso del desarrollo del formato *outlet* en Chile y en Perú que iniciamos este 2025 con la apertura de Mallplaza Premium Outlets en Concepción.

Por último, la tercera vertical se relaciona con los Negocios Complementarios, los cuales permiten generar nuevos negocios más allá del arrendamiento tradicional, monetizando el flujo de las más de 385 millones de visitas anuales. Dentro de estos negocios están los servicios omnicanales, el uso de data para orientar de manera efectiva campañas de marketing más personalizadas y el servicio de *parking free flow* que cuenta con más de 7 millones de usuarios y una adopción del 29,5%.

Para los próximos 3 años hemos anunciado un plan de inversión estratégica de más de MMUSD 607 que estará destinado a expandir y transformar

activos en Chile y Perú, con más de 168 mil m² adicionales. Es un plan de largo plazo donde priorizaremos proyectos que eleven la rentabilidad por metro cuadrado y fortalezcan la creación de valor.

UNA PROPUESTA DE VALOR DINÁMICA Y EN PERMANENTE RENOVACIÓN

Nuestra propuesta de valor es simple, pero potente: crear lugares queridos por las personas, donde cada visita signifique una nueva experiencia, y donde la mejor oferta de *retail*, servicios, entretención y gastronomía se combine con innovación, tecnología y sostenibilidad. Con esto en mente, hemos diversificado nuestra propuesta de valor con centros urbanos que tienen múltiples y variados motivos de visita, destinando un 32,5% de su GLA a comercio esencial y servicios públicos y privados, de tráfico diario, un 21,1% a *retail* de especialidad, un 19,4% a tiendas departamentales, un 14,3% a gastronomía y entretenimiento, un 8,4% a uso mixto y un 4,3% a automotriz y otros; todo esto en un espacio diseñado para impulsar la sociabilización y el disfrute.

El atractivo de esta propuesta de valor nos ha permitido convertir a Mallplaza en el socio estratégico de reconocidas marcas internacionales tales como IKEA —que aterrizó por primera vez en Colombia en Mallplaza Cali, Mallplaza NQS y con su formato de tienda propia en Mallplaza Oeste—, ZARA —que hoy tiene en Mallplaza Vespucio su tienda más grande del Cono Sur con más de 4330 m²—, Decathlon —con 6 tiendas en Mallplaza— y H&M —que apalancó su expansión regional en los activos de la compañía—.

Hoy contamos con más de 5.300 tiendas en nuestros centros urbanos y siempre estamos buscando incorporar nuevos socios comerciales y experiencias a nuestra propuesta de valor para sorprender a nuestros visitantes.

SOMOS UN ANTÍDOTO A LA SOLEDAD

En estos 35 años hemos acompañado el desarrollo de las ciudades y hemos sido testigos de cómo cambian las sociedades. No se trata solo de productos sino de relaciones, de fomentar que las personas se junten, socialicen y se conecten, teniendo una relación con nosotros como marca. Nuestra convicción es que, a medida que la vida se vuelve más digital, Mallplaza es el antídoto a la soledad, un lugar seguro y diseñado para impulsar la socialización y la conexión humana, utilizando todos sus sentidos.

Luego de un ciclo de más de tres décadas liderando esta gran compañía, escribo mi última carta como Gerente General. Dejo Mallplaza con una sensación profunda de felicidad y gratitud, con la satisfacción de haber trabajado en estos 35 años con equipos de alto rendimiento, profesionales soñadores, jugados, leales, honestos y comprometidos, que compartieron conmigo este gran sueño: hacer de Mallplaza una compañía líder en Latinoamérica, capaz de mantener a las personas en el centro de todo lo que hace, ofreciendo los mejores espacios de encuentro. Porque somos una compañía de personas que trabaja para mejorarles la vida a las personas que nos visitan.

Dejo una compañía que ha sabido leer los tiempos y que ha sido capaz de transformar el concepto de comercio. Hace más de 20 años dejamos atrás la mirada transaccional para convertirnos en centros urbanos con una propuesta de valor diferenciada y con múltiples propósitos de visita, adelantándonos a los cambios que otros recién comienzan a transitar.

Hoy me despido de una compañía referente, innovadora y con propósito. Me voy, por lo tanto, muy tranquilo, sabiendo que Mallplaza queda en manos de un equipo extraordinario y bajo el liderazgo de Pablo Pulido, quien comparte la pasión por estar en terreno y conectar con las personas, serán capaces de llevar a la compañía al siguiente nivel de crecimiento.

Me voy profundamente agradecido de haber ayudado a construir una compañía que se reinventa, que innova y que entiende que el verdadero crecimiento no está sólo en el tamaño, sino en la profundidad del vínculo que construye con las personas. Porque el futuro de la compañía se juega en su capacidad de seguir conectando con los sueños, anhelos y emociones de quienes nos visitan, de quienes trabajan acá y de las comunidades que confían en nosotros. Este es el camino para crear valor real, trascendente y sostenible en el tiempo.

Fernando de Peña I.

**Gerente General
Plaza S.A.**



CAPÍTULO I

Mallplaza, líder en la Región Andina



Nuestra historia parte hace 35 años con la ambición de desarrollar espacios de encuentro para las personas integrando la mejor propuesta comercial y de entretenimiento disponible. Hoy, la ejecución exitosa de esta visión nos posiciona como el mayor operador de centros comerciales en la Región Andina, con presencia en 23 ciudades de Chile, Perú y Colombia.

Contamos con más de 2,3 millones de m² de GLA distribuidos en un portafolio de 37 activos diversificados y bien posicionados en sus respectivos mercados, más de 5.300 tiendas y más de 385 millones de visitas en el año 2025.



I. 1.

Un portafolio preponderante en Chile, Perú y Colombia

NCG 461 6.4.I, 6.4.III | SASB IF-RE-000.A, IF-RE-000.B, IF-RE-000.C, IF-RE-000.D | GRI 2-1

Durante 2025 nos consolidamos como el operador de centros urbanos más grande de la Región Andina, con un portafolio preponderante y de alta productividad en Chile, Perú y Colombia. Contamos con activos que superan los MMUSD 200 en ventas, instalando un estándar de escala y productividad que nos distingue en la industria. Con ubicaciones estratégicas y propuestas de valor diversificadas, nuestros centros urbanos son relevantes en sus mercados, atractivos para visitantes y marcas, lo que se traduce en mayores flujos, ventas e ingresos sostenidos.

Este portafolio líder atrae tanto a socios comerciales que ya nos conocen como a nuevas marcas con operaciones en mercados desarrollados y que buscan ingresar a la Región Andina, un mercado de más de 100 millones de habitantes con gran potencial y oportunidades para inversionistas internacionales que desean diversificar en destinos con buenas perspectivas.



37 Centros Urbanos

- 5 Colombia
- 15 Perú
- 17 Chile

2.352.518 m2 GLA consolidado

+ 0,5% comparación 2024

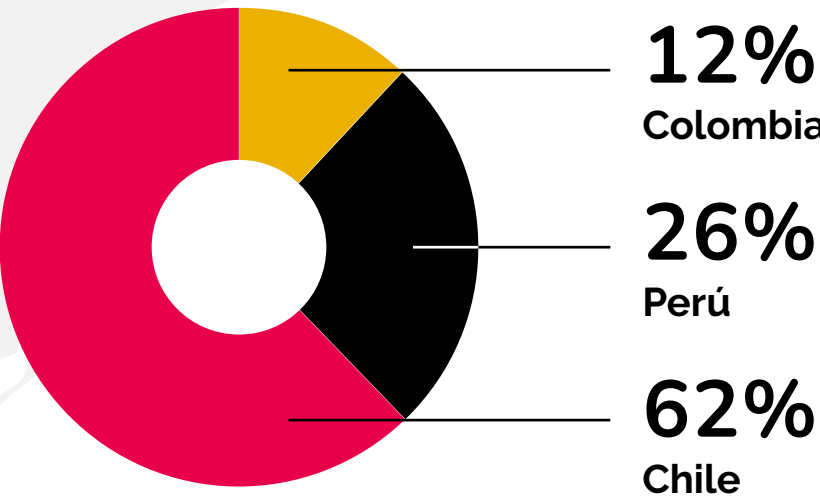
- 277.145 m² Colombia
- 617.294 m² Perú
- 1.458.078 m² Chile

95,9% Tasa de ocupación media

-0,7 p.p comparación 2024

- 97,0% Colombia
- 94,6% Perú
- 96,3% Chile

Diversificación regional de metros cuadrados arrendables (GLA)



*Mallplaza Mirador Biobío cambiará su nombre y formato a Mallplaza Premium Outlets Biobío.

**Estos centros urbanos pasaron a operar bajo la marca Mallplaza en marzo de 2025.

***Tier A: activos líderes en sus mercados, con altos flujos de visitas, potencial de crecimiento y productividad.

**** El aumento de +37,6% respecto de 2024 se debe principalmente a la adquisición de los activos de Open Plaza Perú.



Tier A

De nuestros 37 centros urbanos, 10 son Tier A, es decir, generan un mayor retorno sobre la inversión y presentan una fuerte posición competitiva, un alto flujo de visitas, potencial de crecimiento y una alta productividad de superficie arrendable. En Mallplaza, estos 10 centros urbanos representan más del 47% del total de GLA.

El liderazgo de Mallplaza se sustenta en un portafolio diversificado de activos de alta productividad, eficiencia operativa y una sólida presencia en las principales ciudades de los países donde estamos presente.



MALLPLAZA
VESPUCIO

Top Tier A, el centro comercial más grande del portafolio con **188.259 m² de GLA**.



MALLPLAZA
TRÉBOL

El centro comercial más grande del sur de Chile con **119.298 m² de GLA**.



MALLPLAZA
OESTE

Centro comercial con **184.220 m² de GLA**. Cuenta con la tienda IKEA más grande de Chile.



MALLPLAZA
ANTOFAGASTA

Centro comercial con el mayor número de visitas del Gran Norte de Chile y **82.142 m² GLA**.



MALLPLAZA
TRUJILLO

Nuestro centro comercial con mayor afluencia y ventas en Perú, con una posición dominante en la ciudad de Trujillo y **81.940 m² de GLA**.



MALLPLAZA
NORTE

Centro comercial líder en el norte de Santiago con **135.661 m² de GLA**. En él se encuentra el Centro de Operaciones de Mallplaza.



MALLPLAZA
NQS

Centro comercial adquirido por Mallplaza en 2020. Afluencia de más de 1,3 millones de personas al mes y con **83.947 m² de GLA**.



MALLPLAZA
LA SERENA

Centro comercial con el mayor ingreso mensual por m² de nuestro portafolio con **64.116 m² de GLA**.



MALLPLAZA
EGAÑA

Elegido como el mejor centro comercial sostenible del mundo en 2016, con **94.788 m² de GLA**.



MALLPLAZA
BUENAVISTA

Centro comercial con **57.631 m² de GLA**, ubicado en la ciudad de Barranquilla, Colombia.



I. 2.
El año 2025
en cifras

GRI 3-3

↑

INGRESOS NETOS

MMCLP 653.911

▲ 32,2% comparación 2024

EBITDA

MMCLP 526.228

▲ 38,2% comparación 2024

UTILIDADES NETAS

MMCLP 1.431.012

▲ 326,0% comparación 2024

FFO PLAZA CONSOLIDADO TOTAL POR PARTICIPACIÓN

MMCLP 405.300

▲ 33,7% comparación 2024

VENTAS SOCIOS COMERCIALES

MMCLP 6.621.640

▲ 23% comparación 2024

FLUJO VISITAS

385,3 MILLONES

▲ 24,0% comparación 2024

NÚMERO DE TIENDAS

+5.300

+

Líder en Ventas:

MMUSD 200

11 activos de Mallplaza generan más de MMUSD 200 en ventas anuales.

Líder en Ingresos:

MMUSD 20

13 activos de Mallplaza reportan ingresos anuales por sobre los MMUSD 20, superando significativamente al resto del mercado.

Capitalización Bursátil

Al 31 de diciembre de 2025.

MMUSD 7.742

★

Ratings

Internacional

Baa2 (estable) Moodys

BBB Fitch Ratings

Local

AA+ Feller Rate

AA+ Humphreys



I. 3. Estrategia de negocios

Mallplaza tiene como objetivo estratégico consolidarse como el operador de centros urbanos más relevante de Región Andina, impulsando un crecimiento sostenido a través del desarrollo del mejor portafolio de activos y ofreciendo una propuesta de valor diferenciadora orientada al disfrute y la conexión social, que responda integralmente a las necesidades de los visitantes.

Para alcanzar este propósito, la planificación considera la expansión y optimización del portafolio en ubicaciones estratégicas, la innovación en la experiencia del cliente a través de servicios y tecnologías que fomenten la interacción social, además de la diversificación del negocio mediante la exploración y explotación de iniciativas complementarias, y la incorporación de prácticas de gestión sostenibles y eficientes que fortalezcan la rentabilidad y la resiliencia del negocio en el largo plazo.



En Mallplaza creamos valor sostenible a través de la gestión de activos urbanos: desarrollamos, operamos y transformamos espacios con una mirada de largo plazo. No solo gestionamos metros cuadrados, también gestionamos experiencias. Somos un actor urbano que articula marcas, comunidades y vida cotidiana.



I. 4.

Pilares estratégicos

NCG 461 4.2

Crecimiento teniendo el mejor portafolio de LATAM

Nos enfocamos en consolidar el portafolio de activos más relevante de la región, integrado actualmente por 10 centros urbanos «Tier A» y con un gran potencial de crecimiento en la Región Andina. Impulsamos este crecimiento mediante tres ejes: la optimización orgánica de activos existentes (*brownfield*), la expansión mediante el desarrollo de nuevos activos (*greenfield*) y la captura de valor vía adquisiciones e integraciones estratégicas (*M&A*).

Brindar la mejor experiencia con la propuesta de valor más potente

Centros urbanos que se consoliden como el espacio donde convergen el vivir, el conectar y el disfrutar de las personas, entregando experiencias relevantes y significativas en cada interacción. La propuesta de valor evoluciona continuamente en sintonía con el visitante y su entorno, asegurándose de atender las múltiples y crecientes necesidades de nuestros visitantes y promueven el encuentro social e interacción comunitaria .

Negocios Complementarios

Impulsamos el desarrollo de diferenciadores competitivos y nuevas verticales de negocio rentables a través de una cultura de innovación constante. Capitalizamos las capacidades y datos estratégicos del negocio para profundizar en el conocimiento de nuestros visitantes y desarrollar iniciativas que permitan potenciar y simplificar su experiencia, actuando como catalizadores de tráfico a nuestros centros urbanos y de ventas de nuestros socios comerciales.



I. 5. Propuesta de valor

NCG 461 6.1.I, 6.2.I

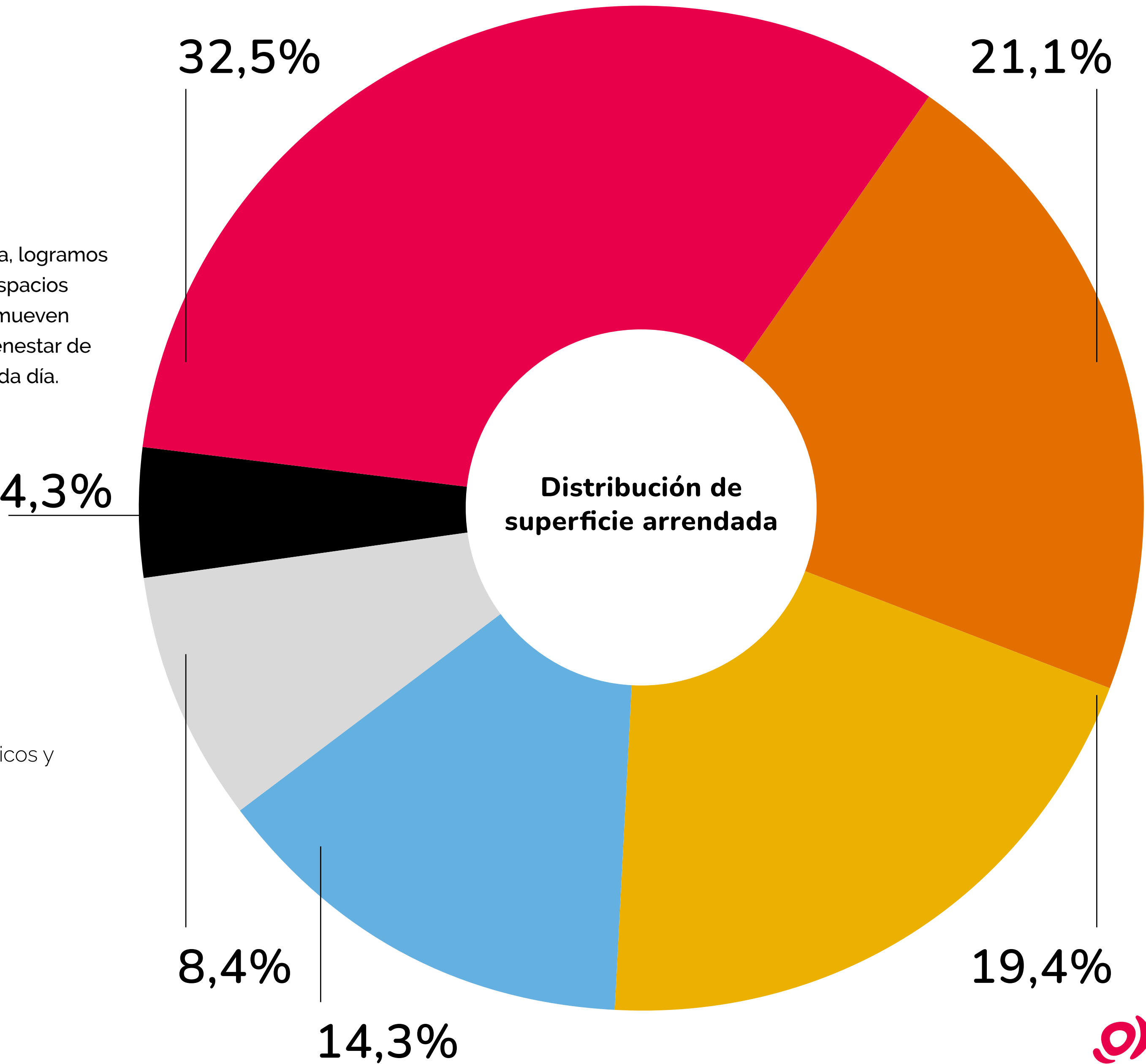
La propuesta de valor de Mallplaza es diversificada, con centros urbanos que ofrecen múltiples y variados motivos de visita, destinando un 32,5% de su GLA a comercio esencial y servicios públicos y privados de tráfico diario, un 21,1% a *retail* de especialidad, un 19,4% a tiendas departamentales, un 14,3% a gastronomía y entretenimiento, un 8,4% a uso mixto y un 4,3% a automotriz y otros; todo esto en un espacio diseñado para impulsar la sociabilización y el disfrute entre las personas.

Nuestro objetivo es estar siempre **transformando esta propuesta de valor**, con una renovación constante, entendiendo las tendencias de consumo y atreviéndose a traer diferentes alternativas y ocasiones de consumo, todo con el propósito de adaptarse de mejor manera a lo que las personas buscan. Esta conexión con las personas se traduce en sólidos resultados en flujo, ventas e ingresos.

Pero nuestra trayectoria también nos ha consolidado como una plataforma relevante para nuestros socios comerciales y un aliado estratégico para marcas e inversionistas que buscan crecer en mercados dinámicos y diversos. A través de la

innovación, la sostenibilidad y la cercanía, logramos convertir nuestros centros urbanos en espacios que impulsan actividad económica, promueven nuevas experiencias y contribuyen al bienestar de millones de personas que nos visitan cada día.

- Comercio esencial y servicios públicos y privados de tráfico diario
- Retail* de especialidad
- Tiendas departamentales
- Gastronomía y entretenimiento
- Uso mixto
- Automotriz y Otros



I. 6.

35 años de historia

NCG 461 2.2

Mallplaza nació hace 35 años, con una convicción que hasta hoy sigue guiando cada una de nuestras decisiones: crear espacios urbanos que acerquen experiencias únicas a las personas y mejoren su calidad de vida..

Esa visión tomó forma en 1990 cuando Mallplaza Vespucio abrió sus puertas en La Florida; un proyecto que redefinió el estándar de la industria al incorporar formatos innovadores en el país, y al reconocer el valor y el potencial de un territorio que buscaba nuevas oportunidades de desarrollo.

La apertura de Mallplaza Vespucio marcó un antes y un después. La creación del primer patio de comidas y multicines en un centro comercial fue totalmente innovador y una oferta de servicios inédita para la época abrieron las puertas a un modelo que puso al centro a las personas y su entorno. Ese día, el entusiasmo de las familias que llegaron a conocer “su” nuevo centro urbano confirmó que estábamos ante una transformación profunda: la modernidad, la conveniencia y la conexión comunitaria podían ser parte de la vida cotidiana de todos.

Desde entonces, hemos mantenido un crecimiento sostenido. Nos hemos expandido a nuevas ciudades y mercados, siempre con el foco puesto en generar impacto positivo. Hoy contamos con 37 centros urbanos en 23 ciudades de Chile, Perú y Colombia, que operan como verdaderos centros de encuentro, de disfrute, de socialización y de desarrollo local. Hemos concebido cada proyecto respetando la identidad de su entorno y fortaleciendo la relación con las comunidades, lo que nos ha permitido construir una propuesta valiosa y consistente a lo largo de la región.

Tras 35 años, seguimos avanzando con la misma energía del comienzo. Nuestro propósito —simplificar y disfrutar más la vida de las personas— nos inspira a evolucionar junto a las ciudades, a escuchar a las personas y a anticiparnos a las nuevas formas de habitar los espacios urbanos. Hoy Mallplaza se proyecta con solidez como el principal ecosistema de centros urbanos de la Región Andina y como un referente latinoamericano en la creación de valor sostenible.

1990
Iniciamos nuestro camino con la apertura de Mallplaza Vespucio, en La Florida, un proyecto pionero que elevó el estándar de la industria e introdujo una nueva manera de vivir los espacios urbanos.

1992
Incorporamos el primer multicine de Chile dentro de un centro comercial, ampliando la oferta cultural y de entretenimiento, junto con un área de juegos infantiles única para la época.

1994
Llevamos nuestra propuesta a una nueva zona de Santiago con la inauguración de Mallplaza Oeste, consolidando nuestra presencia en la capital de Chile.

1995
Dimos el primer paso fuera de Santiago con la apertura de Mallplaza Trébol, en Talcahuano,

Región del Biobío. Ese mismo año, integramos un centro médico en Mallplaza Vespucio, reforzando la incorporación de servicios de tráfico diario.

1998
Seguimos creciendo con la inauguración de Mallplaza Tobalaba, en Puente Alto, y de Mallplaza La Serena, llegando con nuestra oferta a la Región de Coquimbo.

2000
Creamos AutoPlaza en Mallplaza Oeste, el primer espacio automotriz dentro de un centro comercial en el país; así marcamos el ingreso a una nueva categoría.

2001
Incorporamos nuevas experiencias de entretenimiento, gastronomía y cultura como la sala de música de la SCD que se mantiene hasta hoy en Mallplaza Egaña.

2003
Sumamos dos nuevos centros urbanos: Mallplaza Los Ángeles, en Biobío, y Mallplaza Norte, en Huechuraba. Ese mismo año se integró el Instituto Profesional DUOC UC a Mallplaza Vespucio, dando origen al primer espacio de educación superior dentro de un centro comercial. Además, estrenamos Las Terrazas en Mallplaza Norte y Mallplaza Vespucio, un concepto que combinó gastronomía y entretenimiento en un solo lugar.

2006
En Chile, avanzamos con una alianza público-privada que permitió la inauguración de Mallplaza Antofagasta.

2007
Iniciamos nuestra internacionalización con la apertura de Mallplaza Trujillo, en Perú.

2008

Se inauguran dos polos estratégicos en la capital de Chile: Mallplaza Alameda (Estación Central), en un importante nudo de conectividad de Santiago, y Mallplaza Sur (San Bernardo), llevando alto estándar a la periferia sur de la capital. Continuamos nuestra expansión en Lima, con la apertura de Mallplaza Bellavista en la zona de El Callao.

2009

Ingresamos al mercado de capitales chileno con nuestra primera emisión de bonos corporativos, y ampliamos nuestra red con la adquisición de Mallplaza Calama, en la Región de Antofagasta.

2012

Llegamos a Colombia con la apertura de Mallplaza Cartagena, consolidando nuestra presencia en la Región Andina. En Chile, inauguramos Mallplaza Mirador Biobío, en Concepción.

2013

Marcamos un nuevo estándar en sostenibilidad con Mallplaza Egaña, en la comuna de La Reina, el primer centro comercial del país con certificación LEED Gold. Ese mismo año ampliamos nuestra oferta en el norte de Chile, adquiriendo Mallplaza Iquique, en la Región de Tarapacá.

2014

Abrimos Mallplaza Copiapó, el primer centro comercial tipo mall de la Región de Atacama. Inauguramos una laguna abierta al público de 3.500 m² en Mallplaza Oeste, integrando nuevos espacios de esparcimiento. La estrategia de internacionalización en Perú se afianza con la inauguración del tercer centro comercial de la cadena, Mallplaza Arequipa.

2016

En Perú, Mallplaza Arequipa logra ser el primer centro comercial del país en obtener certificación LEED.

2017

Abrimos Mallplaza Los Dominicos, un proyecto que integró cultura, comercio y espacios ciudadanos en Las Condes, Chile.

2018

Plaza S.A. concretó su apertura bursátil en la Bolsa de Valores de Santiago. Inauguramos Mallplaza Arica, el primer centro comercial **Tax Free** del país. En Colombia, inauguramos Mallplaza Manizales, en el Eje Cafetero.

2019

Continuamos expandiéndonos en Colombia con Mallplaza Buenavista, en Barranquilla. Ingresamos al Dow Jones Sustainability Index (DJSI) de la Bolsa de Nueva York, en las

categorías Chile y MILA, reafirmando nuestro compromiso con la gestión sostenible.

2020

Crecimos con la adquisición del centro comercial Calima en Bogotá, hoy Mallplaza NQS, y en Lima, Perú, se concretó la apertura de Mallplaza Comas.

2021

Desarrollamos nuestros primeros servicios omnicanales: *Click&Collect*, *PitStop* y *Marketplaza* junto a Falabella.com. Nos comprometimos a la carbono neutralidad al 2030 y nos sumamos a la Alianza para la Acción Climática (ACA Chile). Además, habilitamos 17 centros urbanos de Mallplaza como puntos de vacunación en Chile, Perú y Colombia, para las campañas COVID-19 e Influenza.

2022

Aceleramos la recuperación postpandemia, con un fuerte crecimiento en flujos, ingresos y ventas. Abrimos más de 600 nuevas tiendas en Chile, Perú y Colombia, e impulsamos alianzas estratégicas con IKEA, H&M y Decathlon. Superamos los tres millones de transacciones en sistemas omnicanales.

2023

Consolidamos nuestro desempeño económico, superando al mercado en flujos de visitas e ingresos netos, con una eficiencia del 77%. Abrimos 593 nuevas tiendas en la región, junto con la llegada de la primera tienda NBA en Chile, en Mallplaza Vespucio. Impulsamos nuevos espacios gastronómicos en Chile, Perú y Colombia y reconvertimos 119.000 m² para mejorar la experiencia y el mix comercial. Presentamos nuestros siete compromisos ESG en clima, empoderamiento social y gestión íntegra.

2024

Consolidamos nuestra presencia en la Región Andina mediante la adquisición de Open Plaza Perú y la toma de participación controladora en Mallplaza Perú, incorporando 11 nuevos activos a nuestro portafolio. Esta operación sumó 619 mil m², y fortaleció nuestro liderazgo en la región.

Mallplaza Cali abre sus puertas, siendo el quinto centro urbano de la compañía en Colombia y sumando 66.548 m² de GLA, con la primera tienda IKEA en Cali y un parque integrado de 13.000 m².

En Chile se concreta la apertura de la nueva Zona *Lifestyle* en Mallplaza Vespucio con 21.600 m², lo convirtió en el mall más grande de Chile en GLA (190.000 m² GLA).

En este nuevo espacio se encuentran grandes marcas internacionales, como la tienda Zara más grande del Cono Sur.



I.7

Hitos de la gestión 2025

NCG 461 2.2

1

Resultados económicos históricos

A diciembre de 2025, Mallplaza mantiene una robusta senda de crecimiento. Los ingresos netos aumentaron 32,2% interanualmente, el EBITDA llegó a MMCLP 526.228 con un margen de 80,5%, y el FFO consolidado total por participación alcanzó MMCLP 405.300. Junto con ello, Fitch Ratings le asignó una calificación de riesgo de largo plazo “BBB” en moneda extranjera y local, con perspectiva Estable, destacando como uno de los principales y más diversificados operadores de centros comerciales en Chile, con presencia relevante en Perú y Colombia, altas tasas de ocupación, una base de socios comerciales amplia y diversificada, un alto porcentaje de activos libres de gravámenes y niveles favorables de flexibilidad financiera.

2

Mallplaza ingresa al MSCI Emerging Markets Mid Cap

Mallplaza se convierte en la única compañía del sector inmobiliario en Sudamérica en sumarse al índice MSCI Emerging Markets Mid Cap —que forma parte del MSCI Global Standard Indexes— y se une al grupo de las 12 empresas chilenas más grandes que forman parte del MSCI Global Standard Indexes. Esta incorporación amplía su visibilidad ante inversionistas globales y refleja la confianza del mercado en su desempeño financiero, al tiempo que refuerza su posicionamiento dentro de las compañías latinoamericanas.



3

Robusto plan de inversiones de MMUSD 607,7 a 2028

El crecimiento es parte del ADN de Mallplaza, por lo que anunciamos un plan de inversiones de MMUSD 607,7 hasta 2028 que considera sumar 168 mil m2 de GLA. Este plan de crecimiento está destinado principalmente a la expansión y transformación de activos estratégicos en Chile y Perú.

4

Primer Investor Day: consolidando vínculos con inversionistas

En 2025 realizamos nuestro primer Investor Day, una instancia clave para profundizar la relación con inversionistas y compartir de manera directa la evolución de nuestra estrategia en la Región Andina. Durante la jornada presentamos los avances del plan de crecimiento y la consolidación de los nuevos activos en Perú, el desempeño de Chile y Colombia. El encuentro permitió reforzar la transparencia y la visión de largo plazo de la compañía, ampliando la base de inversionistas internacionales y fortaleciendo la confianza del mercado en nuestro modelo de negocio, nuestra disciplina financiera y nuestra capacidad para generar valor sostenible en los próximos años.





5

Protagonismo en Perú: avanzamos en la transformación de los nuevos activos

Tras la compra de 11 activos Open Plaza a Falabella en 2024, durante 2025 la compañía renombró a tres de estos centros comerciales bajo la marca Mallplaza. Así, con expansiones y transformaciones, Mallplaza Angamos (17.900 m²), Mallplaza Piura (7.200 m²) y Mallplaza Huancayo avanzan en una propuesta de valor robusta con múltiples destinos de visita.



6

Crecimiento en Colombia: Mallplaza NQS y Mallplaza Cali se consolidan en sus mercados

Durante 2025, Mallplaza NQS se consolidó como un polo urbano estratégico en Bogotá y un motor relevante dentro del portafolio regional de Mallplaza en la Región Andina. Con 83.947 m² de GLA, este centro urbano registró un destacado aumento de 13,1% en ventas YoY y 15,2% en ingresos YoY, impulsado por una propuesta comercial más robusta en gastronomía, moda y entretenimiento. En tanto, Mallplaza Cali avanza con su propuesta de valor, alcanzando un 97,2% de ocupación e ingresos que aumentan un 38,1 % *YoY.



7

Nueva Zona *Lifestyle* de Mallplaza Vespucio completa su apertura

El nuevo espacio concluyó en 2025 su proceso de apertura gradual con marcas reconocidas como Zara, GAP, Adidas, H&M, Bold, Casaideas generando un aumento en las ventas YoY y los ingresos YoY por 15,6% y 17,7% respectivamente, superando el aumento del GLA (+11,7 %), mientras la afluencia y la permanencia de los visitantes siguieron en alza, consolidando a Mallplaza Vespucio como referente urbano de la zona suroriente y uno de los espacios más visitados del país, con más de 2,5 millones de visitas mensuales. Su evolución demuestra que un activo de retail puede convertirse en un centro de vida ciudadana, articulando movilidad, comercio y comunidad dentro del tejido metropolitano de Santiago. El éxito de este formato hizo que lo incorporáramos también a las propuestas de Mallplaza Trujillo y de la futura transformación de Mallplaza Trébol.

8

Nueva vertical de crecimiento: Formato premium outlet

En línea con nuestra estrategia de expansión y diversificación, la compañía anunció la incorporación del formato *outlet*, para capturar nuevos segmentos de consumo y optimizar la rentabilidad por metro cuadrado. Este formato transformará activos existentes como Mallplaza Biobío en Chile y Open Plaza Atocongo en Perú, incorporando una propuesta basada en precio, conveniencia y marcas reconocidas, además de una potente oferta gastronómica y de entretenimiento. En el caso de Mallplaza Premium Outlets Biobío (ex Mallplaza Biobío) el nuevo formato cuenta con más de 20 nuevas tiendas y 6.500 m².



9

Más de 142 mil metros² reconvertidos para potenciar la propuesta de valor

Desde 2019 a la fecha, hemos impulsado una estrategia de transformación de espacios que nos ha permitido dar un nuevo sentido y uso a áreas antes ocupadas por grandes tiendas. En total, hemos transformado más de 142.000 m², incorporando propuestas de alto valor que combinan marcas líderes como IKEA, H&M y Decathlon, nuevas propuestas de *retail* de especialidad, servicios públicos y privados de tráfico diario, además de experiencias de entretenimiento y gastronomía.

10

Negocios Complementarios: innovación y servicios omnicanales

En Mallplaza seguimos consolidando negocios distintos del tradicional arrendamiento de locales (Negocios Complementarios) como un pilar relevante de nuestro crecimiento, apalancados en la innovación y los servicios omnicanales para generar más valor. Durante el año nuestro negocio de *parking* continuó consolidándose, impulsado por una gestión comercial activa, innovaciones operacionales y un mayor flujo vehicular. Durante 2025 los ingresos consolidados del negocio de *parking* fue de MMCLP 67.780, representando un 10,4% respecto del ingreso total.



11

Planta fotovoltaica en altura en Mallplaza Vespucio

Este proyecto de ingeniería de alta complejidad contempla 1.763 paneles solares bifaciales y permite un aumento en la generación energética sin necesidad de ampliar la superficie instalada, generando 1,234 MW diario de energía, suficiente para abastecer el 50% del consumo de la nueva zona *Lifestyle*. Los paneles están instalados sobre una superficie de 13.300 m², convirtiéndose además en el estacionamiento solar a mayor altura y más grande del país, ubicado en un centro comercial.

12

Primera cadena de centros comerciales certificada con el Sello Mayor

Fuimos premiados como “Empresa Comprometida con las Personas Mayores” y “Espacio Amigable con las Personas Mayores” con Mallplaza Egaña, siendo el primer centro comercial de Chile en recibir este reconocimiento. Estas distinciones se enmarcan dentro del programa orientado a personas mayores, quienes representan el 25% de nuestros visitantes. Pensando especialmente en ellos, estamos impulsando espacios amigables y actividades para este segmento. Durante 2025 desarrollamos además alianzas estratégicas con Bondup, Reactívale, Conecta Mayor y Caminatas Paso a Paso.





13

“De Mano en Mano”: Extraordinario programa de moda circular

En una alianza inédita junto a The Ropantic Show promovimos el intercambio masivo de ropa con foco ambiental, como parte de nuestra estrategia ESG. Más de 32.100 prendas se intercambiaron no sólo entre los visitantes de nuestros centros urbanos, sino que participaron distintos socios comerciales, quienes por primera vez pusieron a disposición del trueque prendas nuevas, de temporadas anteriores. Este programa culminó su primera versión siendo parte del Primer Récord Mundial de Intercambio de Ropa realizado en el Centro Cultural del Palacio de La Moneda.



14

Renovación de principales ejecutivos: Pablo Pulido asumirá la gerencia general

Luego de 35 años como Gerente General de la compañía, Fernando de Peña Iver, anunció su renuncia al cargo para iniciar una nueva etapa en su vida personal y profesional. En su reemplazo asumió a partir del 1 de enero de 2026, Pablo Pulido Sierra, quien se desempeñaba como Gerente de División de Mallplaza en Chile y Colombia, con una exitosa trayectoria en Mallplaza por más de 10 años, destacándose por su liderazgo, formación de equipos, pasión y visión comercial.



I. 8.

Desempeño bursátil: una trayectoria reconocida por el mercado

El mercado ha reconocido la trayectoria bursátil de Mallplaza. Desde el último aumento de capital en el año 2025, Mallplaza registra un sostenido incremento en su liquidez bursátil, la que se ha triplicado, además del crecimiento del precio de la acción en más de un 95% en el último año.

Esta evolución refleja confianza en la estrategia y en la capacidad de Mallplaza para seguir generando valor de manera sostenida.

A eso se suma, que en los últimos 12 meses el volumen promedio diario transado de la acción aumentó más de 19 veces, alcanzando una capitalización bursátil de MMUSD 7.742 a diciembre 2025.

En el cuarto trimestre de 2025, alcanzamos dos importantes hitos financieros relevantes que reforzaron la posición de Mallplaza como una de las principales compañías del sector en la región. En

primer lugar, la empresa fue incorporada al índice MSCI Emerging Markets Mid Cap —que forma parte del MSCI Global Standard Indexes— lo que amplía su visibilidad ante inversionistas globales y refleja la confianza del mercado en su desempeño financiero, al tiempo que refuerza su posicionamiento dentro del universo de compañías latinoamericanas.

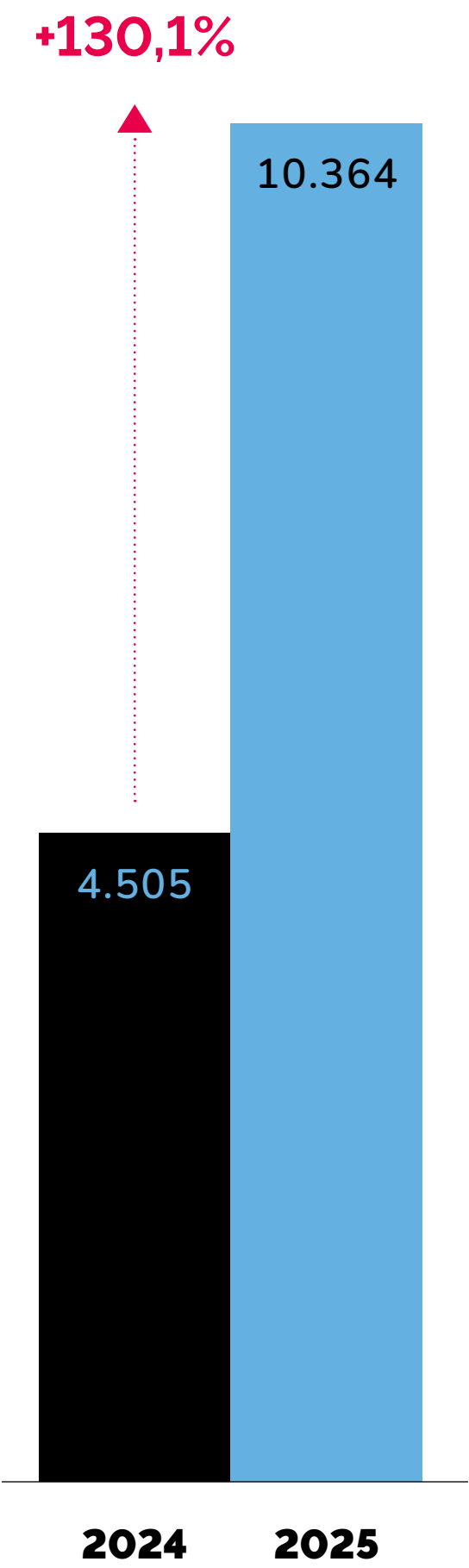
Además, Fitch Ratings le asignó una calificación de riesgo de largo plazo “BBB” en moneda extranjera y local, con perspectiva Estable destacando en su informe la sólida posición competitiva de Mallplaza como uno de los principales y más diversificados operadores de centros comerciales en Chile, con presencia relevante en Perú y Colombia, altas tasas de ocupación, una base de socios comerciales amplia y diversificada, un alto porcentaje de activos libres de gravámenes y niveles favorables de flexibilidad financiera.

Plaza S.A. mantiene una clasificación crediticia en Chile con Feller Rate y Humphreys, ambas calificadoras de riesgo que se encargan de evaluar y clasificar los bonos de la compañía. En tanto, Moodys calificó a Mallplaza con Baa2 (Estable).

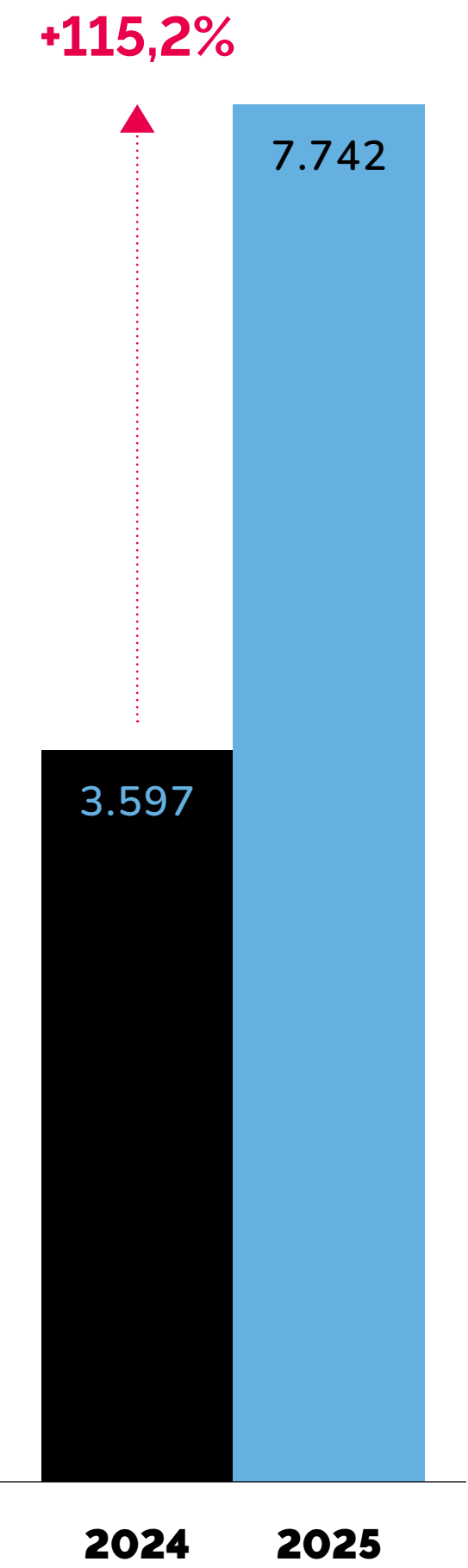
Además, por séptimo año consecutivo Mallplaza fue listada en los índices Chile y MILA del DJSI (Dow Jones Sustainability Index y por cuarto año fuimos reconocidos en el S&P Global Sustainability Yearbook, lo que nos sitúa dentro de una puntuación sobre el 15% de la industria destacando nuestro desempeño en sostenibilidad a nivel global.



ADTV 180
días¹ (k USD)

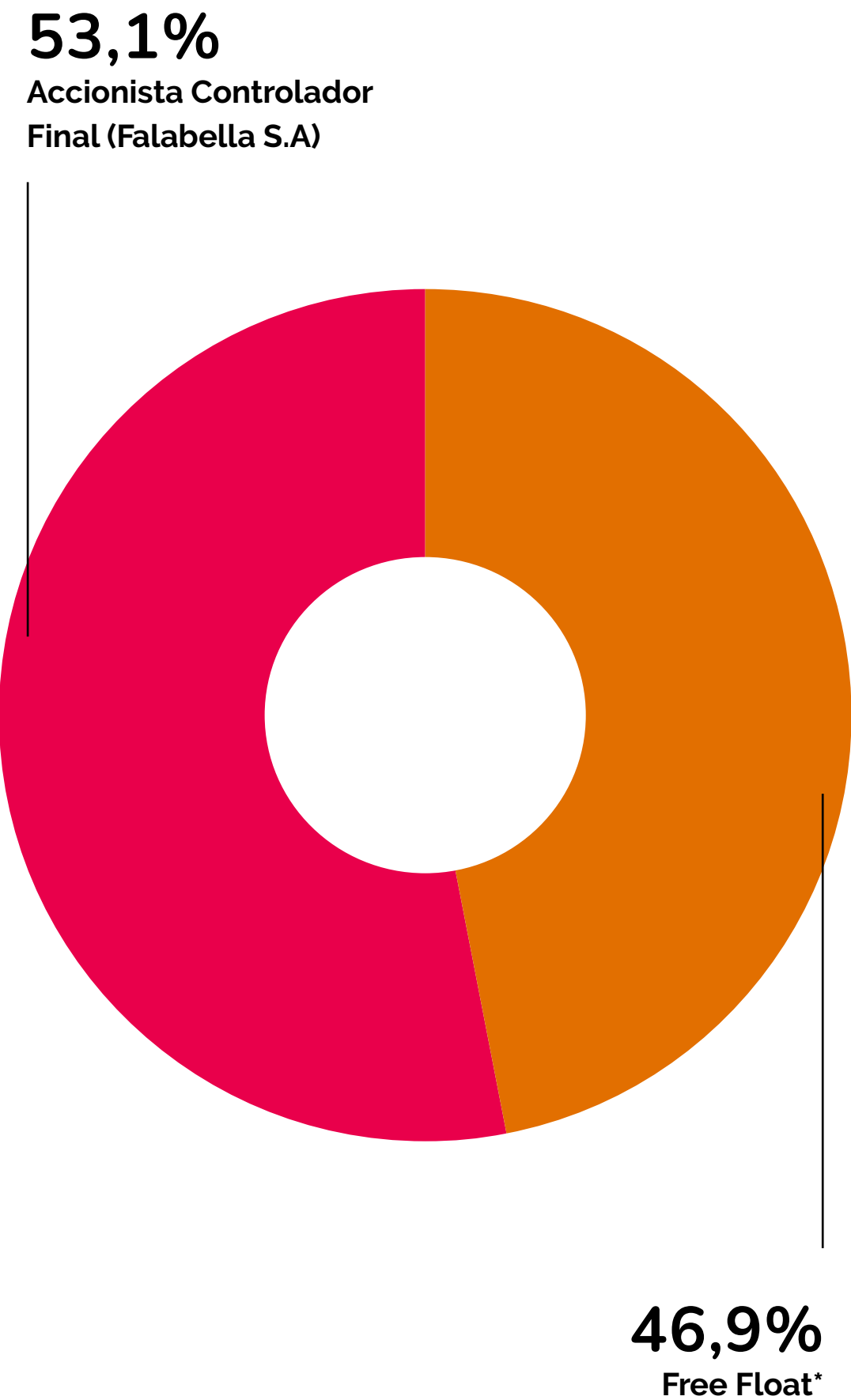


Market Cap
(MMUSD)



¹ No se incluye la subasta de acciones de Falabella.
² ADTV 180 Corresponde el Volumen transado

Composición Accionaria
(Dic-25)



	2025	2024	Var (%)
Market Cap	7.742	3.597	115,2%
Precio promedio	2.278	1.455	56,5%
Precio de cierre	3.186	1.630	95,5%
ADTV 180 (USD) ²	10.363.684	4.505.237	130,0%
Número de acciones promedio	4.402.327	2.824.722	55,8%

*Free Float	%
Fondos de Pensión	23,8%
Familia Fundadora	11,4%
Fondos de Inversión	6,8%
Corredores de Bolsa	3,5%
Compañías de Seguros y otros	0,1%
Fondos Mutuos	1,4%



I. 10.

Banco de terrenos

En Mallplaza contamos en Chile y Perú con un banco de terrenos no desarrollados que totaliza 618.200 m².

De esta cantidad, 165.000 m² están designados para la venta, mientras que los 453.200 m² restantes se han reservado para el desarrollo futuro de inversiones. Estos terrenos reservados ofrecen un potencial de crecimiento significativo, ya sea a través de la expansión de propiedades existentes o mediante la introducción de nuevos formatos y categorías.

Es importante destacar que esta cifra no incluye terrenos ya desarrollados donde operan nuestros centros urbanos actuales en Chile. Estas ubicaciones representan un potencial de construcción adicional más de 9.000.000 m², de los cuales aproximadamente el 16% ha sido desarrollado hasta la fecha.

Banco de terrenos

País	Municipalidad	Centro Urbano	Área (m²)
Chile	Huechuraba	Mallplaza Norte	16,000
	San Bernardo	Mallplaza Sur	156,800
	Otros Chile	N/A	426.400
Perú	Trujillo	Mallplaza Trujillo	10,000
	Bellavista	Mallplaza Bellavista	6,000
	Arequipa	Mallplaza Arequipa	3,000
Total			618.200



Mallplaza Sur, Chile



I. 11.

Reconocimientos y premios 2025

1 MSCI

Mallplaza fue incorporada al índice MSCI Emerging Markets Mid Cap, convirtiéndose en la única compañía del sector inmobiliario en Sudamérica en integrar este índice, y uniéndose al grupo de las 12 empresas chilenas más grandes y 18 emisoras de la Región Andina que forman parte del MSCI Global Standard Indexes.

2 S&P GLOBAL SUSTAINABILITY YEARBOOK

Por cuarto año consecutivo fuimos reconocidos en el S&P Global Sustainability Yearbook, obteniendo una puntuación sobre el 15% de su industria. Este anuario destaca a las empresas con el mejor desempeño en sostenibilidad a nivel global, basado en la Evaluación de Sostenibilidad Corporativa (CSA) de S&P Global. La edición 2025 incluyó a 780 empresas seleccionadas entre más de 7,690 evaluadas, y las clasifica por industria según sus criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG). Mallplaza se ubicó dentro de la categoría “miembro” y

fue parte de las 26 empresas del segmento “Real Estate Management & Development” que se incluyeron en el reporte, sobre un total de 485 empresas que conforman la totalidad de la industria que reportan en el DJSI. La fortaleza demostrada por Mallplaza en su estrategia de sostenibilidad corporativa, fue parte de los atributos que nos permitieron ser incorporados.

3 MOODY’S RATINGS ASIGNA CALIFICACIÓN BAA2 A MALLPLAZA

La agencia calificadora de riesgo Moody’s Ratings nos asignó por primera vez una calificación de Baa2 destacando nuestro sólido perfil de negocios, que está respaldado por un amplio portafolio de centros comerciales de primera calidad en Chile, Perú y Colombia, los que atraen gran flujo de visitantes. La calificadora también otorgó una perspectiva estable a la compañía, anticipando que su perfil y métricas crediticias mejorarán en los próximos 12 a 18 meses. El informe calificador reconoció

la buena diversificación geográfica de los activos de Mallplaza, con un bajo riesgo de concentración en la medida que ningún activo representa más del 10% de su GLA, así como la variedad de socios comerciales muy bien calificados y las más de 5 mil tiendas existentes. Además, destacó cómo las soluciones omnicanales como el *free flow* en parking y *Click & Collect*.

4 MEJORES EMPRESAS PAGADORAS, MEP 2025

La Bolsa de Productos y la ASECH (Asociación de Emprendedores de Chile) nos entregó, por tercer año consecutivo, el reconocimiento a las Mejores Empresas Pagadoras 2025, que distingue a las empresas que destacan por su comportamiento y buenas prácticas en el pago oportuno a sus proveedores, especialmente a las pymes; además de fomentar relaciones de confianza y certeza en la cadena de valor. La compañía clasificó dentro de las 57 empresas seleccionadas de un universo de 14.500, lo que premia el trabajo realizado

junto a nuestros proveedores y nuestra contribución a un ecosistema más justo y sostenible para las pymes y emprendedores.

5 MERCO TALENTO, PRIMER LUGAR CATEGORÍA INMOBILIARIO-RETAIL

El ranking Merco Talento evalúa la capacidad de las compañías chilenas para atraer y fidelizar a sus colaboradores, quienes valoran la retribución y los beneficios que estas entregan, además del liderazgo y reputación de las empresas y su capacidad para motivar a los equipos. En la edición 2025 destacamos, nuevamente en el 1er lugar en la categoría Inmobiliario-retail. Además, avanzamos 14 puestos en el ranking general, llegando al N° 30 a nivel nacional.

Este logro nos posiciona entre las 100 mejores empresas con mayor atracción y fidelización de talento en Chile.

6 ACCIÓN EMPRESAS, LIDERAZGO EN MATERIAS DE SOSTENIBILIDAD

Durante el XXV Encuentro Anual de Socios de Acción Empresas, la organización reconoció a Mallplaza dentro de las 50 compañías reconocidas por su trayectoria y compromiso con el desarrollo sostenible, destacando la importancia de la colaboración, la innovación y el propósito como motores de cambio.



7 BETTER BRANDS 2025, N1 CATEGORÍA CENTROS COMERCIALES

Fuimos reconocidos con el primer lugar en la categoría Centros Comerciales del estudio Better Brands 2025, que mide el aporte de las marcas al entorno y cómo responden a las expectativas de las personas, en línea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Como marca, este logro es un reflejo del trabajo que hacemos juntos cada día: nuestras acciones, decisiones y compromiso con la sostenibilidad y con las comunidades en las que estamos presentes hacen la diferencia.

8 BRINCA-UAI, ORGANIZACIÓN SOSTENIBLE LÍDER EN SECTOR INMOBILIARIO-RETAIL

El Ranking de Sostenibilidad Empresarial Brinca-UAI mide anualmente a las empresas más grandes de Chile, evaluando su desempeño en sostenibilidad mediante indicadores ASG. En 2025, fuimos reconocidos como la Organización Sostenible líder del Sector Inmobiliario por nuestro enfoque integral en el desarrollo sostenible, en el que se incluye la vinculación comunitaria y la gestión ambiental.

Este premio es un reconocimiento que valida nuestra gestión activa y consistente en sostenibilidad, con impacto real en las personas y el entorno.

El liderazgo de Mallplaza en esta medición es fruto de una estrategia consistente que integra la sostenibilidad a lo largo de toda su operación, abordando temas clave como eficiencia energética, gestión de residuos, inclusión, participación ciudadana, emprendimiento, educación ambiental y colaboración activa con comunidades locales.

9 AGENCIA DE SOSTENIBILIDAD, SELLO DE EXCELENCIA ENERGÉTICA, CATEGORÍA PLATA

La Agencia de Sostenibilidad Energética (AgenciaSE) y el Ministerio de Energía reconocen con el Sello de Excelencia Energética a las organizaciones que integran la eficiencia energética en su estrategia. Mallplaza Vespucio recibió la categoría Plata que premia la implementación de un proyecto o iniciativa de eficiencia energética y/o cuentan con un Sistema de Gestión de la Energía (SGE) operativo.

El Sello de Excelencia Energética premió las mejoras en climatización y automatización de Mallplaza Vespucio, mientras que nuestros 16 centros urbanos del país alcanzaron categoría Bronce por su gestión energética,

participación en iniciativas como Huella Chile y contar con un área especialista a cargo.

Este reconocimiento se suma a un trabajo que venimos desarrollando hace más de 15 años, con un Sistema de Gestión Energética certificado bajo ISO 50.001 en todos nuestros centros comerciales de Chile, Colombia y Perú, buscando siempre generar un impacto positivo en las comunidades donde estamos presentes.

10 MERCO RESPONSABILIDAD ESG

Por séptimo año consecutivo Mallplaza es reconocida como líder del sector "Inmobiliaria Retail" y en la posición 35° entre las empresas que integran el ranking.

11 MARCAS CIUDADANAS DE CADEM

Mallplaza ingresa al top 20 de marcas ciudadanas, alcanzando el puesto 19 del ranking general en la medición del primer semestre 2025.

Además, la compañía mantuvo el primer lugar en el sector "centros comerciales", posición que ostenta desde 2017.

12 MUJERES QUE LIDERAN DIARIO SUSTENTABLE

Nuestra Gerente de Comunicaciones y Sostenibilidad, María Irene Soto Layseca, fue destacada en una edición especial de Diario Sustentable como una de las Mujeres que lideran el cambio en el ámbito de la Sustentabilidad en Chile.

13 MANPOWER GROUP CHILE - 50 LÍDERES QUE ESTÁN TRANSFORMANDO EL PAÍS

Nuestro Gerente General, Fernando de Peña, fue reconocido por Manpower Group Chile como uno de los "50 Líderes que están transformando el país", destacando su liderazgo en la transformación del ecosistema empresarial chileno, en el marco del evento "Talent, Technology & Leadership". Este premio destaca su rol en impulsar un mercado laboral más inclusivo, tecnológico y sostenible.

En Mallplaza seguimos comprometidos con liderar con propósito y sostenibilidad.



**14 PREMIOS EIKON
CHILE - EXCELENCIA
COMUNICACIONAL**

Mallplaza recibió 5 premios Eikon, siendo la segunda empresa más galardonada en la séptima entrega de los premios Eikon Chile organizados por Ediciones GAF y el apoyo académico de la UC. Estos premios destacan la excelencia en el diseño e implementación de la comunicación corporativa. Las iniciativas galardonadas fueron: “De Mano en Mano”, “Talento Mallplaza”, “Adquisición de activos en Perú” y la “Nueva apertura zona *Lifestyle* de Mallplaza Vespucio”.

**15 EFFIE AWARDS
CHILE - CAMPAÑAS
DE MARCA DE
MALLPLAZA**

La compañía fue galardonada con 3 EFFIE Awards entregados por Valora y que reconocen la efectividad de la comunicación de marketing. En este caso, las campañas premiadas fueron la de “Reposicionamiento de Mallplaza” con Claudio Bravo y “Talento Mallplaza”.

**16 INSTITUTO DE
DIRECTORES DE
CHILE - DIRECTORIO
DEL AÑO**

El Instituto de Directores de Chile otorgó a Mallplaza el premio al “Directorio del Año 2025”, destacando el trabajo sostenido del gobierno corporativo de la compañía en

transparencia, sostenibilidad, visión estratégica y capacidad de gestión.

**17 CERTIFICADOS I-REC
ENTREGADO POR
ENEL GENERACIÓN
CHILE S.A Y THE
INTERNATIONAL
TRACKING STANDARD
FOUNDATION**

Mallplaza recibió la certificación I-REC que ratifica que la energía del periodo 2024 utilizada en la operación de sus centros comerciales en Chile proviene de fuentes 100% renovables.

**18 MERCO EMPRESAS
2025**

Este año Mallplaza avanzó cinco posiciones en Merco Empresas, ubicándose en el lugar 25 del ranking general y manteniendo el primer lugar en el sector inmobiliario-*retail*. Este resultado refuerza nuestra reputación corporativa y la confianza de nuestros públicos estratégicos.

**19 CADEM –
RECONOCIMIENTO
CIUDADANO 2025**

Mallplaza obtuvo nuevamente una evaluación destacada en el estudio Cadem, posicionándose entre las marcas con mejor percepción ciudadana a nivel nacional en atributos como modernidad, confianza, cercanía y aporte a la comunidad.

**20 MALLPLAZA CALI
“PROYECTO RETAIL
DEL AÑO” EN GRI
ANDEAN & CENTRAL
AMERICA AWARDS
2025**

Mallplaza Cali fue distinguido como “Proyecto *Retail* del Año” en los GRI Awards 2025, reconocimiento que premia proyectos inmobiliarios que transforman positivamente su entorno urbano y social. El galardón consolida a Cali como un referente regional y uno de nuestros activos más influyentes en Colombia.

**21 FUNDACIÓN
GENERACIÓN
EMPRESARIAL
RECONOCIMIENTO
AL MODELO DE
RELACIONAMIENTO
INCLUSIVO PEC**

Fuimos reconocidos por la Fundación Generación Empresarial por el desarrollo del “Modelo de Relacionamento Inclusivo para Personal Externo (PEC)”. Este programa capacitó durante 2024 a 2.678 trabajadores externos, fortaleciendo una cultura de integridad, trato digno y no discriminación para todos nuestros visitantes.



22 **OMNICHANNEL INDEX CHILE 2025 – ALTEVO**

El estudio Omnichannel Index Chile 2025, elaborado por la consultora ALTEVO, reconoció a Mallplaza como líder en Omnicanalidad, entre 290 empresas nacionales. En esta medición, Mallplaza obtuvo el Primer Lugar en la categoría *Shopping Centers*, por cuarto año consecutivo, y alcanzó además el 4to lugar en el Ranking General de empresas en Chile.

Este es un reconocimiento que destaca la consistencia y madurez de la estrategia omnicanal de la compañía, basada en una experiencia integrada y centrada en las personas, con un desempeño sobresaliente en los pilares de *Shopping, Bonding, Awareness* y *Experiencia*.

23 **PREMIOS IMPULSA RECONOCE APOORTE AL DESARROLLO EMPRENDIMIENTOS Y PEQUEÑOS NEGOCIOS**

Fuimos reconocidos en los Premios Impulsa por nuestro aporte al desarrollo del emprendimiento y de los pequeños negocios. La distinción destaca iniciativas que buscan abrir oportunidades concretas para emprendedores, facilitando espacios de apoyo, visibilidad y vinculación comercial, y contribuyendo así al dinamismo económico y al desarrollo local en los territorios donde opera.

24 **SELLO MAYOR**

Fuimos la primera cadena de centros comerciales en Chile en obtener el reconocimiento Sello Mayor, al ser reconocida como “Empresa Comprometida con las Personas Mayores” y “Espacio Amigable con las Personas Mayores”. Este reconocimiento refleja un trabajo concreto por avanzar hacia espacios más accesibles e inclusivos para este segmento, que representa cerca del 25% de sus visitantes.



I. 12.

Asociaciones y membresías

NCG 461 6.1.VI, 6.3 | GRI 2-28.A

Chile

ACCIÓN EMPRESAS

Organización sin fines de lucro que busca mejorar la vida de las personas y del planeta a través de la sostenibilidad empresarial en Chile.

Su trabajo es educar a las compañías acerca de la importancia de la sostenibilidad como estrategia del negocio, visibilizando cómo el desarrollo económico de cualquier organización no puede existir y perdurar si no está en balance con el desarrollo social y ambiental de sus entornos.

PACTO GLOBAL

Iniciativa especial del Secretario General de las Naciones Unidas que llama a empresas de todo el mundo a alinear sus operaciones y estrategias con los 10 principios en las áreas de Derechos Humanos, Relaciones Laborales, medioambiente y Anticorrupción. Su objetivo es acelerar y ampliar el impacto global de los negocios, contribuyendo al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) a través de empresas responsables y ecosistemas que fomenten el cambio.

CÁMARA CHILENA DE CENTROS COMERCIALES (CCHCC)

Asociación gremial independiente, sin fines de lucro, que reúne a los principales actores del rubro en Chile. Su misión es contribuir al desarrollo de la actividad de los centros comerciales en el país. Además, participamos en el comité de seguridad, comité de comunicaciones, comité legal y comité de urbanismo de la CCHCC.

CÁMARA DE COMERCIO DE SANTIAGO (CCS)

Asociación gremial sin fines de lucro que reúne a más de 2.500 empresas de diversos sectores económicos del país, cuyo propósito es impulsar el desarrollo de un Chile emprendedor. Además, participamos en el comité de *compliance* de la CCS.

ASOCIACIÓN PARA EL DESARROLLO DE LA EXPERIENCIA DE CLIENTE (DEC) CHILE

La DEC tiene el objetivo de desarrollar mejores vínculos con los clientes a partir del acceso a las mejores prácticas, *networking* y las tendencias del mercado.

INSTITUTO CHILENO DE ADMINISTRACIÓN RACIONAL DE EMPRESAS (ICARE)

Proporciona a los niveles directivos información relevante sobre el medio nacional e internacional, facilitando la comprensión y oportuna evaluación de las fuerzas que mueven los mercados y las tendencias que influyen en el funcionamiento de las empresas.

ASOCIACIÓN CULTURAL MUNICIPAL DE CERRILLOS

Esta asociación tiene por objeto diseñar, formular, y ejecutar planes, programas e iniciativas para contribuir al desarrollo cultural y patrimonial armónico y equitativo de la comuna de Cerrillos.

CÁMARA DE COMERCIO DE ANTOFAGASTA

Institución que forma parte de la Cámara Nacional de Comercio y cuyo objetivo es organizar, definir prácticas y coordinar el accionar comercial del empresariado de la región de Antofagasta.

CORPORACIÓN INDUSTRIAL PARA EL DESARROLLO REGIONAL DEL BIOBÍO (CIDERE):

Corporación que entrega herramientas para el desarrollo de las personas de la región del Biobío.

COMUNIDAD PORTUARIA DE ANTOFAGASTA (COPA)

La misión de COPA es liderar y representar al sector logístico de sus asociados a través del desarrollo de capacitaciones, instancias de vinculación, información estratégica, monitoreo de indicadores y el levantamiento de mejores prácticas que permitan al puerto de Antofagasta ser el más competitivo de la zona norte de Chile bajo una relación armónica con la ciudad.

ASOCIACIÓN NACIONAL DE AVISADORES (ANDA)

Organización gremial que reúne a las principales empresas avisadoras del país, y que representa una parte importante de la inversión publicitaria que se realiza en Chile. Su objetivo es representar a sus asociados frente a autoridades, otros gremios y la comunidad, en la defensa de la libertad de expresión comercial y el marketing.

PRIDE CONNECTION CHILE

Red que busca promover espacios de trabajo inclusivos para la diversidad sexual y generar lazos para la atracción de talento LGBTI a las distintas organizaciones que la componen.

Colombia

ASOCIACIÓN DE CENTROS COMERCIALES DE COLOMBIA (ACECOLOMBIA)

Trabaja por la integración de los centros comerciales de Colombia en busca de su desarrollo y fortalecimiento institucional, por medio de la organización de actividades conjuntas, alianzas estratégicas y programas de mejoramiento continuo que contribuyan a enriquecer con experiencias la gestión de la administración de los centros comerciales asociados.

FEDERACIÓN NACIONAL DE COMERCIANTES (FENALCO)

Representa gremialmente a los comerciantes y empresarios colombianos atendiendo sus respectivas necesidades. Se fundamentan en la defensa de la democracia y la libre empresa para generar mejores condiciones de competitividad, productividad y sostenibilidad.

Perú

ASOCIACIÓN DE CENTROS COMERCIALES Y DE ENTRETENIMIENTO DEL PERÚ (ACCEP)

Tiene como objetivo fomentar el desarrollo de la industria, representando, promoviendo y defendiendo a sus miembros ante organismos públicos y privados.

CÁMARA DE COMERCIO DE LA LIBERTAD

Esta institución realiza diversas acciones, en favor de sus asociados y de la sociedad liberteña, impulsando la conectividad de la capital de la región con las provincias e importantes hitos para el desarrollo de la región.

Internacional

INTERNATIONAL COUNCIL OF SHOPPING CENTERS (ICSC)

Organización que persigue el avance de la industria, promueve y eleva los mercados y lugares donde la gente compra, cena, trabaja, juega y se reúne, como espacios fundamentales y vitales de las comunidades y las economías.



CAPÍTULO II

Gestión 2025: un referente latinoamericano de crecimiento rentable



II. 1.

Nuestra estrategia de crecimiento

NCG 461 4.3

En 2025 avanzamos en una estrategia de crecimiento rentable que da continuidad a un modelo que hemos consolidado en Chile, Perú y Colombia. Nuestro foco es mantener una conexión permanente con las personas y seguir transformando nuestros activos para convertirlos en centros urbanos que ofrecen múltiples y potentes motivos de visita. Esta visión se ha reforzado durante más de tres décadas y es hoy el fundamento de nuestra gestión.

En estas tres décadas, la Región Andina se ha convertido en nuestra plataforma integrada de desarrollo. Operar con una mirada regional nos permite alcanzar escala, atraer marcas globales y fortalecer nuestro posicionamiento en los tres países donde estamos presentes. Esta visión compartida orienta nuestras decisiones de inversión, la forma en que definimos la propuesta de valor de cada centro urbano y el modo en que nos relacionamos con nuestros visitantes, socios comerciales e inversionistas.

Nuestra estrategia de crecimiento se basa en tres líneas de acción que se refuerzan entre sí:

- > **Potenciar** los mismos metros cuadrados mediante actualización constante,
- > **Incorporar** nuevos metros cuadrados a través de proyectos de expansión y transformación y
- > **Fortalecer** los Negocios Complementarios asociados a movilidad, logística y publicidad.

A esto se suma una estrategia regional de consolidación de nuestra marca, que busca construir una relación estable y reconocible con quienes nos visitan en cada país.



Mallplaza Vespucio, Chile



Perú: consolidación del portafolio adquirido y avance en proyectos de experiencia

En Perú nuestra estrategia de crecimiento se consolidó a partir de la adquisición realizada en diciembre de 2024, mediante la cual incorporamos 11 centros comerciales provenientes de Open Plaza. Desde entonces, hemos trabajado en la transformación progresiva de estos activos, orientándolos desde formatos de conveniencia hacia centros urbanos centrados en la experiencia. Durante el año renovamos 95 contratos e incorporamos 41 nuevas marcas, fortaleciendo segmentos como gastronomía, moda y *lifestyle*.



Mallplaza Angamos, Perú



Nuevos centros urbanos Perú provenientes de Open Plaza:

- > Mallplaza Angamos (ex Open Plaza)
- > Mallplaza Huancayo (ex Open Plaza)
- > Mallplaza Piura (ex Open Plaza)
- > Open Plaza Atocongo
- > Open Plaza Canta Callao
- > Open Plaza Chiclayo
- > Open Plaza Cajamarca
- > Open Plaza Huánuco
- > Open Plaza Trujillo
- > Open Plaza La Marina
- > Open Plaza Pucallpa

Estos centros urbanos representan una oportunidad para profundizar nuestra propuesta comercial en Perú, avanzar en procesos de reconversión y ampliar el alcance de nuestra marca en mercados con alto potencial de crecimiento.



Metro de Lima-Callao, Perú

Este avance estratégico se complementa con proyectos de desarrollo. En Mallplaza Piura y Mallplaza Trujillo impulsamos ampliaciones orientadas a mejorar la oferta gastronómica y el entretenimiento. En Mallplaza Angamos continuamos reorganizando categorías clave, y Mallplaza Atocongo evoluciona hacia un formato *outlet* que incorpora marcas de alto atractivo para ampliar las ocasiones de visita. Estos proyectos profundizan nuestra estrategia de desarrollar centros urbanos más integrados, con mayor presencia de espacios abiertos, zonas de experiencia y formatos que conectan con las nuevas preferencias de nuestros visitantes.

Desde su apertura, en el cuarto trimestre de 2020, Mallplaza Comas se consolidó como el principal polo comercial de Lima Norte, con 80.995 m² de GLA y más de 180 locales. Desde 2022, sus ingresos crecieron 18,8%, las ventas 11,2% y el flujo de visitas 20,4%.

Chile y Colombia: consolidación de la propuesta de valor

En Chile y Colombia avanzamos en la actualización permanente de la propuesta comercial, reorganizando espacios y fortaleciendo la relación con nuestros socios comerciales. Este trabajo opera bajo una visión compartida en la Región Andina, que combina crecimiento operacional, disciplina en la asignación de capital y una estrategia común de desarrollo urbano.



Mallplaza Buenavista, Colombia



Mallplaza Vespucio, Chile



II. 1. A.

Revalorización continua y orgánica de nuestros activos

NCG 461 4.3

El crecimiento en los mismos metros cuadrados es uno de los pilares centrales de nuestro modelo de negocio. Nuestro objetivo es movilizar la propuesta de valor de forma constante, reorganizando espacios, fortaleciendo categorías y actualizando la infraestructura para responder a las necesidades de las comunidades donde operamos. Buscamos “movilizar la propuesta”, incorporando nuevos motivos de visita y generando mayor productividad por metro cuadrado.

Durante 2025 este trabajo se reflejó en el desempeño consolidado de los tres países, con casos emblemáticos que dan cuenta de su profundidad y consistencia.



Chile: Mallplaza Vespucio, nuestro **flagship** se consolida tras profunda transformación

En Chile, las ventas crecieron 8,0% y el EBITDA aumentó 12,9%, con un margen de 80,2%. El caso más representativo es Mallplaza Vespucio, donde la actualización de espacios, la ampliación de la oferta gastronómica y la llegada de nuevas marcas consolidaron al activo como el principal polo urbano del suroriente de Santiago.

La inauguración de la nueva zona *Lifestyle* —una ampliación de 19.740 m², con más de 12.000 m² de espacio público— llevó la superficie total a 188.259 m² GLA. Este proyecto generó un efecto halo: las ventas aumentaron 15,6% y los ingresos subieron 17,7%, superando ampliamente el aumento del GLA (11,7%).

La llegada de marcas como Zara (4.300 m², la tienda más grande del Cono Sur), H&M (3.207 m²), Casaideas (1.394 m²), Adidas Originals, GAP, DBS y Lippi, además de un

nuevo supermercado Santa Isabel y servicios de conveniencia vinculados a las estaciones de Metro colindantes, fortaleció aún más la propuesta. Con más de 2,5 millones de visitas mensuales, una integración urbana reforzada mediante un parque de 12.000 m² y la instalación de una planta solar con 1.760 paneles bifaciales, Vespucio se consolida como un núcleo urbano líder, sostenible y altamente competitivo dentro de la Región Metropolitana.

Mallplaza Vespucio es hoy uno de los centros urbanos más relevantes de Chile, con una oferta en permanente evolución y un desempeño destacado en todos los indicadores operacionales.

Las reconversiones que realizamos en Mallplaza Tobalaba, Mallplaza Alameda y Mallplaza Sur también aportaron a este crecimiento, impulsando el flujo, las ventas y los ingresos. Estas intervenciones se orientan a reorganizar espacios, mejorar la experiencia y dar nuevos usos a zonas con potencial de crecimiento.



Mallplaza Vespucio, Chile



Colombia: Mallplaza NQS,
una propuesta de valor
que se ha consolidado en
Bogotá

Este activo es un caso destacado para el crecimiento gracias a la reorganización de espacios, la llegada de nuevas marcas, la renovación de categorías gastronómicas y de entretenimiento y la mejora integral de la experiencia de visita.

A su vez, la contundencia de la transformación de Mallplaza NQS se refleja en sus cifras de cierre 2025: una ocupación del 96,9%, un incremento en ingresos del 15,2% y un crecimiento en ventas del 13,1%. Con flujos de visita crecientes y un fortalecimiento sostenido del *tenant mix*, Mallplaza NQS se consolida como un caso ejemplar de cómo una reconversión bien ejecutada puede expandir la relevancia y el desempeño de un centro urbano dentro de su entorno.

El resto del portafolio también mostró un crecimiento sostenido, con ventas que aumentaron 15,2%, reflejando el avance de nuestra estrategia de actualización de espacios y fortalecimiento del *tenant mix*.



Mallplaza NQS, Colombia



Perú: Consolidación de Mallplaza Comas

En Perú, mientras avanzamos en la integración y transformación del portafolio recientemente incorporado, también nos hemos preocupado de fortalecer la propuesta de valor de los centros urbanos en ese país.

Desde 2022, los ingresos de Mallplaza Comas han crecido 18,8%, las ventas 11,2% y el flujo de visitas 20,4%, consolidando su posicionamiento como el principal polo comercial de Lima Norte.

En Perú estamos renovando más de 100 tiendas y remodelando otras 100 del portafolio adquirido a Open Plaza, con el objetivo de convertir centros de conveniencia en centros comerciales centrados en la experiencia. Junto con ello, continuamos mejorando las condiciones comerciales para alinear estos activos al estándar de Mallplaza. Este trabajo permitió que el EBITDA creciera 14,1%, con un margen de 84,3%.

Con estas mejoras, nuestro GLA total alcanza 2,34 millones de metros cuadrados, impulsado por expansiones, reconversiones y actualizaciones en nuestros activos actuales.



Mallplaza Comas, Perú

II. 1. B.

Expansión estratégica en la región

NCG 461 4.3

El crecimiento mediante nuevos metros cuadrados es una de las líneas de desarrollo más relevantes de nuestra estrategia regional. Durante 2025 avanzamos en un plan de inversión de MMUSD 607,7 orientado a expandir y transformar nuestros centros urbanos en Chile y Perú. Este plan contempla 168.600 m² de ampliaciones para los próximos cuatro años, centradas en activos de categoría Tier A y en proyectos que elevan la productividad por metro cuadrado, atraen nuevas marcas y mejoran la experiencia de visita.

En Chile, avanzamos simultáneamente en ampliaciones que profundizan la propuesta comercial de nuestro portafolio:

- > **Mallplaza Trébol:** expansión de 26.100 m², con avances reportados durante el segundo y tercer trimestre.
- > **Mallplaza Oeste:** ampliación de 16.100 m², orientada a fortalecer categorías de alto valor.
- > **Mallplaza Norte:** ampliación de 12.400 m², junto con la modernización de cerca del 40% del activo, incluyendo un nuevo AutoPlaza y un puente peatonal hacia Avenida Américo Vespucio.
- > **Mallplaza La Serena:** ampliación de 9.500 m², con un nuevo polo gastronómico y de entretenimiento en el tercer nivel.

En Mallplaza Mirador Biobío, desarrollamos nuestro primer formato *outlet*, con más de 30 marcas de retail, una de las propuestas más completas de la región. Ubicado en el corazón del Gran Concepción, el centro urbano incorpora 6.600 m² adicionales para alcanzar un total de 52.525 m² de GLA. Este proyecto integrará más de 50 tiendas menores en formato *outlet*, junto con una robusta oferta de entretenimiento que incluye Cinemark, Chuck E. Cheese, Happyland y una pista de patinaje en hielo.

La iniciativa consideró una inversión total de MMUSD 10,5, consolidándose como un polo comercial y de servicios relevante para la región del Biobío.

En Perú, consolidamos nuestra posición como el segundo operador más relevante del mercado y avanzamos en ampliaciones estratégicas con un plan de crecimiento que considera 100.000 m² de expansión para los próximos cuatro años, consolidando nuestra posición como el segundo operador más relevante del país. Este proceso incluye ampliaciones, transformación del portafolio adquirido a Open Plaza y el fortalecimiento de activos estratégicos.



Mallplaza Piura, Perú

Otras ampliaciones en Perú:

- > **Mallplaza Angamos:** ampliación de 17.900 m², reorganizando la oferta comercial para fortalecer categorías clave.
- > **Mallplaza Atocongo:** transformación hacia formato *outlet*, reorganizando más de 22.000 m² con marcas como Adidas, Reebok, Skechers, Tommy y Marathon.
- > **Mallplaza Piura:** expansión de 7.200 m² orientada a potenciar gastronomía y entretenimiento.

Consolidación de los activos en Colombia

En Colombia continuamos con el desarrollo de proyectos que evolucionan nuestra oferta y mejoran las ocasiones de visita. Este avance es coherente con la estrategia que hemos sostenido en el país, privilegiando proyectos *brownfield* que fortalecen la experiencia de nuestros visitantes y la relevancia de los activos dentro de su entorno urbano.



Es así como la consolidación de nuestro portafolio se refleja en la evolución de Mallplaza Cali, que cumplió recientemente su primer año de operación. Desde su apertura, el activo ha mostrado un desempeño destacado, alcanzando una ocupación de 97,2% al cierre del 2025, aportando de manera significativa al crecimiento del EBITDA, consolidado gracias al efecto de su primera operación completa comparada. Durante el año continuó su proceso de maduración, impulsado por una propuesta comercial cada vez más afinada y preferida por sus comunidades, manteniendo un crecimiento sostenido en ventas, ingresos y visitas. Estos resultados confirman su consolidación dentro del mercado local, su capacidad para atraer nuevas marcas y su alto potencial de crecimiento dentro de nuestra operación en el país.

Este trabajo conjunto entre Chile, Perú y Colombia se basa en una visión compartida que busca fortalecer nuestro liderazgo en la Región Andina. La expansión de nuevos metros cuadrados nos permite avanzar en la construcción de centros urbanos con más motivos de visita, con mayor densidad comercial y con una propuesta integral.



Renovación y evolución integral: Mallplaza Norte en Chile

En Mallplaza Norte, avanzamos en nuestro plan *brownfield* para transformar nuestros centros urbanos en espacios más conectados, fortaleciendo la rentabilidad, tráfico y oferta.

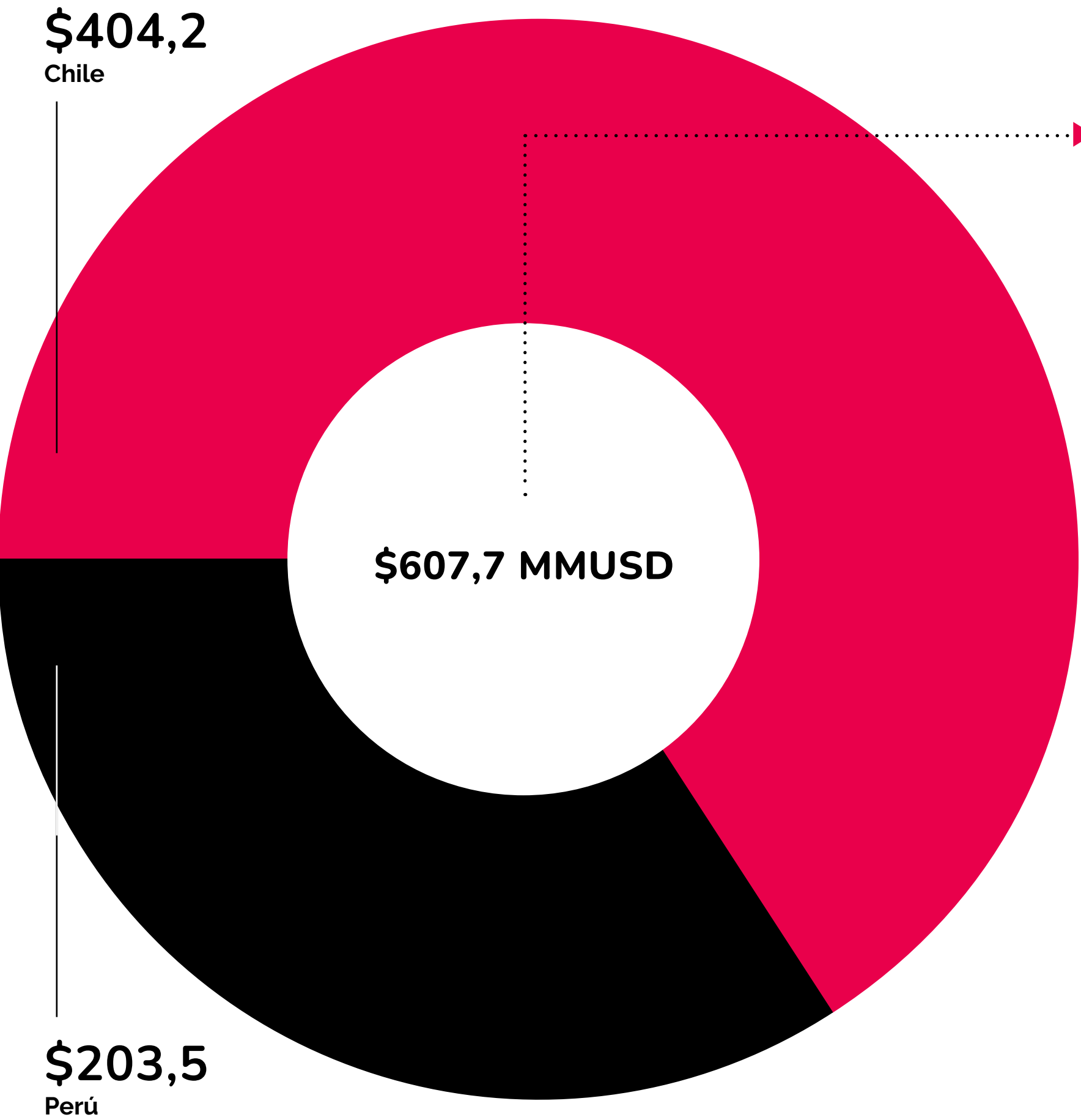
A través de un plan integral, en Mallplaza Norte avanzamos para consolidar su liderazgo en la zona norte de Santiago. El proyecto contempla 12.400 m² adicionales y una intervención cercana al 40% de sus locales, que incluye la modernización del sector Terrazas, un nuevo AutoPlaza con mayor presencia de marcas y la

transformación del segundo nivel hacia *retail* y servicios. La incorporación de un puente peatonal hacia la Avenida Américo Vespucio mejorará la conectividad del centro urbano y ampliará su capacidad para atraer nuevos segmentos de visitantes.



Proyectos anunciados 2025-2028

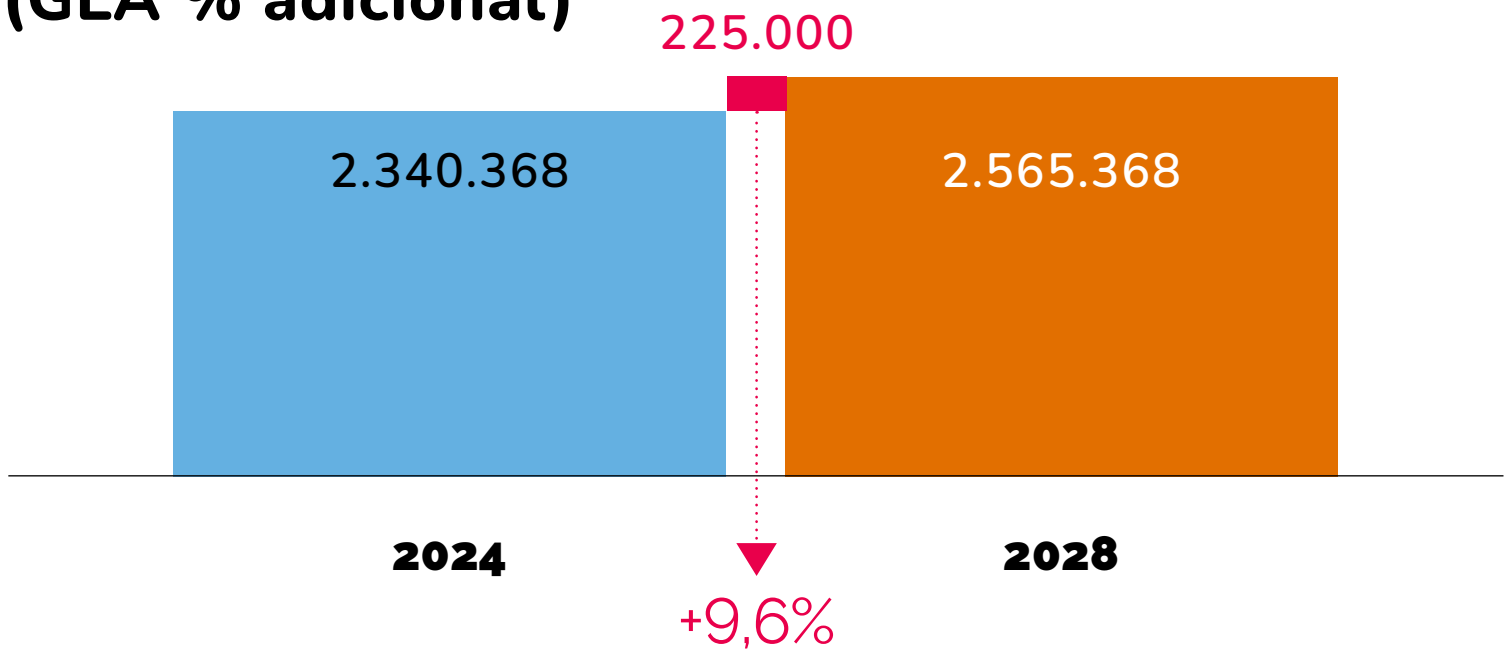
Inversión total 2025 (MMUSD)



Distribución GLA anunciado

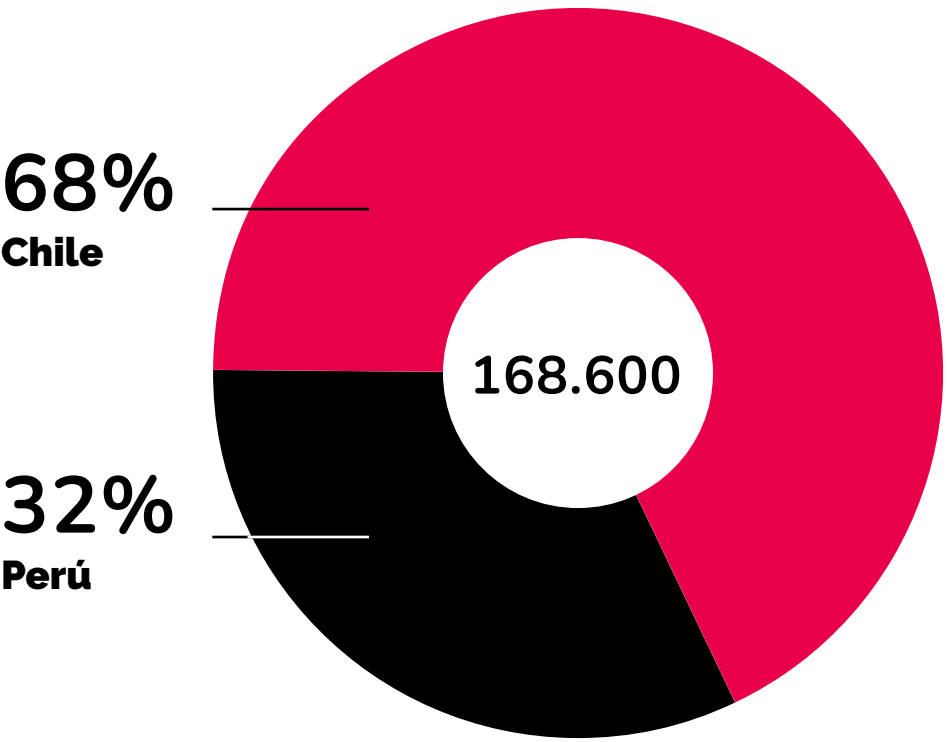


Plan de Inversiones (GLA % adicional)



- > Plan de transformación y expansiones
- > Foco en activos Tier A
- > Nuevos formatos *outlet*

Aperturas por país (m²)



Con la mirada puesta en el futuro, impulsamos un ciclo de crecimiento ininterrumpido que sumará nuevos metros cuadros a nuestro portafolio, reasegurando así un crecimiento sostenido mediante la mejora permanente de nuestros activos Tier A.



Proyectos Anunciados 2025-2028

Centro comercial	Tipo	País	Fecha Apertura		GLA	Ampliación m2	GLA Post Proyecto m2	Inversión total Proyecto (MMUSD)	Inversión Remanente (MMUSD)
			Estimada						
Mallplaza Vespucio	Ampliación	Chile	-		188.259	19.600	188.259	45,3	-
Mallplaza Los Dominicos	Transformación	Chile	-		95.766	-	95.766	2,6	-
Mallplaza Antofagasta	Ampliación	Chile	-		82.142	1.600	82.142	4,0	-
Mallplaza Premium Outlets Biobío	Transformación	Chile	-		52.857	6.600	52.857	12,0	3,3
Varios Proyectos Colombia	Ampliación	Colombia	-		-	5.000	-	2,6	-
Total aperturado					419.024	32.800	419.024	66,6	3,3
Mallplaza Norte²	Transformación	Chile	1S 2026		-	-	-	4,3	0,1
Open Plaza Atocongo¹	Transformación	Perú	1S 2026		37.312	-	37.312	7,5	7,1
Mallplaza Iquique	Ampliación	Chile	1S 2026		26.771	3.700	30.471	7,7	0,3
Mallplaza Huancayo²	Transformación	Perú	1S 2026		42.756	-	42.756	0,8	0,3
Mallplaza Piura	Ampliación	Perú	2S 2026		42.002	7.200	49.202	27,0	24,7
Mallplaza Oeste²	Ampliación	Chile	2S 2026		184.220	16.100	200.320	45,5	41,7
Mallplaza Trujillo²	Ampliación	Perú	2S 2026		81.940	7.500	89.440	42,4	42,4
Mallplaza Arequipa	Ampliación	Perú	2S 2026		42.578	400	42.978	0,5	0,5
Mallplaza Norte²	Ampliación	Chile	1S 2027		135.661	12.400	148.061	37,3	28,2
Mallplaza Trébol²	Ampliación	Chile	1S 2027		119.298	26.100	145.398	105,8	102,5
Mallplaza Angamos²	Ampliación	Perú	1S 2027		55.631	17.900	73.531	68,8	68,3
Open Plaza La Marina	Ampliación	Perú	2S 2027		31.213	21.300	52.513	56,5	56,4
Mallplaza La Serena²	Ampliación	Chile	2S 2027		64.116	9.500	73.616	65,2	64,4
Otros proyectos Chile	Ampliación	Chile	2S 2028		-	46.500	-	138,3	138,3
Total por aperturar					863.500	168.600	985.600	607,7	575,2
Total					1.282.524	201.400	1.404.624	674,3	578,5

1. La inversión de estos activos es para la transformación a formato *outlet*.
2. El monto de inversión total incluye también inversión en transformación.
3. El monto de inversión total incluye también inversión en remodelación.



Mallplaza Trujillo: un Tier A con desempeño destacado y plan de expansión relevante

Mallplaza Trujillo es uno de los activos más importantes de nuestro portafolio en Perú y se proyecta como un centro urbano estratégico dentro del plan de crecimiento regional. Durante el año, reforzamos su rol como activo Tier A dentro del plan de 100.000 m² de expansión proyectada para el país. Durante el segundo trimestre, el activo impulsó el crecimiento del país con una mejora significativa en su desempeño, el tráfico aumentó 13%, las ventas crecieron 25,8 puntos porcentuales y se avanzó en la incorporación de 7.500 m² adicionales de GLA. En el tercer trimestre reafirmó su proceso de consolidación: las ventas crecieron 15,8%, las visitas aumentaron 10,2% y el proyecto de expansión de 7.500 m² continuó avanzando según lo planificado.

Con 81.940 m² de GLA actuales, Trujillo evoluciona con un corredor comercial reforzado por marcas como Invicta, Camila Viali, Crepier, Kitchen Center, Caffarena, Nuga, Aruma, Mifarma Beauty y Starbucks, además de firmas internacionales como L'Occitane, Pandora, Victoria's Secret y New Balance, entre otras. Su ruta gastronómica y nuevas zonas de entretenimiento, como Fun Jungle (1.000 m²), consolidan su posicionamiento como el principal destino comercial del norte peruano.



II. 1. C.

Nuevos Negocios Complementarios:
innovación y omnicanalidad para crecer

NCG 461 3.1.V, 4.3, 6.2.II

Los Negocios Complementarios se consolidaron durante 2025 como un motor estratégico de crecimiento para Mallplaza, al habilitar soluciones de movilidad, medios y logística que fortalecen nuestro ecosistema de centros urbanos y generan nuevas fuentes de ingresos. Actualmente este negocio -que alcanza el 10% de los ingresos totales- se estructura en tres pilares: *Parking*, Media y Omnicanalidad.

Parking digital: movilidad sin fricciones y modelo exportable

El negocio de *parking* continúa siendo el negocio complementario de mayor aporte, impulsado por la consolidación de nuestra solución *free flow*, desarrollada internamente. Este modelo permite a las personas ingresar y salir del estacionamiento sin necesidad de ticket ni cajeros, a través de integraciones con aplicaciones de uso masivo. Es así que durante 2025 reforzamos nuestra propuesta con Banco Falabella, COPEC Pay, MACH y Banco de Chile. Este enfoque multiaplicación entrega una

experiencia rápida y sin fricciones a los usuarios. Gracias a ello, hoy contamos con cerca de 1 millón de usuarios registrados y alcanzamos una penetración cercana al 30% del flujo de vehículos diarios, muy por encima del promedio de la industria.

Media: plataforma 360°

Hoy Media representa alrededor del 1% de los ingresos. Durante el año 2025 ejecutamos alrededor de 150 campañas, entre ellas destacan Natura, con una segmentación basada en patentes y comportamiento de visita, con activación vía *push* o WhatsApp; y campañas de *recall* vehicular para identificar patentes ubicadas en nuestra base de datos y activar notificaciones al entrar al mall.



Omnicanalidad: centros urbanos como hubs logísticos

Nuestra estrategia omnicanal siguió creciendo durante 2025, reforzando la posición de los malls como *hub* urbanos de distribución. Este ecosistema integra soluciones *online* y *offline* que conectan tiendas, operadores logísticos y visitantes. La solidez de nuestra estrategia omnicanal quedó reflejada también en el reconocimiento obtenido en el Omnichannel Index Chile 2025. En esta medición, obtuvimos, por cuarto año consecutivo, el Primer Lugar en la categoría *Shopping Centers*, y el Cuarto Lugar del ranking general, validando el enfoque de poner a las personas en el centro de la experiencia. Este resultado reconoce el desarrollo de una propuesta integrada que conecta de manera fluida los canales físicos y digitales, fortaleciendo soluciones como *Click & Collect*, *Ship from Store*, *hubs* logísticos y servicios digitales, y consolidando la omnicanalidad como un habilitador clave del crecimiento de nuestros Negocios Complementarios y del ecosistema retail que opera en nuestros centros urbanos.

Todo esto ha generado nuevas oportunidades de negocio para los socios comerciales.

> **Click & Collect:** En Chile, consolidamos una red que reúne a los principales operadores de última milla como Mercado Libre, Blue Express, Starken, Chilexpress y Correos de Chile. La red presta servicios a más de 500 marcas y alcanzó cerca de 600 mil visitas anuales, fortaleciendo

su rol dentro del *e-commerce* nacional.

- > **Ship from Store:** Iniciamos la operación de ship from store, que permite despachar directamente desde las tiendas ubicadas en nuestros centros urbanos, reduciendo los tiempos de traslado desde los habituales centros de distribución. En esta primera etapa, el modelo registró entre 40 y 50 mil despachos, superando las expectativas iniciales.
- > **Cross Docking:** Continuamos ampliando nuestra infraestructura de distribución urbana. Un ejemplo destacado es Mallplaza Egaña, desde donde salen aproximadamente 3 mil motos diarias para entregar paquetes a gran parte de Región Metropolitana.

El tamaño de la oportunidad omnicanal —que integra soluciones logísticas y de habilitación digital— se estima en torno a MMUSD 80, lo que confirma el valor estratégico de este negocio a futuro.

La integración de *Parking*, *Media* y *Omnicanalidad* fortalece el modelo Mallplaza al generar nuevas capas de valor, diversificar ingresos y posicionarnos como un actor relevante en soluciones tecnológicas, logísticas y de data para el ecosistema retail de Latinoamérica.

Con estas plataformas, avanzamos en nuestro propósito de construir centros urbanos cada vez más conectados, eficientes y relevantes para las personas y las marcas.

Durante el año 2025, Mallplaza participó en iniciativas de innovación abierta donde el foco estuvo en la ejecución y pilotaje de los proyectos ganadores del Desafío X 2024, avanzando en soluciones orientadas a nuevas formas de comunicación con clientes, nuevos usos comerciales y el desarrollo de oportunidades B2C.

Respecto a innovación cerrada, durante 2025 no se realizaron nuevos concursos internos de innovación. No obstante, se continuó promoviendo una cultura de mejora y aprendizaje a partir de iniciativas previamente levantadas.

Este año Mallplaza participó activamente en el ETM Day 2025, contando con un stand conjunto con el grupo Falabella, el cual incluyó un espacio de *cowork* destinado a presentar las propuestas de valor de las distintas unidades de negocio del grupo. Desde Mallplaza, se impulsó especialmente la iniciativa Parkfloü.

Adicionalmente, durante 2025 se mantuvo un trabajo activo y continuo con distintos ecosistemas de *startups*, fortaleciendo redes de colaboración, explorando oportunidades de innovación conjunta y manteniendo vínculos con actores clave del ecosistema emprendedor y tecnológico.



Mallplaza Vespucio, Chile

II. 2. Reconversión de espacios para una mejor propuesta de valor

NCG 461 4.3

La reconversión de espacios es una de las herramientas más relevantes dentro de nuestro modelo de gestión. Nos permite transformar activos existentes, responder a nuevas preferencias de consumo y generar eficiencias sin depender exclusivamente de ampliaciones. En Mallplaza tenemos profundamente integrado este concepto que refleja una convicción que compartimos en los tres países: siempre debemos movilizar la propuesta de valor para que nuestros centros urbanos se mantengan vigentes en el tiempo.

Durante el último periodo, avanzamos en reconversiones que reorganizan zonas, modernizan la infraestructura comercial y fortalecen las categorías más demandadas por nuestros visitantes.

En Chile, las transformaciones realizadas en Mallplaza Tobalaba, Mallplaza Alameda y Mallplaza Sur impulsaron el flujo, las ventas y los ingresos, demostrando la capacidad que tenemos para evolucionar activos existentes y conectarlos de mejor manera con las necesidades de sus comunidades.



Esta mirada que, seguirá siendo clave en nuestra estrategia de crecimiento rentable durante los próximos años, es una herramienta que combina eficiencia, visión urbana y flexibilidad para adaptar nuestros centros a un entorno dinámico, reforzando el rol de Mallplaza como espacio integrado y de múltiples propósitos para las comunidades donde estamos presentes.



Mallplaza Alameda, Chile

Inaugurado en 2008, con 59.533 m² y ubicado en un punto céntrico y estratégico de Santiago, Mallplaza Alameda ha vivido una transformación. Los espacios fueron rediseñados para potenciar la propuesta de *retail*, servicios y experiencias, incorporando nuevas marcas como H&M, Holly Concept, Family Shop, The Line, Marketches, Cannon Home, Puma Outlet y un gimnasio Smartfit. También se incorporaron las oficinas del Registro Civil de dos comunas, generando un nuevo polo de visitas recurrentes.

Durante el 2025, estas transformaciones se han traducido en un incremento sostenido en visitas, ventas e ingresos, consolidando a Mallplaza Alameda como un centro urbano versátil y conectado con las necesidades de su entorno.



Mallplaza Tobalaba, Chile

En 2024, transformamos 8.000 m² de nuestra propuesta y remodelamos parte del nivel 2, fortaleciendo la oferta gastronómica y sumando marcas diferenciadoras. En el segundo nivel, creamos un nuevo “Espacio Gastronómico” con ocho restaurantes de primer nivel, mientras que en el primer piso mejoramos la propuesta de *retail* con la llegada de H&M y Puma.

Durante 2025 estos cambios siguen impulsando el desempeño del centro urbano, con incrementos sostenidos en visitas, ventas e ingresos, consolidando a Tobalaba como un destino gastronómico y comercial relevante en la zona.

Las reconversiones tienen una característica común en los tres países: priorizan el valor del activo existente, fortalecen la propuesta comercial y permiten responder de manera más ágil a las tendencias de consumo. Este enfoque evita caer en modelos estáticos y asegura que cada centro urbano se mantenga conectado con las necesidades reales de las personas que lo visitan.



Mallplaza Tobalaba, Chile



Mallplaza Arequipa, Perú

Mallplaza Arequipa es uno de los casos más emblemáticos de evolución desde un formato de conveniencia hacia un centro urbano integral. A partir de 2014, tras su adquisición emprendimos una transformación profunda, que contaba con 12.000 m² de GLA. Desde ese momento emprendimos una transformación profunda bajo el sello Mallplaza, que incluyó la construcción de 30.000 m² nuevos para incorporar propuestas de *retail*, gastronomía, servicios y entretenimiento, además de una intervención completa en los estacionamientos.

Hoy, con 42.805 m², Mallplaza Arequipa lidera su mercado en la ciudad, gracias a una oferta renovada que integra supermercados, oficinas, gimnasio, más de 70 nuevas tiendas, un sector gastronómico con terrazas, un *boulevard* financiero y zonas de entretenimiento. Esta evolución le ha permitido consolidarse como un espacio donde la ciudad se conecta para vivir experiencias, reunirse, comprar y resolver su vida cotidiana en un solo lugar.

Al cierre de 2025, el activo mantiene un desempeño sólido, reflejando la efectividad de su transformación y su capacidad para seguir ampliando ocasiones de visita en uno de los mercados más dinámicos del sur del Perú.



II. 3. Una plataforma para las marcas globales

NCG 461 6.2, II

Mallplaza se ha consolidado como una plataforma de crecimiento para marcas globales y regionales que buscan expandir su presencia en la región. Nuestra escala, ubicación estratégica y capacidad de movilizar tráfico de calidad han permitido que operadores internacionales como H&M, Zara, Decathlon e IKEA nos elijan para crecer en Chile, Perú y Colombia. Durante 2025 reforzamos este posicionamiento al participar en MAPIC, instancia internacional clave para la industria del *retail real estate*, donde presentamos nuestra propuesta de centros urbanos integrados y profundizamos relaciones con marcas globales interesadas en expandirse en la región.

El fortalecimiento del *tenant mix* es una palanca importante dentro de nuestra estrategia de crecimiento rentable. En los tres países impulsamos una gestión comercial activa que nos permite atraer nuevas marcas, desarrollar categorías relevantes y actualizar la propuesta de valor de nuestros centros urbanos, conectándolos con las preferencias de nuestros visitantes. Durante el último periodo avanzamos en aperturas y transformaciones que refuerzan segmentos clave como deporte, moda, gastronomía y bienestar.



Mallplaza Vespucio, Chile



Mallplaza Oeste, Chile



Chile: ampliación de categorías y fortalecimiento de deporte, moda y tecnología

En Chile destaca el trabajo realizado en Mallplaza Antofagasta, donde se reconfiguraron más de 5.500 m² para la incorporación de Marathon, Puma, Adidas, The Line y Sparta, ampliando de manera relevante la oferta deportiva del centro urbano. Este ajuste nos permite responder a la creciente preferencia de nuestros visitantes por marcas asociadas al rendimiento, la vida activa y la comodidad.

En Mallplaza Vespucio inauguramos la tienda Bold, de 800 m² y al mismo tiempo, abrimos una nueva tienda Adidas en Mallplaza Egaña, con más de 700 m², reforzando la presencia de marcas globales de deporte en nuestro portafolio. En Mallplaza La Serena concretamos nuevas aperturas que fortalecen el segmento de moda, con la llegada de Calvin Klein y Victoria's Secret.

Perú: marcas globales que impulsan la transformación del portafolio

En Perú avanzamos en la incorporación de 41 nuevas marcas, complementando la renovación del portafolio recientemente integrado desde Open Plaza. Entre las aperturas destacadas se encuentran Rústika (1.246 m²), que potencia la propuesta gastronómica; DBS Beauty en Mallplaza Bellavista;

y La Leña en Mallplaza Comas.

A estas incorporaciones se suman marcas de alto valor como Columbia, Reebok, Guess, PC Factory, Casaideas, Levi's, RKF, TM Beauty y New Balance, parte del *pipeline* comercial destacado del segundo trimestre. Estas aperturas fortalecen categorías como moda, *beauty*, tecnología y gastronomía, profundizando nuestra propuesta de valor en Mallplaza Piura, Mallplaza Angamos, Mallplaza Trujillo y Mallplaza Comas.

Colombia: consolidación de marcas globales y formatos experienciales

En Colombia continuamos ampliando la presencia de marcas globales en activos como Mallplaza NQS y Mallplaza Cali, donde se integran operadores como IKEA, H&M, Adidas, Nike, Zara y Samsung, consolidando su propuesta comercial como destinos urbanos integrados.

Además, sumamos aperturas orientadas a experiencias familiares —como Patolandia, Cabras Locas y Sweet Zone— que consolidan la diversidad de nuestra oferta en ese mercado.



Mallplaza NQS, Colombia



Mallplaza Vespucio, Chile



Mallplaza Vespucio, Chile

Un **tenant mix** cada vez más diverso y de mayor valor

Además, durante 2025 incorporamos un conjunto relevante de marcas globales y regionales que ampliaron y diversificaron nuestra propuesta comercial en los tres países. En Chile, reforzamos categorías clave con la llegada de Columbia, Reebok, Guess, PC Factory, Casaideas, Levi's y RKF, fortaleciendo segmentos como *outdoor*, deporte, tecnología, hogar y moda.

Estas incorporaciones fortalecen nuestra capacidad para atraer marcas líderes, construir relaciones de largo plazo con nuestros socios comerciales y asegurar que nuestros centros urbanos sigan siendo espacios con múltiples motivos de visita. Esta estrategia, combinada con reconversiones y proyectos de expansión, continuará guiando nuestro crecimiento en la región.



II. 4.

Formatos innovadores y servicios de tráfico diario

NCG 461 6.2, II

La evolución de nuestros centros urbanos incorpora nuevos formatos y servicios que amplían las ocasiones de visita y fortalecen la conexión con los intereses de nuestras comunidades. En los tres países avanzamos en la creación de espacios temáticos y zonas experienciales que responden a tendencias culturales, gastronómicas y de consumo, robusteciendo nuestra estrategia de crecimiento rentable.

Estos formatos complementan nuestra estrategia de crecimiento rentable, amplían las ocasiones de visita y consolidan el rol de Mallplaza como un espacio que combina comercio, cultura, gastronomía, servicios y soluciones para la vida diaria..

Callejón Asiático: cultura urbana y nuevas experiencias

Este año inauguramos el Callejón Asiático en Mallplaza Los Dominicos, un espacio de más de 3.000 m² que se suma a nuestra propuesta gastronómica y de entretenimiento. Inspirado en referentes internacionales como el Mercat de Villa Crespo en Buenos Aires y en la cultura urbana asiática, este formato reúne gastronomía, *retail* especializado y experiencias inmersivas.

En este espacio conviven propuestas como Koychi, Panini, Frikiado, Shibuya, Toois, Gangnam, Fuku-muchi y Snack Koreano. Durante sus primeros diez días, Koychi se convirtió en la sucursal más exitosa de su cadena, lo que demuestra el interés creciente por la cultura coreana y por nuevos formatos gastronómicos.

Formatos gastronómicos y experienciales en Colombia

En Colombia avanzamos con aperturas que fortalecen categorías clave para nuestros visitantes. En Mallplaza Manizales inauguramos Sweet Zone, potenciando el segmento experiencial y de *lifestyle*. En Mallplaza Buenavista, reforzamos la oferta gastronómica con un mercado artesanal que consolida su conexión con la comunidad local.



Mallplaza Los Dominicos, Chile



Mallplaza Los Dominicos, Chile

Servicios esenciales: formatos que resuelven la vida cotidiana

Nuestra evolución también incorpora servicios esenciales que amplían los motivos de visita de alta frecuencia. En Chile, distintos centros urbanos integran Registro Civil, Fonasa, notarías, oficinas municipales, módulos de pago y servicios de atención ciudadana, junto con clínicas, laboratorios, gimnasios y espacios de bienestar. Este tipo de oferta se ha convertido en un pilar de nuestro modelo, generando tráfico diario y fortaleciendo la cercanía con las comunidades.

En Colombia reforzamos servicios de trámites y atención ciudadana en Mallplaza NQS y Mallplaza Manizales, integrados con formatos de conveniencia y *lifestyle*. En Perú, la reorganización del portafolio adquirido incorporó espacios orientados a salud, servicios estatales y soluciones rápidas, alineados con la transformación desde centros de conveniencia hacia centros urbanos más útiles y de mayor propósito.



Mallplaza formato premium outlet: una expansión de alto potencial

Como parte de nuestra estrategia de diversificación, avanzamos en el desarrollo de formatos *outlet* en la región.

En Perú, estamos transformando Open Plaza Atocongo hacia un formato *outlet*, con una evolución de su superficie y una inversión de MMUSD 7,1. La incorporación de marcas como Adidas, Reebok, Skechers, Tommy y Marathon fortalecerá una propuesta comercial basada en valor, conveniencia y marcas reconocidas.

En Chile desarrollamos el primer Mallplaza Premium Outlets de nuestro portafolio en Mallplaza Mirador Biobío, en Concepción, el cual incorpora 6.600 m² adicionales para alcanzar una superficie total de 52.525 m².

Mallplaza Premium Outlets Biobío integra más de cincuenta tiendas menores junto con propuestas de entretenimiento como Cinemark, Chuck E. Cheese, Happyland, Trampoline Park y una pista de patinaje en hielo, complementadas con servicios esenciales como Tottus y Homecenter.



II. 5.

AutoPlaza: expansión regional de una categoría inédita



Mallplaza Los Dominicos, Chile

Durante 2025 los proyectos de crecimiento *brown-field* consideraron también la apertura de nuevos espacios de AutoPlaza para potenciar la venta de automóviles de las principales marcas y concesionarios del mercado dentro de nuestros centros urbanos. Este formato reúne en un solo lugar, alternativas de financiamiento y servicios asociados, facilitando una experiencia integral para nuestros clientes. AutoPlaza es una categoría pionera que comenzamos en el año 2000 y que hoy en Chile ya representa un 14,2% de participación de mercado.

Un hito relevante del año fue la expansión de Mallplaza Oeste, donde concretamos un crecimiento de 2.800 m² destinados a la venta de au-

tos nuevos. Esta ampliación permitió consolidar la oferta disponible reuniendo a 54 de las principales marcas automotrices del país, en distintos segmentos y categorías. Del mismo modo, en Mallplaza Los Dominicos incorporamos 800 m² adicionales para recibir a Derco Center y Chevrolet, fortaleciendo la presencia de estos socios comerciales en la zona oriente de la Región Metropolitana y ampliando la propuesta de valor para los visitantes..

A nivel regional, durante diciembre de 2025 se concretó la apertura del primer AutoPlaza en Colombia, ubicado en Mallplaza NQS. Este nuevo espacio cuenta con 1.350 m² y alberga 11 marcas de autos nuevos, marcando un hito en la expansión del formato.

Crecimiento respecto de 2024

+4,8%

Número de autos nuevos vendidos 2025

43.989

Participación de mercado en Chile

14,2%

Participación de mercado por región en Chile

Metropolitana: 19%

Antofagasta: 35%

Biobío: 23%

Presencia de AutoPlaza en la región:

11 Chile

4 Perú (bajo el nombre MotorPlaza)

1 Colombia



CAPÍTULO III

Estrategia ESG



III. A

Nuestra estrategia ESG

NCG 461 3.1.II, GRI 2-25, GRI 3-3

En Mallplaza integramos la sostenibilidad como un eje central de nuestra estrategia corporativa y un pilar fundamental para la creación de valor a largo plazo. Nuestro enfoque ESG orienta la toma de decisiones en todos los niveles de la organización y permite integrar de manera consistente los criterios ambientales, sociales y de gobernanza en el desarrollo del negocio.

La estrategia ESG se articula de forma transversal, guiando tanto la operación de nuestros centros urbanos como la planificación de nuevos proyectos, la relación con nuestros grupos de interés y la gestión de riesgos y oportunidades. Esta mirada nos permite avanzar hacia un crecimiento sostenible, alineado con nuestro propósito y con las expectativas de los lugares donde estamos presentes en Chile, Perú y Colombia.

De esta manera, generamos valor económico sostenible, cimentado en el impacto positivo en las

personas y el medioambiente, fortaleciendo un modelo de negocio resiliente, preparado para enfrentar los desafíos del entorno y contribuir activamente al desarrollo urbano sostenible.

Nuestra estrategia ESG es parte integral de la estrategia de negocios de Mallplaza y se encuentra inmersa en los procesos clave de planificación, gestión y toma de decisiones. Trabajamos de manera coordinada con las distintas áreas de la compañía para asegurar que los criterios ESG se integren de forma sistemática en la operación, la cadena de valor y las etapas de desarrollo y gestión de nuestros centros urbanos.

El trabajo se estructura sobre una base clara de prioridades, que permiten orientar la gestión hacia los principales desafíos y oportunidades del negocio, estableciendo un marco común para la definición de metas, iniciativas y planes de acción.



Mallplaza Vespucio, Chile



III. 1. A.

Pilares de la estrategia ESG

Pilar	Foco	Ámbito
Promovemos la acción por el clima En Mallplaza queremos todos los días avanzar hacia una gestión más eficiente, sustentable y circular, para contribuir a la mitigación de la emergencia climática, con tres focos: eficiencia energética y huella de carbono, eficiencia hídrica y economía circular y gestión integral de residuos.	Avanzar en una gestión más eficiente, sustentable y circular para contribuir a la mitigación de la emergencia climática.	> Eficiencia energética y huella de carbono. > Eficiencia hídrica. > Economía circular y gestión integral de residuos.
Habilitamos capacidades para el empoderamiento de las personas En Mallplaza buscamos generar oportunidades para el desarrollo autónomo de cada uno de nuestros grupos de interés.	Promover el emprendimiento, la cultura y la inclusión.	> Desarrollo humano inclusivo. > Cultura organizacional basada en el respeto y la diversidad. > Oportunidades para emprendedores y actores locales.
Impulsamos un quehacer empresarial íntegro En Mallplaza creemos que para liderar una organización regional y multicultural debemos cuidar un actuar basado en la ética e integridad y el rechazo a las malas prácticas.	Desarrollar una gestión ética, transparente y responsable, basada en altos estándares de gobernanza, integridad y cumplimiento normativo, que permita liderar una organización regional y multicultural.	> Gobierno corporativo, ética e integridad. > Gestión de riesgos ESG y respeto a los Derechos Humanos. > Gestión responsable de proveedores y cadena de valor.

La estrategia ESG de Mallplaza se sustenta en tres pilares estratégicos para abordar de manera integral los principales desafíos asociados a nuestra operación y constituyen la base sobre la cual se definen los compromisos ESG de la compañía.

A partir de ellos, establecemos compromisos específicos, metas de mediano y largo plazo y planes de acción que permiten traducir esta visión estratégica en una gestión concreta, medible y alineada con la creación de valor sostenible.

El despliegue de esta estrategia se refleja también en el seguimiento sistemático de evaluaciones externas y rankings de sostenibilidad y reputación corporativa, que complementan la mirada interna de mejora continua. Durante 2025, seguimos, monitoreando nuestro desempeño en mediciones como CDP, MSCI, DJBICI y Sustainalytics, junto con otras evaluaciones relevantes para el mercado, integrando aprendizajes y oportunidades de fortalecimiento en sus planes de acción ESG.



III. 1. B

Compromisos ESG

NCG 461 4.2

En coherencia con los pilares que estructuran nuestra estrategia ESG, hemos definido 7 compromisos concretos de mediano y largo plazo que orientan la gestión de la compañía y permiten transformar esta visión en acciones verificables. Estos compromisos constituyen una hoja de ruta para la planificación estratégica, la toma de decisiones y la asignación de recursos, asegurando una integración efectiva y medible dentro de los criterios ESG en la operación de Mallplaza.

Los compromisos ESG fueron definidos considerando los principales desafíos del sector, los impactos asociados a nuestra operación y las expectativas de nuestros grupos de interés, y se encuentran alineados con estándares y marcos de referencia internacionales. Su implementación involucra a distintas áreas de la organización y se gestiona de manera transversal, asegurando coherencia entre la estrategia corporativa y la gestión diaria. Estos se integran en los procesos de planificación estratégica y de gestión de riesgos, contribuyendo a un crecimiento responsable y resiliente del negocio.

	Plazo/Meta	Avance Meta 2025
Compromiso transversal: Cero Neto	Net Zero en Alcances 1 y 2 al año 2035.	65,6%
1. Valorización de residuos	60% de valorización al año 2025.	94,8%
2. Eficiencia hídrica	Disminuiremos un 30% la intensidad de consumo directo de agua con línea base 2019 (m3/GLA) al año 2025	100,9%
3. Eliminación de HCFC	Eliminación el uso total de HCFC en nuestros sistemas de clima al año 2030.	14,9%
4. Eficiencia energética	Disminución del 22% de la intensidad energética del gasto común (kWh/GLA), con línea base 2019, al año 2035.	35,5%
5. Eficiencia eléctrica	Suministro eléctrico 100% de energías renovables al año 2026.	89,3%
6. Impacto 1 millón de personas	1 millón de personas impactadas positivamente al año 2028.	21%
7. Espacios inclusivos	60% de los centros urbanos certificados como espacios inclusivos al año 2028.	11%



El avance de estos compromisos es objeto de seguimiento periódico, a través de mecanismos de control y evaluación que permiten identificar oportunidades de mejora, ajustar planes de acción y fortalecer una gestión orientada a resultados y a la mejora continua.

Durante 2025 consolidamos avances en nuestro propósito de valorización de residuos en centros urbanos, fortaleciendo la gestión conjunta con proveedores de servicios ambientales y alineando sus niveles de servicio (SLA) exigidos a la meta corporativa. Implementamos mecanismos de incentivo al desempeño, entre ellos, el Concurso de Valorización desarrollado en Chile entre octubre y diciembre, para premiar a los equipos con mayor incremento respecto del mismo periodo de año anterior. Asimismo, incorporamos proveedores especialistas para reforzar la clasificación en andenes y formalizamos, a través de procedimiento interno, la evaluación obligatoria de factibilidad de valorización de residuos de escombros.

Estas acciones permitieron acelerar mejoras operativas y aumentar los volúmenes valorizados que derivaron a que, en diciembre, el desempeño regional alcanzara un 94,8% de cumplimiento de la meta.

La brecha restante se concentra principalmente en la valorización de residuos orgánicos, dado que, si bien se avanzó en la implementación de biodigestores y en la activación de servicios de retiro y compostaje para incrementar la fracción desviada de relleno sanitario, se evidenciaron problemas de segregación y la necesidad de inversión en tecnología y sistematización de los procesos.

Esto se tradujo en un plan de acción con actividades a desarrollar durante todo el primer trimestre del 2026, dentro de las cuales se encuentran:

- > Campaña de concientización referente a la segregación de residuos con socios comerciales
- > Incluir en contratos de socios comerciales la obligatoriedad de entregar residuos segregados y en condiciones de valorizar (segregación en el origen)
- > Desarrollar capacidad de procesamiento de residuos en las regiones donde actualmente no contamos con centros de valorización
- > Maximizar la generación de energía de residuos asimilables a domiciliario.



Mallplaza Egaña, Chile



III. 2. Gobernanza ESG

La gobernanza ESG en Mallplaza permite asegurar la adecuada supervisión, implementación y seguimiento de la estrategia ESG. Este modelo busca integrar de manera sistemática los criterios ambientales, sociales y de gobernanza en la toma de decisiones estratégicas y en la gestión del negocio, en todos los países donde operamos.

III.2. A. Política de Sostenibilidad

NCG 461 4.2

Mallplaza cuenta con una Política de Sostenibilidad que establece los principios y lineamientos que orientan su actuar en estas materias. Esta política constituye el marco de referencia para la toma de decisiones y la gestión responsable de la compañía, y es aplicable a todas sus operaciones en Chile, Perú y Colombia.

La Política de Sostenibilidad se encuentra alineada con estándares y marcos de referencia internacionales:

- > Norma ISO 26000 de Responsabilidad Social.
- > Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas.
- > Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).
- > Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) para Empresas Multinacionales.
- > Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas, con especial foco en:



Mallplaza Egaña, Chile

En coherencia con estos principios y marcos de referencia, la Política de Sostenibilidad de Mallplaza establece un enfoque integral para la gestión de los desafíos sociales y ambientales asociados a nuestros grupos de interés.

Este enfoque se operacionaliza a través de cuatro elementos centrales: (i) la identificación de las comunidades potencialmente afectadas por nuestras operaciones y proyectos, junto con la caracterización de los distintos grupos de interés locales; (ii) la identificación de grupos en situación de mayor

vulnerabilidad, como parte del proceso de análisis social asociado a nuestros centros urbanos; (iii) el desarrollo de una estrategia de participación que incorpora mecanismos de diálogo y relacionamiento con los grupos de interés locales; y (iv) la disposición de mecanismos formales de quejas y reclamos accesibles para las comunidades.

Estos elementos permiten asegurar una gestión social coherente, preventiva y alineada con la creación de valor y el desarrollo sostenible de los territorios donde Mallplaza opera.



III. 2. B.

Estructura de gobernanza ESG

NCG 461 3.2.VI, 3.2.VII, 3.7.I, NCG 461 3.1.II, GRI 2-12, GRI 2-13, GRI 3-3

En Mallplaza, la gobernanza de los temas ESG se sustenta en una estructura clara y en un enfoque de gestión que involucra a distintos niveles de la organización. Esta estructura permite asegurar la identificación, evaluación, gestión y seguimiento de los riesgos y oportunidades asociados a materias ambientales, sociales y de gobernanza, incluyendo los Derechos Humanos, así como su adecuada integración en la estrategia corporativa.

La gestión de la estrategia ESG se articula a través de áreas y funciones específicas, junto con instancias formales de coordinación, supervisión y seguimiento, que permiten asegurar una implementación consistente y alineada con los objetivos estratégicos de la compañía.

Gerencia de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad

La Gerencia de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad ocupa un rol estratégico a nivel regional y desde el 2025 depende directamente de la Gerencia de Administración y Finanzas. Su función principal es liderar la gestión de la comunicación corporativa externa, la sostenibilidad



Mallplaza Huancayo, Perú

y las relaciones con el entorno. Además, esta gerencia desempeña un papel clave en resguardar la reputación corporativa, velando por una comunicación clara, consistente y alineada con los valores y compromisos de Mallplaza.

Es responsable de informar al Directorio sobre el progreso de la estrategia ESG de forma anual, e incluye el estado de avance de compromisos, planes de acción y principales indicadores de seguimiento.

Durante el período, se presentaron al Directorio los avances de los compromisos ESG, junto con el estado de los planes de acción definidos para fortalecer la gestión y asegurar su cumplimiento. Asimismo, se reportaron al Directorio los resultados obtenidos en distintos rankings y ratings de sostenibilidad y repu-

tación corporativa, tales como MSCI, DJBICI, MERCO y Marcas Ciudadanas, los que permiten evaluar el desempeño de la compañía, así como identificar logros y oportunidades de mejora.

Subgerencia de ESG

La Subgerencia de ESG tiene a su cargo el liderazgo de la estrategia ESG y del proceso de reporting, asegurando la integración de los criterios ambientales, sociales y de gobernanza en la operación y el desarrollo de los centros urbanos de Mallplaza. Dentro de esta subgerencia existe un equipo especializado en relación con comunidades, cuyo rol es fortalecer el vínculo con los lugares donde operamos, promoviendo iniciativas de impacto positivo y un relacionamiento sostenible con las comunidades locales.



Gestión y seguimiento de la Estrategia ESG

La Estrategia ESG se gestiona a través de dos instancias formales de coordinación y seguimiento:

1. Comité de Sostenibilidad

El Comité de Sostenibilidad está integrado por el Gerente General, el Comité Ejecutivo y la Subgerencia de ESG. Esta instancia se reúne de manera bimestral y tiene como principales responsabilidades supervisar el cumplimiento de la Política de Sostenibilidad y realizar el seguimiento de los objetivos, metas e indicadores de la Estrategia ESG. En este espacio se abordan de manera integral los temas sociales, ambientales y de gobernanza, y se definen además los criterios de relacionamiento con los grupos de interés.

2. Mesas de Sostenibilidad

En lo que respecta a los temas ambientales, el Comité es responsable de supervisar y gestionar las acciones relacionadas con el pilar de Acción Climática. Este pilar se articula en torno a tres áreas fundamentales de trabajo: la eficiencia energética y la huella de carbono, la eficiencia hídrica, y la economía circular y gestión de residuos.

Existen Mesas de Sostenibilidad diferenciadas por temática, en las que se revisan y planifican las acciones vinculadas a la Estrategia ESG. Estas instancias permiten un seguimiento operativo y periódico de los compromisos y planes de acción, y se organizan sesionando semanalmente por tema: Mesa de Medioambiente, Mesa de Gobernanza y Mesa Social, lo que permite asegurar una gestión continua y especializada de los distintos ámbitos ESG, facilitando la coordinación entre áreas y el control del avance de las iniciativas definidas. En particular, la Mesa Social aborda de manera periódica los riesgos y materias asociadas a Derechos Humanos, relacionamiento comunitario y condiciones laborales, asegurando un seguimiento operativo y oportuno de estos ámbitos.

3. Gestión de riesgos ESG

NCG 461 3.6.III

En 2024, Mallplaza inició un proceso de actualización de su Matriz de Riesgos, con el objetivo de fortalecer la gestión de riesgos de la compañía. Este esfuerzo incluyó la incorporación de evaluaciones específicas para la cadena de valor en los riesgos ESG, asegurando una visión más integral y precisa de los riesgos asociados.

Durante 2025, se ejecutó este proceso en colaboración con una consultora especializada para establecer un nivel de control y gestión de riesgos más robusto y detallado, fortaleciendo el compromiso de la compañía con la sostenibilidad y la responsabilidad corporativa, e integrando de manera efectiva las consideraciones ESG en los procesos y decisiones estratégicas.

Además, dentro de esta actualización de la matriz de riesgos se consideró, la incorporación de nuevos activos y la revisión de riesgos en la cadena de valor, fortaleciendo el enfoque preventivo y de control.



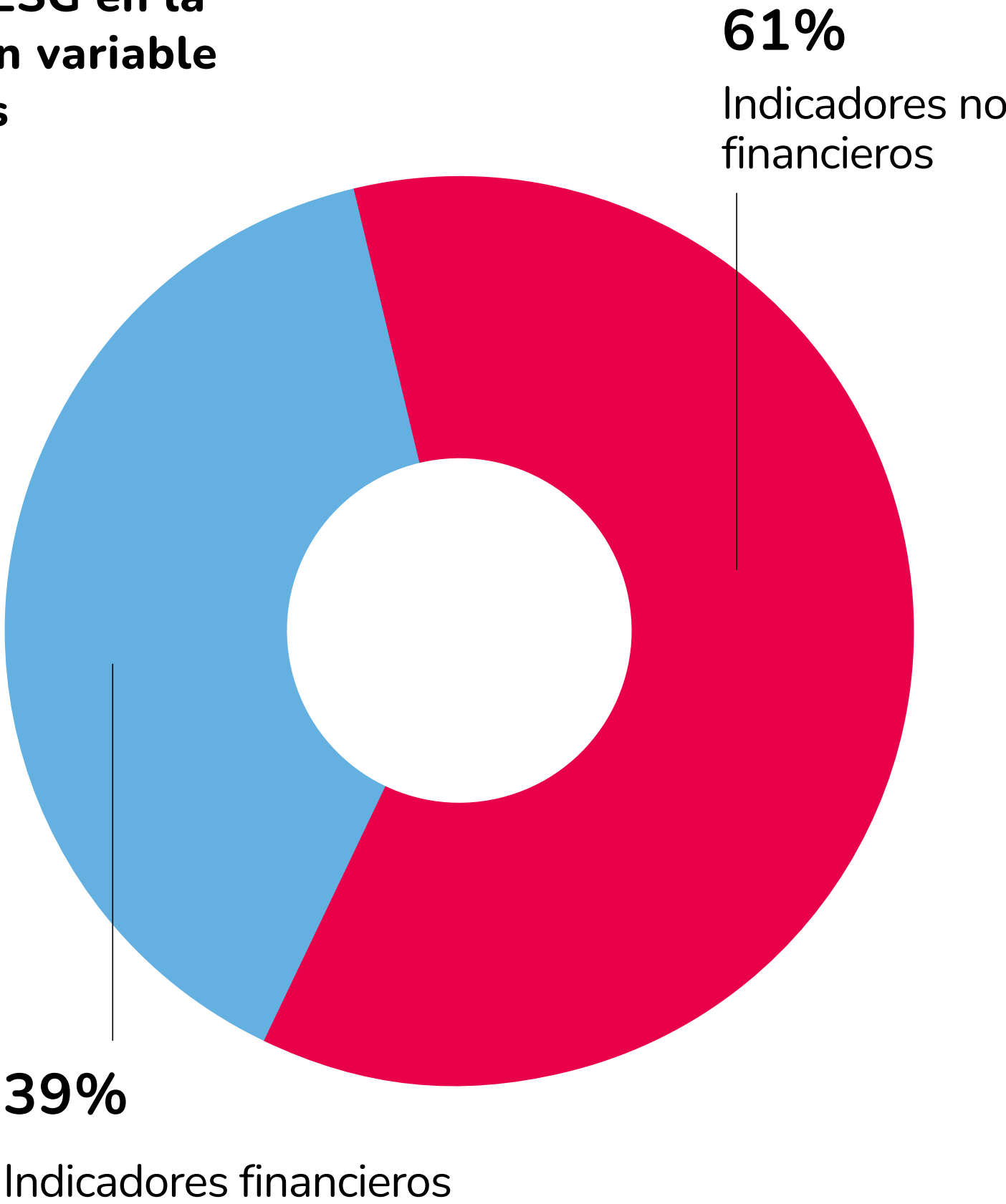
III. 2. C.
Indicadores ESG

En Mallplaza, la gestión de la estrategia ESG se apoya en indicadores clave de desempeño (KPIs) que permiten medir de manera sistemática los avances en las materias que abarca. Estos indicadores consideran ámbitos como personas, cultura y desarrollo organizacional, relacionamiento con grupos de interés, operación segura y sustentable, gestión de riesgos y gestión de proveedores.

Los KPIs ESG son medidos anualmente y se encuentran integrados en los sistemas de incentivos de los ejecutivos principales de la compañía, incluyendo al Gerente General, Gerentes y Subgerentes. De esta forma, la gestión ESG se incorpora de manera concreta en la evaluación del desempeño y en la toma de decisiones a nivel ejecutivo.

- La estructura de los indicadores considerados en la remuneración variable contempla tanto KPIs no financieros como financieros.
- > Los indicadores no financieros, definidos a partir de estudios o métricas internas, representan el **61%** de la remuneración variable de los ejecutivos. Dentro de este componente, un **33,3%** corresponde a indicadores asociados directamente a materias ESG, mientras que un **27,7%** se vincula a otros temas no financieros.
 - > Por su parte, los indicadores financieros, asociados al desempeño de las líneas de negocio y a variables como ingresos y costos, representan el **39%** de la remuneración variable de los ejecutivos.

Indicadores ESG en la remuneración variable de ejecutivos



III. 3.

Derechos Humanos y debida diligencia

III. 3. A.

Programa y Política de Derechos Humanos y Empresa

GRI 2-23, 2-24, 3-3

En Mallplaza mantenemos un compromiso permanente con el respeto de los Derechos Humanos (DD.HH.) y con una gestión socialmente responsable frente a nuestros colaboradores, las comunidades donde operamos y todos nuestros grupos de interés. Para ello contamos con una Política y un Programa de Derechos Humanos y Empresa, que establecen las directrices y medidas específicas que guían nuestro comportamiento, en conformidad con nuestros valores corporativos, normativa interna. Además se fundamenta en la Carta Internacional de los Derechos Humanos y los principios establecidos por la Organización Internacional del Trabajo (OIT) en materia de derechos fundamentales en el trabajo.

En ella se establecen compromisos orientados a prevenir vulneraciones y a respetar derechos fundamentales, entre los que se incluyen:

- > Derechos laborales fundamentales.
- > Libertad de asociación y negociación colectiva.
- > Igualdad de oportunidades y no discriminación.
- > Equidad de remuneración.
- > Entornos de trabajo libres de violencia y acoso.
- > Protección de los derechos de niños, niñas y adolescentes.
- > Transparencia y ética corporativa.
- > Respeto por el medioambiente.

Estos compromisos se extienden a todos los grupos de interés de la compañía —colaboradores, proveedores, socios comerciales, accionistas, visitantes, autoridades y la sociedad en general— en Chile, Perú y Colombia.



Los hallazgos, denuncias o alertas relevantes en materia de Derechos Humanos identificados a través del Canal de Integridad o de los procesos de debida diligencia son integrados en la gestión de riesgos ESG y reportados a las instancias de gobernanza correspondientes.

Durante 2025, Mallplaza actualizamos nuestra Política de Derechos Humanos y Empresa y se aprobó formalmente el Programa de Derechos Humanos, cuyo objeto es establecer, comunicar y guiar la conducta esperada de los colaboradores para:

1. La prevención de riesgos en materia de Derechos Humanos.
2. La detección de posibles infracciones a la Política y a la normativa aplicable.
3. La respuesta oportuna ante la materialización de riesgos.

4. El monitoreo, mejora continua y actualización del programa.

La política y el programa se encuentran disponibles en el sitio web corporativo.



Durante los últimos tres años, el 100% de las operaciones y colaboradores de la compañía, así como más del 12% de sus contratistas, fueron evaluados respecto de posibles riesgos en materias de Derechos Humanos.

III. 3. B.

Proceso de debida diligencia en Derechos Humanos

GRI 2-25, 3-3

Como parte de su gestión en Derechos Humanos, Mallplaza aborda de manera prioritaria aquellos ámbitos en los que su operación puede generar mayores impactos, con foco en el bienestar de los colaboradores, el respeto de los derechos laborales y la relación con las comunidades locales.

Hemos implementado un proceso de debida diligencia en Derechos Humanos para asegurar la correcta implementación y supervisión de la Política de Derechos Humanos y Empresa, así como para identificar, evaluar y gestionar riesgos reales y potenciales asociados a sus operaciones y a la cadena de valor.

Durante 2020 en Chile y 2022 en Perú y Colombia, se llevaron a cabo procesos formales de debida diligencia en Derechos Humanos, con el objetivo

de evaluar cómo la operación podía afectar los derechos humanos tanto en el presente como en el futuro. Como resultado, la debida diligencia fue integrada a la matriz de riesgos corporativos, la cual se actualiza cada tres años o ante eventos significativos que puedan afectar el cumplimiento.

En 2024 se conformó la Mesa de Debida Diligencia en Derechos Humanos, y durante 2025 esta instancia se reunió de manera trimestral para supervisar la gestión de riesgos, verificar la correcta implementación de los controles y fortalecer su diseño cuando fue necesario. Esta mesa está compuesta por representantes de la Gerencia de Personas, la Gerencia Legal, Riesgo y Cumplimiento, la Gerencia de Operaciones y la Gerencia de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad.

En este contexto, se procesó la matriz de riesgos y controles para simplificar el análisis e identificar controles clave, definiéndose un total de 10 categorías y 33 riesgos. Las instancias de revisión tuvieron como objetivos: (i) verificar la implementación de controles; (ii) mejorar su diseño cuando correspondiera; y (iii) concientizar y educar a los equipos en materias de Derechos Humanos.

Para abordar integralmente los riesgos, se estructuró un proceso de revisión desarrollado entre 2023 y 2025, que consideró la identificación, evaluación y mejora de los controles asociados a los riesgos definidos.

- 1. Identificación de impactos reales y potenciales desde una perspectiva de Derechos Humanos.
- 2. Evaluación de impactos basada en los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos.
- 3. Identificación de riesgos inherentes y sus controles.
- 4. Evaluación de riesgo residual y puntos de mejora.
- 5. Definición de responsables.

En esta evaluación se abordaron riesgos asociados a trabajo forzoso, trata de personas, trabajo infantil, libertad de asociación, derecho a la negociación colectiva, igualdad salarial, discriminación, privacidad de la información y seguridad en el trabajo, con foco especial en grupos en situación de mayor vulnerabilidad, tales como colaboradores, mujeres, niños, personas pertenecientes a pueblos indíge-

nas, trabajadores migrantes, empleados de terceros y comunidades locales.

La gestión de riesgos ESG incorpora de manera explícita los riesgos asociados a Derechos Humanos, los cuales son identificados, evaluados y gestionados a través de la matriz de riesgos corporativa, en coherencia con la Política de Derechos Humanos y Empresa y el proceso de debida diligencia descrito en este capítulo.

En línea con la integración de la debida diligencia aplicable a socios comerciales y nuevas adquisiciones, durante 2024 evaluamos los riesgos y controles de la matriz de riesgos de Derechos Humanos de Open Plaza Perú, empresa adquirida a fines de 2025. Esto fue incorporado en la actualización realizada en 2025 de la matriz de riesgo con el objetivo de gestionar adecuadamente los riesgos a nivel regional. Como parte del proceso de debida diligencia en Derechos Humanos, disponemos de mecanismos formales para la recepción, gestión y seguimiento de consultas y denuncias relacionadas con estas materias, entre los que destaca el Canal de Integridad, el cual se encuentra disponible para todos nuestros grupos de interés. Este canal permite realizar reportes de manera confidencial y, si así se desea, anónima, asegurando la protección de quienes utilizan este mecanismo. Las consultas o denuncias recibidas a través del Canal de Integridad son analizadas conforme a los procedimientos internos establecidos, lo que permite identificar oportunamente eventuales impactos reales o potenciales en materia de Derechos Humanos.



Planes de mitigación y remediación

Como resultado del proceso de debida diligencia en Derechos Humanos, en Mallplaza continuamos trabajando y robusteciendo las medidas específicas orientadas a mitigar y remediar los impactos negativos de los riesgos identificados, dando continuidad y fortaleciendo las acciones implementadas en años anteriores.

Entre las principales medidas de mitigación y remediación desarrolladas se consideran:

- > Revisión e incorporación de cláusulas de Derechos Humanos en los contratos con terceros, con el objetivo de asegurar el alineamiento de proveedores, socios comerciales y contrapartes con los principios establecidos en la Política de Derechos Humanos y Empresa de Mallplaza.
- > Capacitaciones dirigidas a colaboradores internos y algunos proveedores en materias de integridad, diversidad, inclusión y gestión ambiental: “Yo Juego Limpio” dirigido a toda la compañía; desayunos de integridad; cursos de inducción para nuevos colaboradores; y “Legales on Tour”, iniciativa que considera visitas del equipo Legal, Riesgo y Cumplimiento.
- > Envío de material de difusión a través de correo electrónico y de la plataforma Viva Engage.
- > Publicación Guía de Cumplimiento de Mallplaza con los lineamientos específicos sobre Derechos Humanos y Empresa, en la web corporativa para colaboradores, proveedores y socios comerciales.

- > Capacitación especializada en materia de Derechos Humanos dirigida a cargos expuestos y cuyo contenido abordó los principios fundamentales de los derechos humanos, el rol de Mallplaza en los procesos de debida diligencia y las responsabilidades asociadas al desempeño de los colaboradores.

En relación con la vinculación con terceros, revisamos la debida diligencia de nuestras contrapartes considerando los requisitos establecidos tanto en el Programa de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo (PLAFT) como en el Modelo de Prevención del Delito (MPD). En el caso de Mallplaza Perú, a través del Modelo exigimos una actuación estricta y diligente por parte de colaboradores, socios comerciales, proveedores y terceras partes intermediarias. Todos estos programas y políticas se encuentran en la web corporativa.

Asimismo, disponemos de mecanismos formales para la recepción, gestión y seguimiento de consultas y denuncias relacionadas con Derechos Humanos, entre los que destaca el Canal de Integridad, disponible para todos los grupos de interés, en idioma local, de manera confidencial y, si así se desea, anónima. Este canal fue comunicado activamente a proveedores, socios comerciales y colaboradores, reforzando los principios de confidencialidad y no represalias. Durante el año 2025 no se



registraron denuncias relacionadas con vulneraciones a los Derechos Humanos. Cuando se identifican impactos negativos, se aplican medidas correctivas orientadas a su remediación, que pueden incluir ajustes en condiciones laborales, revisiones contractuales y acciones correctivas operacionales.

Adicionalmente, durante el periodo se realizaron sesiones trimestrales de la Mesa de Derechos Humanos, cuyo objetivo fue establecer líneas de trabajo para disminuir brechas en esta materia, identificar riesgos relevantes y definir controles específicos para su mitigación, fortaleciendo la gestión preventiva y la mejora continua del sistema.

Durante los últimos tres años, el 100% de las operaciones y colaboradores de la compañía, así como más del 12% de sus contratistas, fueron evaluados respecto de posibles riesgos en materias de De-

rechos Humanos, como parte de los procesos de debida diligencia implementados a nivel regional. Estos resultados permiten contar con una visión integral de los riesgos reales y potenciales, y constituyen un insumo clave para la definición de planes de mitigación, remediación y mejora continua.



III.4

Grupos de interés

NCG 461 3.1 IV, 3.7.I, 6.3, 6.1.V, GRI 2-25, GRI 2-29, GRI 413-1, GRI 413-2

En Mallplaza gestionamos las relaciones con nuestros grupos de interés a través de un enfoque integral y estratégico, fundamentado en los principios de confianza, transparencia, ética y compromiso de largo plazo. Este enfoque forma parte de la implementación de nuestra estrategia ESG y contribuye directamente a la creación de valor sostenible en los territorios donde operamos.

Tenemos un modelo estructurado de relacionamiento con grupos de interés, diseñado para asegurar una participación efectiva, transparente y consistente en todos los países donde opera. Este considera la identificación de los grupos de interés relevantes, la definición de responsables internos para el relacionamiento, el establecimiento de objetivos y planes de acción con indicadores asociados (KPIs), así como la habilitación de canales y mecanismos de comunicación y diálogo permanentes. Asimismo, contempla la evaluación periódica de la percepción de los grupos de interés respecto de la gestión sostenible de la compañía, permitiendo incorporar sus expectativas y preocupaciones en los procesos de toma de decisiones.

Nuestro Modelo de Relacionamiento con Grupos de Interés promueve el diálogo abierto, la generación de valor compartido y el desarrollo de iniciativas que contribuyan al bienestar de las personas y al crecimiento sostenible de los territorios donde operamos. Para ello, promovemos activamente el establecimiento de canales de comunicación que nos permitan comprender quiénes son nuestros grupos de interés, cuáles son sus expectativas y cómo perciben nuestra gestión.

Pilares del Modelo de Relacionamiento

1. **Generación de valor:** desarrollo proactivo de acciones que generen valor compartido para la empresa y las comunidades.
2. **Relaciones duraderas:** construcción de vínculos de largo plazo, basados en la confianza y el respeto mutuo.
3. **Accountability:** definición de responsables que representen a la organización y aseguren la trazabilidad de los acuerdos y compromisos asumidos.
4. **Transparencia:** establecimiento de relaciones y comunicaciones claras y consistentes, como factor clave para fortalecer la confianza recíproca.



Mallplaza Egaña, Chile



Proceso de implementación del modelo

En coherencia con nuestra estrategia ESG, la implementación del Modelo de Relacionamiento se desarrolla a través de un proceso estructurado que considera:



Este proceso se implementa bajo un ciclo de gestión común para los países donde Mallplaza opera, asegurando consistencia, comparabilidad y coherencia en la gestión del relacionamiento a nivel regional.

Aplicación del modelo según etapa del proyecto

El Modelo de Relacionamiento se adapta a las distintas etapas del ciclo de vida de nuestros activos, con el fin de asegurar una adecuada gestión social y ambiental:

> Adquisición de activos (M&A)

Se realiza un proceso de debida diligencia social orientado a identificar pasivos sociales y compromisos pendientes, asegurando una transición responsable.

> Construcción de nuevos proyectos (greenfield):

Se implementan estrategias de gestión social destinadas a minimizar impactos, priorizando el diálogo transparente, la entrega oportuna de información, la socialización de los proyectos y la participación activa en la gestión de riesgos.

> Operación de centros urbanos:

El modelo se materializa principalmente a través de los programas Plaza Comunidad y Plaza Emprende, orientados a fortalecer el vínculo con el entorno mediante iniciativas de desarrollo social, apoyo al emprendimiento local y la promoción de actividades culturales y medioambientales.



Grupos de interés y gestión del relacionamiento

La gestión del Modelo de Relacionamiento considera un diálogo permanente con los principales grupos de interés de la compañía, los cuales se gestionan a través de objetivos de relacionamiento y canales específicos, alineados con la estrategia ESG y las prioridades definidas en el proceso de materialidad.

Para fortalecer la gestión del relacionamiento, avanzamos hacia el uso de plataformas y sistemas de información que permiten generar trazabilidad de los vínculos establecidos, consolidando una gestión focalizada en los temas prioritarios para cada grupo de interés.

La aplicación del Modelo de Relacionamiento se encuentra respaldada por la Política de Sostenibilidad de la compañía, cuyo cumplimiento es supervisado por la Gerencia de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad.

Mallplaza está comprometido con garantizar la aplicación de este Modelo de Relacionamiento en todas sus operaciones, en coherencia con lo establecido en su Política y la implementación del modelo se desarrolla a través de un ciclo de gestión común para los países donde operamos.

La actividad de Mallplaza, centrada en el diseño, construcción y operación de centros urbanos, constituye el motor principal para la generación de valor compartido con sus grupos de interés. Este valor se manifiesta en impactos diferenciados según cada grupo, los cuales son considerados en la gestión del relacionamiento y en la priorización de iniciativas sociales, ambientales y de gobernanza.

Grupo de interés	Objetivo	Canal de comunicación
Visitantes	Ofrecemos experiencias, servicios y productos que contribuyan a mejorar la calidad de vida de nuestros visitantes, y que den valor a su tiempo, construyendo en conjunto una vida urbana amigable, sustentable e inclusiva.	> Canales de atención al cliente > Página web corporativa > Encuesta de satisfacción de los clientes (NPS) > Estudios de mercado > Canal de integridad > Redes sociales > Focus y testeo de productos > Comunicación de políticas > Memoria Integrada anual
Socios comerciales	Buscamos ser el mejor aliado de negocios en la Región, construyendo relaciones transparentes y de mutuo beneficio que permitan el crecimiento de sus compañías, aumenten el valor de su marca y contribuyan al crecimiento de toda su cadena de negocio.	> Newsletters > Memoria Integrada Anual > Canal de contactos > Portal de Socios Comerciales > Portal de Tiendas > Contratos > Contacto permanente con ejecutivo comercial > Canal de Integridad > Reuniones digitales > Reuniones presenciales en centros urbanos > Encuestas de satisfacción
Inversionistas	Informamos a nuestros accionistas y al mercado de manera veraz, eficiente y oportuna sobre nuestra gestión en materias económicas, ambientales, éticas y sociales.	> Memoria Integrada Anual > Informes de resultados > Estados financieros > Análisis razonados consolidados > Junta Ordinaria de Accionistas > Junta Extraordinaria de Accionistas > Hechos esenciales > Comunicados > Página web corporativa > Reuniones con analistas e inversionistas > Conferencias con inversionistas > Encuesta anual SSINDEX > Página web CMF
		Para más información sobre nuestra relación con inversionistas, Revisa aquí



Grupo de interés	Objetivo	Canal de comunicación
Colaboradores internos	Impulsamos un ambiente de desarrollo y trabajo comprometido, donde la cultura de respeto y colaboración aseguren una experiencia memorable de trabajo.	> Encuesta de Cultura Corporativa > Encuesta anual SSINDEX > Comunicaciones internas (Viva Engage-MiFalabella) > Portal de capacitaciones > Canal de Integridad > Código de Ética > Comité Ampliado > Reuniones Cascadas > Memoria Integrada Anual
Personal externo	Construimos un vínculo de confianza y sentido de comunidad, en sus dimensiones casa matriz y tienda.	> Grupos de chat de interacción > Encuestas anual Cadem > Reuniones informativas presenciales > Diario mural “Estar Contigo” > Newsletter mensuales > Portal de Tiendas > Visitas tienda a tienda > Canal de Integridad > Memoria Integrada Anual
Proveedores	Construimos e implementamos un modelo de gestión ESG que aporte valor, innovación y crecimiento para ambas partes.	> Encuesta anual SSINDEX > Encuesta 360° sobre contratos > Portal de Proveedores > Política de Relacionamiento con proveedores > Guía Práctica de cumplimiento para proveedores > Memoria Integrada Anual > Canal de integridad > Contacto directo vía correo y teléfono corporativo



Mallplaza La Serena, Chile



Grupo de interés	Objetivo	Canal de comunicación
Comunidad	Buscamos construir relaciones de confianza, cercanía y a largo plazo con las comunidades en los lugares donde operamos, respetando la identidad local y buscando generar oportunidades para su desarrollo.	> Relacionamiento en terreno > Chats de interacción en tiempo real > Diálogos comunitarios por centros urbanos > Encuesta anual SSINDEX > Redes sociales > Página web > Contact center > Canal de Integridad > Memoria Integrada Anual > Retroalimentación de programas > Correo corporativo Para más información sobre nuestra relación con comunidades, Revisa aquí
Autoridades	Nos comprometemos a tener un relacionamiento transparente e íntegro, y a cumplir con las normas y requerimientos de los diferentes lugares donde operamos.	> Memoria Integrada Anual > Informes de resultados > Estados financieros > Hechos esenciales > Comunicados > Página web corporativa > Encuesta anual > SS Index > Reuniones de conformidad ley Lobby. Para más información sobre nuestra relación con las autoridades, Revisa aquí
Medios de comunicación	Buscamos construir relaciones de confianza, transparencia y de largo plazo con los medios de comunicación (locales, nacionales e internacionales), priorizando a través de la Dirección de Comunicaciones la entrega de información consistente y fundamentada de manera de poner en valor los avances de la estrategia de negocios y responder ante situaciones de contingencia.	> Sitio web corporativo > Memoria Integrada Anual > Informes y publicaciones en sitio web CMF > Redes Sociales > Declaraciones y Comunicados de Prensa > Entrevistas con ejecutivos de la compañía > Convocatoria a actividades de interés > Conference call para divulgación de EE.FF. > Reuniones periódicas



Mallplaza Norte, Chile



Actividades que impactan directamente a nuestros grupos de interés:

Impacto en los visitantes:

Al ofrecer un mix integral que abarca comercio, servicios esenciales y entretenimiento, garantizamos un acceso seguro y conveniente a las necesidades diarias. Esto se refuerza mediante la gestión de la experiencia y la implementación de agendas culturales, contribuyendo significativamente al bienestar y enriquecimiento social de las comunidades donde operamos.

Impacto en nuestros colaboradores:

Las inversiones en capacitación, desarrollo profesional y la aplicación de Políticas de Seguridad y Salud Ocupacional impactan directamente en su empleabilidad, integridad física y mental. Además, el fomento de una sólida cultura de diversidad refuerza su sentido de pertenencia.

Impacto en nuestros locatarios y socios comerciales:

Mantenemos una propuesta de valor enfocada en incrementar el flujo de visitantes, la conversión y ventas, que nos permite construir relaciones transparentes y de mutuo beneficio que permitan el crecimiento de sus compañías, aumenten el valor de su marca y contribuyan al crecimiento de toda su cadena de negocio.

Impacto en nuestro entorno:

Como actor económico y ambiental, Mallplaza tiene un compromiso directo con su entorno. En el plano ambiental, nuestra Gestión Sostenible de Residuos, Agua y Energía, mediante planes corporativos definidos, promovemos la acción por el clima, mejorando el impacto ambiental local y aliviando la presión sobre los recursos naturales.

Impacto en la comunidad:

La inversión social y la vinculación comunitaria, a través de programas de emprendimiento e integración social, impacta positivamente en la calidad de vida de las personas a través de la generación de empleo indirecto, así como la seguridad ciudadana del entorno inmediato a nuestros centros.

Impacto en nuestros proveedores:

Promovemos la ética, transparencia y la mejora de sus propios estándares de sostenibilidad. Esta relación se cimienta en una gestión financiera responsable y el pago oportuno.

Impacto en nuestro personal externo (PEC):

Como contratistas de limpieza y seguridad, está directamente protegido por la implementación de protocolos de seguridad y salud ocupacional, lo que garantiza la protección física y el respeto de sus

derechos laborales básicos, además contamos con un proceso de transformación cultural que se pone al servicio de la sostenibilidad de Mallplaza y moviliza a todas las áreas de la organización. De esta manera, entrega herramientas e igualdad de condiciones a un grupo humano que tradicionalmente se asume como externo y no vinculado al quehacer diario de nuestra compañía.

Impacto en inversionistas y analistas financieros:

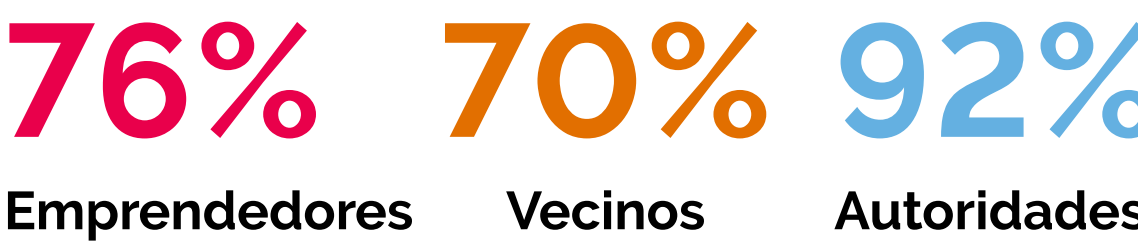
La divulgación periódica y transparente de Información financiera y no financiera, junto con una sólida estrategia de gobernanza y compliance, impacta en los inversores y analistas financieros al reducir la prima de riesgo y generar confianza sobre la resiliencia a largo plazo de la inversión en Mallplaza.

Evaluación de la percepción de los grupos de interés

Los impactos y riesgos asociados a nuestros grupos de interés, son evaluados aplicando anualmente el estudio Stakeholders Sustainability Index (SSINDEX). Este estudio nos permite medir de manera sistemática el nivel de confianza, valoración y percepción respecto de nuestra gestión sostenible, identificando brechas, riesgos reputacionales y oportunidades de mejora en materias ambientales, sociales y de gobernanza.

Sus resultados son incorporados en los planes de acción de las distintas áreas responsables del relacionamiento y permiten fortalecer la coherencia entre nuestra estrategia ESG y las expectativas del entorno.

Resultados 2025



Al cierre de la Memoria, se encontraban en proceso de levantamiento los resultados correspondientes a los grupos de interés colaboradores, inversionistas y proveedores, los cuales serán incorporados en los procesos de gestión y mejora continua.



III. 5

Materialidad

GRI 2-14, GRI 2-25, GRI 3-1, GRI 3-2, GRI 3-3

La gestión de la sostenibilidad en Mallplaza considera una comprensión profunda de los impactos, riesgos y oportunidades asociados a su operación y a su relación con los distintos grupos de interés. En este contexto, la materialidad constituye una herramienta clave para priorizar aquellos asuntos que son más relevantes tanto para el negocio como para la sociedad, orientando la toma de decisiones estratégicas y la asignación de recursos.

El proceso de materialidad de la compañía es divulgado anualmente a través de la Memoria Integrada, y su revisión y/o actualización se realiza de manera bianual, en coherencia con los ciclos estratégicos del negocio y la evolución del entorno regulatorio y operacional.

Proceso de materialidad

El proceso de materialidad de impacto realizado por Mallplaza en 2022 se basó en una evaluación detallada y estratégica que permitió identificar los tópicos más relevantes para la compañía y sus grupos de interés. Este procedimiento evaluó el impacto de las actividades de Mallplaza en la economía, la sociedad y el medioambiente a lo largo de toda su cadena de valor, permitiendo abordar de manera integral los principales desafíos y oportunidades del sector.

Durante 2024, Mallplaza mantuvo los temas identificados en la evaluación de materialidad de 2022, reafirmando la vigencia, continuidad y relevancia de los asuntos priorizados, en línea con la estrategia de negocio y el contexto operacional del período.

A continuación, se presenta un resumen general del proceso y de las principales etapas desarrolladas:



Mallplaza Iquique, Chile



ETAPA 1

Identificación

Se realizó un proceso de identificación de temas materiales relevantes para la compañía y para los grupos de interés. Este proceso incluyó:

- > **Benchmarking de la industria:** Elaboración de un análisis comparativo completo a nivel nacional e internacional para encuadrar el estado actual de reportabilidad en el sector e identificar tendencias y estándares emergentes.
- > **Análisis interno:** Utilización de un listado de temas materiales preliminares para definir el posible impacto de Mallplaza en sus grupos de interés y su entorno. Este análisis se complementa con una revisión detallada de documentos internos, publicaciones de prensa y comunicaciones de la compañía, identificando hitos claves y temas importantes en términos de gestión.
- > **Doble materialidad:** Entrevista a ejecutivos de Mallplaza para identificar riesgos e impactos desde la perspectiva de la doble materialidad. Abarcando los efectos financieros como los sociales y ambientales de la empresa.
- > **Incorporación de Estándares de Sostenibilidad:** Se utilizó el Sustainability Accounting Standards Board (SASB), específicamente para el sector industrial Real Estate ([ver aquí](#)).

ETAPA 2

Priorización

Una vez identificados los temas materiales, el siguiente paso fue su priorización:

- > **Encuesta de priorización:** Solicitud a nuestros grupos de interés -inversionistas, proveedores, socios comerciales, jefes de tiendas, colaboradores, emprendedores, vecinos y autoridades-, de evaluar cada tema en una escala del 1 al 5, demostrando su importancia para una gestión e información adecuadas por parte de Mallplaza. Este proceso consideró a 513 participantes internos y 7.430 participantes externos.
- > **Perspectiva de los clientes:** Se incluyó la priorización de temas materiales desde la perspectiva de los clientes, utilizando datos de estudios de sostenibilidad corporativa realizados mensualmente en Chile, Perú y Colombia.

ETAPA 3

Validación y matriz

La etapa final fue la validación del proceso y sus resultados correspondientes:

- > **Revisión por el Comité de Sostenibilidad:** El Comité de Sostenibilidad, compuesto entre otros por el Gerente General y el Comité Ejecutivo de Mallplaza, revisó la representatividad de todos los aspectos materiales y su inclusión en la matriz de materialidad. Esta revisión se realizó para asegurar una representación equitativa y relevante de los temas identificados.
- > **El Comité verificó que la matriz de materialidad:**
 - a. Aborda los temas más relevantes para Mallplaza
 - b. Considera las tendencias del mercado, los riesgos y oportunidades que enfrenta la empresa.
 - c. Está alineada con la estrategia y los objetivos de Mallplaza.

Como resultado de la revisión, el Comité de Sostenibilidad recomendó algunas modificaciones a la matriz de materialidad, las cuales fueron incorporadas en la versión final. Asimismo, el trabajo consideró la visión y recomendaciones de Gestión de Riesgos.

Finalmente, la matriz de materialidad fue presentada y aprobada por el Directorio.



III. 5. A.
Temas materiales

GRI 3-2, 3-3

Los temas materiales son aquellos aspectos que tienen un impacto significativo en nuestra capacidad para crear valor en el largo plazo y que son de mayor relevancia para nuestros grupos de interés. Nuestros temas materiales son:

SOCIAL

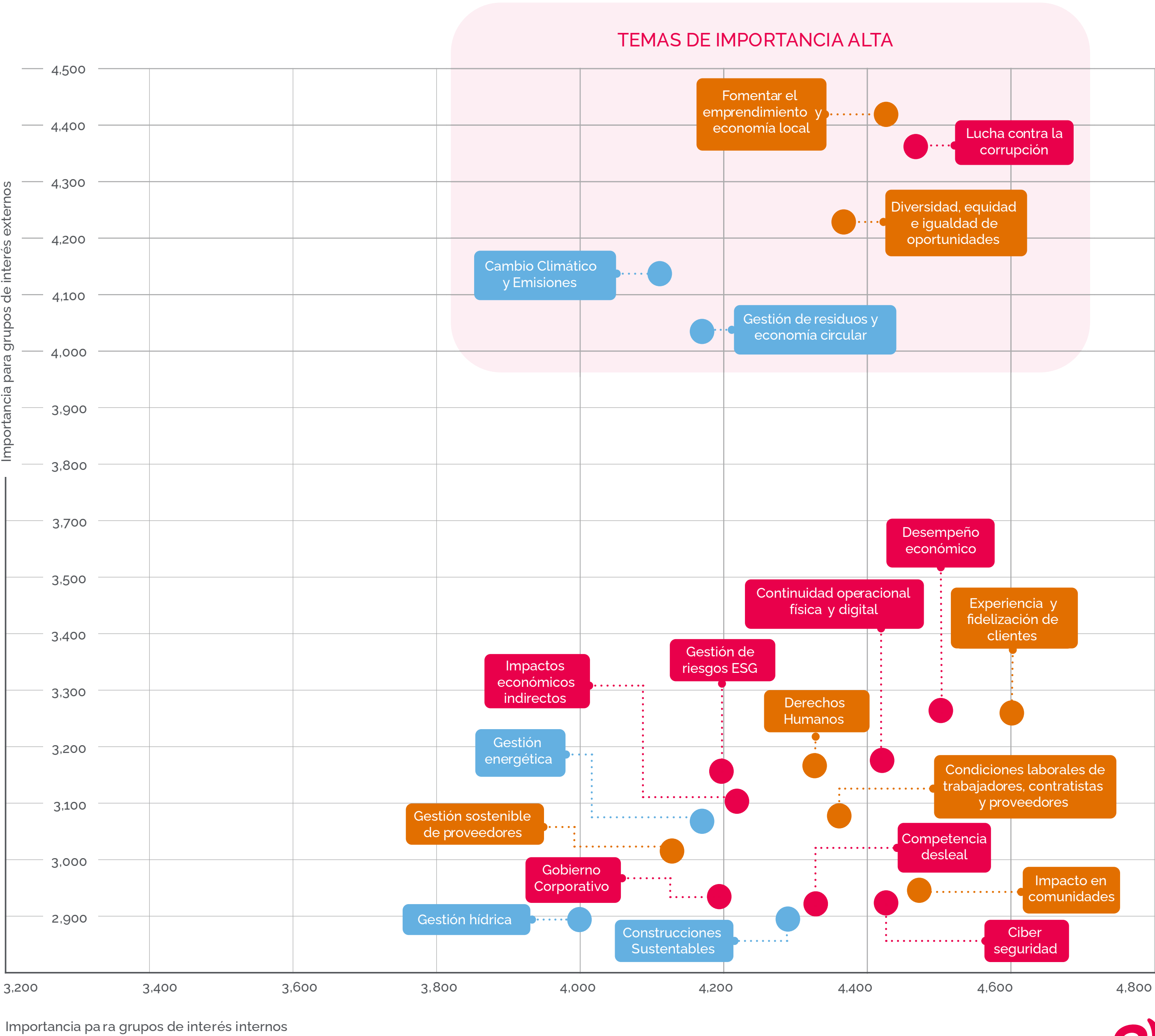
- > Impacto en comunidades.
- > Fomento al emprendimiento y economía locales.
- > Experiencia y fidelización de clientes.
- > Atracción,retención y desarrollo de talento.
- > Condiciones laborales de trabajadores, contratistas y proveedores.
- > Diversidad,equidad igualdad de oportunidades.
- > Derechos Humanos.
- > Privacidad de datos personales.
- > Gestión sostenible proveedores.
- > Salud y seguridad.

MEDIOAMBIENTE

- > Agua.
- > Emisiones.
- > Residuos.
- > Energía.
- > Construcciones Sustentables.
- > Cambio climático.

GOBERNANZA

- > Agua.
- > Emisiones.
- > Residuos.
- > Energía.
- > Construcciones Sustentables.
- > Cambio climático.



DJBICI 1.3.2

Mallplaza realiza el análisis de materialidad, identifica los tres problemas materiales más importantes (económicos, ambientales o sociales) con el mayor impacto en el negocio, informa sobre cómo estos problemas impactan al negocio y sirven como determinantes significativos de la creación de valor a largo plazo, y si está esta información disponible públicamente:

Nombre	Categoría	Descripción	Tipo de impacto	Descripción
Cambio climático y emisiones	Transición climática y riesgos físicos	> Riesgo de Cambio Climático: Riesgo de que los efectos del cambio climático generen desastres naturales que afecten la continuidad operacional y/o aumenten los costos en la cadena de valor. Es el riesgo potencial que nos expone a impactos desfavorables sobre personas, activos físicos y sectores económicos producto de la ocurrencia de condiciones climáticas adversas. Estos pueden ser riesgos físicos (asociados con una disrupción de las actividades de negocio producto de eventos climáticos, o cambios de largo plazo en los patrones de clima) y de transición (que surgen de la transformación hacia una economía baja en carbón). > Gestión y mitigación: 1. Revisión de disponibilidad de respaldos de agua y energía eléctrica. 2. Monitoreo de temperatura ambiente en espacio común. 3. Revisión del nivel de cumplimiento del plan de capacitaciones relacionadas a altas temperaturas extremas. 4. Verificación protocolo ante condiciones climáticas - altas temperaturas. 5. Revisión de la disponibilidad y mantenimiento de los sistemas de ventilación y climatización de espacios comunes.	RIESGO	En Mallplaza implementamos una estrategia de Cambio Climático para avanzar hacia una gestión más eficiente, sustentable y circular, con el fin de contribuir a mitigar la emergencia climática, bajo tres focos claves: Eficiencia energética y huella de carbono; Eficiencia hídrica; y Economía circular y gestión de residuos.



Nombre	Categoría	Descripción	Tipo de impacto	Descripción
Fomento al emprendimiento y economía local	Fomento al emprendimiento y economía local	Estamos comprometidos con el empoderamiento y desarrollo de las comunidades que rodean nuestros centros urbanos. Creemos que una gestión territorial efectiva es clave para el crecimiento sostenible de nuestras operaciones en los tres países donde estamos presentes. Por otro lado, en Mallplaza contamos con una Política de Relacionamento Comunitario, cuyo propósito es establecer los principios generales de conducta y los compromisos asumidos para garantizar una interacción cercana, transparente y sostenible con las comunidades en nuestros territorios de influencia. Entendemos a las comunidades como un activo clave para el desarrollo del negocio, comprendiendo que la gestión del territorio impulsa su crecimiento y permite generar valor compartido.	INGRESOS	La estrategia para abordar este tema material se articula a través del ecosistema Plaza Emprende, el cual se consolida como el motor de desarrollo económico local al conectar a emprendedores con nuestros centros urbanos en Chile, Perú y Colombia. Esta estrategia se basa en un modelo de colaboración que permite que emprendedores accedan a espacios de comercialización gratuita y, en algunos casos con costo social, y programas de capacitación técnica para el escalamiento de sus negocios. La iniciativa se complementa con propuestas de valor permanentes como Barrio Indie, que integra marcas de diseño local e independiente de manera estable en la mezcla comercial, transformando el emprendimiento en una ventaja competitiva que diferencia la oferta del centro urbano. Al profesionalizar a los productores locales y facilitarles canales de venta de alto flujo, Mallplaza no solo mitiga riesgos sociales y fortalece su licencia para operar, sino que también captura valor mediante la creación de un ecosistema de futuros socios comerciales, alineando el impacto social con la sostenibilidad financiera y el crecimiento del Ingresos.



Mallplaza Manizales, Colombia

Nombre	Categoría	Descripción	Tipo de impacto	Descripción
Experiencia y fidelización del cliente	Relaciones con los clientes	La propuesta de valor de Mallplaza siempre ha puesto al cliente en el centro, buscando responder a las nuevas necesidades, hábitos y servicios que requiere. Así, implementamos una estrategia de negocios enfocada en el crecimiento, incorporando constantemente nuevos servicios y múltiples propósitos para las visitas. Contamos con una oferta única de entretenimiento y socialización y una variedad de soluciones omnichannel que, junto con la atracción de tráfico digital al espacio físico, nos permiten garantizar una experiencia única y personalizada a nuestros visitantes. De este modo, proporcionamos un lugar de encuentro donde, además de acceder a los productos, se puede estudiar, acudir a los centros de salud, hacer ejercicio, comer y socializar con los amigos, disfrutar de la cultura, hacer recados y jugar a videojuegos, entre otros muchos y poderosos motivos de visita.	INGRESOS	En Mallplaza, nuestro foco es el cliente y nos esforzamos para que tenga la mejor experiencia al visitar nuestros centros comerciales. Creamos experiencias únicas y personalizadas > Personalización: A través del uso de Inteligencia Artificial, desarrollamos una herramienta para segmentar la publicidad y personalizar la experiencia del cliente ofreciéndole recomendaciones y promociones adaptadas a sus preferencias y comportamiento de compra. > Diversificación de ofertas: Ofrecemos una variada oferta comercial que incluye servicios, alimentación, entretenimiento y actividades culturales. Nuestro objetivo es atraer a públicos diversos y crear un entorno dinámico y atractivo para los visitantes. > Colaboración interna: Promovemos la colaboración entre distintas áreas, como marketing, ESG y operaciones, para crear estrategias integrales que mejoren la experiencia del cliente.



Mallplaza Antofagasta, Chile

Avances 2025 en la actualización de la materialidad

Durante 2025, iniciamos el proceso de actualización del análisis de doble materialidad, con el objetivo de alinearlo con la normativa vigente y con los estándares internacionales aplicables. Este proceso se desarrolla en concordancia con la regulación de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) sobre memorias anuales integradas (NCG 519), que exige la divulgación de información relevante en materias de sostenibilidad, gobierno corporativo, riesgos y estrategia de negocio.

Asimismo, se incorporó el enfoque de materialidad financiera definido por las normas NIIF S1 y S2, que establecen la obligación de reportar los riesgos y oportunidades ASG y sus efectos sobre la situación financiera de la compañía en el corto, mediano y largo plazo. En paralelo, se reforzó la alineación con marcos voluntarios como los Estándares GRI, asegurando consistencia entre la Memoria Anual, los reportes de sostenibilidad y otros informes temáticos.

El proceso de actualización mantiene una estructura similar a la aplicada en 2022, pero incorpora mejoras sustantivas, entre ellas una mayor profundidad en la participación de ejecutivos de las distintas compañías del Grupo y una involucración más activa de los principales grupos de interés de cada negocio.

Las etapas del proceso de análisis de materialidad 2025 consideran:

1. Entendimiento del contexto, a partir de entrevistas estratégicas y análisis de información interna y externa.
2. Consolidación de temas potenciales relevantes para el Grupo y sus negocios.
3. Caracterización de impactos, riesgos y oportunidades asociados a cada tema.
4. Valoración interna, mediante talleres participativos.
5. Consultas con grupos de interés, incluyendo inversionistas, proveedores, socios comerciales, jefes de tiendas, colaboradores, emprendedores y comunidades.
6. Elaboración de matrices de doble materialidad, integrando la materialidad de impacto y la materialidad financiera.

Durante 2026, Mallplaza continuará con la calibración de los temas materiales y la actualización de las matrices, para concluir con la valorización financiera de los impactos, riesgos y oportunidades priorizados. Este proceso contará con la aprobación final del Directorio.



Los resultados del proceso de materialidad constituyen un insumo central para la definición de los pilares y compromisos ESG, la priorización de iniciativas, la gestión de riesgos y oportunidades, y el relacionamiento con los grupos de interés. Asimismo, estos resultados son revisados en instancias internas de gobernanza, incluyendo el Comité de Sostenibilidad, y forman parte de la información reportada al Directorio de Mallplaza, asegurando su integración en la toma de decisiones estratégicas de la compañía.

La materialidad de Mallplaza considera, entre otros aspectos, la gestión responsable del impacto ambiental, la acción frente al cambio climático, el

desarrollo de comunidades y entornos locales, la experiencia y bienestar de visitantes, colaboradores y socios comerciales, la ética y el buen gobierno corporativo, así como la innovación y resiliencia del modelo de negocio. Estos asuntos orientan la definición de objetivos, iniciativas y métricas, y se integran transversalmente en la gestión de la compañía.



CAPÍTULO IV

Gobernanza



IV. 1.

Estructura corporativa

IV. 1. A

Modelo de gobierno corporativo

NCG 461 2.1, 3.1.1, 3.5 | GRI 2-9, 3-3

En Mallplaza garantizamos el funcionamiento de nuestro gobierno corporativo a través de los Principios de Gobierno Corporativo del G20 y de la OCDE, además adherimos a los Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresas de las Naciones Unidas, los cuales permiten evaluar y fortalecer permanentemente nuestro marco reglamentario.

Nuestra estructura de gobernanza está compuesta por:

- ACCIONISTAS**
Propietarios de la compañía, encargados de designar a los integrantes del Directorio y a los auditores de la sociedad. Son responsables, entre otras materias, de pronunciarse y/o aprobar los repartos de dividendos, la Política de Dividendos y -en algunos casos- las operaciones entre partes relacionadas.
- DIRECTORIO**
El Directorio de Plaza S.A. administra la sociedad y es el responsable de definir los objetivos, estrategias y políticas de nuestra compañía, así como designar al Gerente General. A través de las sesiones de Directorio conoce y controla la gestión.
- COMITÉ DE DIRECTORES**
Las principales funciones de este organismo son examinar los informes emitidos por los auditores externos, el balance y los estados financieros; analizar las operaciones entre partes relacionadas, hacer seguimiento a nuestros programas de cumplimiento y a la gestión de Contraloría.

- Adicionalmente revisa las políticas que se presentan al Directorio, los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de gerentes y principales ejecutivos de Plaza S.A.
- GERENTE GENERAL**
Es el encargado de ejecutar la estrategia definida por el Directorio y velar por el funcionamiento y administración de nuestro Gobierno Corporativo. Su rol comprende, entre otras materias, proponer objetivos, estrategias y políticas a nuestro Directorio, así como delegar en el Equipo Ejecutivo su implementación.
- EQUIPO EJECUTIVO**
Conformado por los principales ejecutivos de la compañía, su función es administrar las áreas que componen la cadena de valor de Mallplaza, participando en la definición y ejecución de la estrategia de la empresa.
- COMITÉS**
Son instancias de trabajo en las que participan los integrantes del Equipo Ejecutivo para revisar las distintas estrategias y convenir las gestiones para su ejecución. Actualmente operan los siguientes Comités: Ejecutivo, de Desarrollo, de Riesgo y Cumplimiento, de Gobierno de Datos y Seguridad de la Información, de Alto Impacto, de la Ejecución de la Estrategia, de Sostenibilidad y Comité de Integridad.



Mallplaza Trébol, Chile



IV. 1. B
Directorio

NCG 461 3.2.I, 3.2.XIII.A, 3.2.XIII.B, 3.2.XIII.C,3.2.XIII.D, 3.2.XIII.E
| GRI 2-9, 2-11

Miembros del Directorio

De acuerdo a sus estatutos, el Directorio de Plaza S.A. está compuesto por 9 miembros titulares y no cuenta con directores suplentes. De la totalidad de los integrantes, un director es independiente.

Todos los directores poseen un máximo de cuatro otros cargos, desempeñándose en empresas externas que cotizan en Bolsa.

Tomás Müller, Manuela Sánchez y Juan Pablo Montero fueron Directores hasta el 22 de abril de 2025.



Sergio Cardone Solari
5.082.229-K
Ingeniero Comercial
Presidente
Última elección
22 de abril de 2025



Paul Fürst Gwinner
6.979.383-5
Ingeniero Comercial
Director
Última elección
22 de abril de 2025



Carlo Solari Donaggio
9.585.749-3
Ingeniero Civil
Director
Última elección
22 de abril de 2025



Alejandro Puentes Bruno
8.860.493-8
Ingeniero Comercial
Director
Última elección
22 de abril de 2025



Pablo Eyzaguirre Court
8.878.318-2
Ingeniero Civil
Director
Última elección
22 de abril de 2025



Dafne González Lizama
14.242.364-2
Abogada
Directora
Última elección
22 abril 2025



Enrique Ostalé Cambiaso
8.681.278-9
Ingeniero Comercial
Director
Última elección
22 abril 2025



Ian Fürst Garmendia
20.785.144-2
Ingeniero Comercial
Director
Última elección
22 abril 2025



Manuel Ovalle Edwards
6.943.755-9
Ingeniero Civil
Director independiente
y Presidente Comité de
Directores
Última elección
22 abril 2025



Diversidad en el Directorio

NCG 461 3.2.XIII.A, 3.2.XIII.B, 3.2.XIII.C, 3.2.XIII.D, 3.2.XIII.E | GRI 2-9, 3-3, 405-1

Mallplaza cuenta con políticas para promover la diversidad de manera transversal en la organización, sin embargo esta no aplica para el Directorio de Plaza S.A. La normativa chilena establece que la elección de los miembros del directorio es responsabilidad exclusiva de los accionistas. Por lo tanto, las empresas tienen prohibido legalmente intervenir en este proceso o establecer criterios vinculantes de diversidad.

Del total de miembros del Directorio, 11% son mujeres y 89% hombres. Un 100% son chilenos y 0% de personas en situación de discapacidad.

2025		Directores Titulares		Directores Suplentes		Total	%
		Hombre	Mujer	Hombre	Mujer		
Nacionalidad	Chileno(a)	8	1	0	0	9	100%
	Extranjero(a)	0	0	0	0	0	0%
Total		8	1	0	0	9	100%
Tramo etario	<30 años	1	0	0	0	1	11%
	30 y 40 años	0	0	0	0	0	0%
	41 y 50 años	1	0	0	0	1	11%
	51 y 60 años	4	1	0	0	5	56%
	61 y 70 años	1	0	0	0	1	11%
	70< años	1	0	0	0	1	11%
Total		8	1	0	0	9	100%
Tramo de Antigüedad	<3 años	3	0	0	0	3	33,3%
	3 a 6 años	0	1	0	0	1	11,1%
	6 a 9 años	2	0	0	0	2	22,2%
	9 a 12	0	0		0	0	0%
	12 y más años	3	0	0	0	3	33,3%
Total		8	1	0	0	9	100%

2025		Directores	
		Titular	Suplente
Género	Hombres	8	n/a
	Mujeres	1	n/a
Total		9	0
Discapacidad	Hombres	0	n/a
	Mujeres	0	n/a
Total		0	0

Matriz de conocimientos del Directorio

NCG 461 3.2.IV | GRI 2-9, 3-3, 2-17

Los miembros del Directorio de Plaza S.A. cuentan con experiencia acorde a lo requerido por la organización. A continuación, se señalan los ámbitos relevantes de conocimiento.

Principales accionistas

Director	Profesión u oficio	Postgrados/estudios de especialización	Antigüedad en el Directorio	Director independiente (de acuerdo con el art. 50 bis de la Ley N°18.046)	Participación en otros Directorios de empresas en la actualidad o en el pasado (tanto en Mallplaza como en otra organización)	Participación en organizaciones sin fines de lucro
Sergio Cardone Solari	Ingeniero Comercial Pontificia Universidad Católica de Chile	S/I	16 años	No	> Director de Falabella Retail S.A. > Director de Falabella Inversiones Financieras S.A. > Director de la empresa inmobiliaria Enaco HaldemanMining Co. > Director de Parque del Recuerdo.	> Presidente de la “Corporación 3xi”, organización sin fines de lucro que promueve los vínculos entre las empresas y las comunidades. > Participa en “Juntos x la infancia”, una organización sin fines de lucro que vincula a empresas con fundaciones que prestan apoyo a largo plazo a los niños en hogares de guarda bajo la tutela del Estado. > Participa en “Juntos por la reinserción”, una organización sin fines de lucro que ayuda a los ex convictos a obtener empleos > Participa en “Juntos por la calle”, una organización sin fines de lucro que ayuda a las personas sin hogar a obtener ayuda y trabajos.
Paul Fürst Gwinner1	Ingeniero Comercial	No	17 años	No	> Director Suplente Banco Chile. > Director de Terraservice, compañía de perforaciones. > Director Compañía Minera Ventana Minerals. > Anteriormente, director de Parque Arauco por 12 años.	> No



Director	Profesión u oficio	Postgrados/estudios de especialización	Antigüedad en el Directorio	Director independiente (de acuerdo con el art. 50 bis de la Ley N°18.046)	Participación en otros Directorios de empresas en la actualidad o en el pasado (tanto en Mallplaza como en otra organización)	Participación en organizaciones sin fines de lucro
Carlo Solari Donaggio2	Ingeniero Civil Pontificia Universidad Católica de Chile	MBA de Wharton School, Universidad de Pennsylvania	16 años	No	> Director Falabella S.A. > Director Mallplaza S.A. > Director Falabella Financiero S.A. > Otros directorios sin multas de lucro. > Vicepresidente Fundación Paz Ciudadana. > Consejero Centro de Estudios Públicos. > Director Corporación de la Educación Aptus Chile. > Director de la Fundación Il Posto.	> Miembro asesor de la Junta Directiva de Wharton School para América Latina. > Vicepresidente de la Junta del Centro de Estudios Públicos. > Miembro de la junta y fundador de Aptus, organización sin fines de lucro que apoya la educación de niños de bajos ingresos.
Manuel Ovalle Edwards3	Ingeniero Civil Pontificia Universidad Católica de Chile	No	1 año	Sí	> Director Nova Andino Litio SpA > Director de BISA S.A. Argentina > Director Grupo Fair Play, Bolivia > Director Sallustro y Cia, Paraguay.	> No
Alejandro Puentes Bruno4	Ingeniero Comercial Pontificia Universidad Católica de Chile	MBA de la Universidad de Harvard	5 años	No	> Director de Marine Farm S.A.	> No
Ian Fürst4	Ingeniero Comercial Universidad de Colorado	No	1 año	No	> Director Suplente de Inversiones Avenida Borgoño Limitada.	> No
Enrique Ostalé Cambiaso1	Ingeniero Comercial Universidad Adolfo Ibáñez	Master of Science, London School of Economics and Political Science	1 año	No	> Presidente del Directorio Falabella S.A. > Director de Molytmet.	> No



Director	Profesión u oficio	Postgrados/estudios de especialización	Antigüedad en el Directorio	Director independiente (de acuerdo con el art. 50 bis de la Ley N°18.046)	Participación en otros Directorios de empresas en la actualidad o en el pasado (tanto en Mallplaza como en otra organización)	Participación en organizaciones sin fines de lucro
Pablo Eyzaguirre Court5	Ingeniero Civil Industrial Pontificia Universidad Católica de Chile	MBA en The Wharton School de la Universidad de Pennsylvania. MA Administración y Estudios Internacionales en The Lauder Institute*.	6 años	No	> Director Ejecutivo de Urbem Capital Inversiones Inmobiliarias. > Fundador y director de Prius Ventures (capital de riesgo fintech).	> No
Dafne González Lizama6	Abogada Universidad de Chile	Master en Derecho en la Empresa, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona.	3 años	No	> No	> Directora de la Fundación ChilesinCáncer. > Socia fundadora de RED MAD Mujeres a la Alta Dirección.

1) Cuentan con conocimientos en finanzas, gobierno corporativo, sostenibilidad /ESG y regulación y cumplimiento.

2) Posee conocimientos en contabilidad, tributación, finanzas, gobierno corporativo, regulación y cumplimiento y gestión de riesgo.

3) Posee conocimientos en contabilidad, finanzas, gobierno corporativo, gestión de riesgos y retail-marketing.

4) Poseen conocimientos en contabilidad, tributación, finanzas, gobierno corporativo, sostenibilidad /ESG, regulación y cumplimiento, gestión de riesgos y sector industrial (real estate).

5) Cuenta con conocimientos en contabilidad, finanzas, gobierno corporativo y gestión de riesgos. Adicionalmente, cuenta con conocimientos en tecnología de la información, ciberseguridad e inteligencia artificial.

6) Cuenta con conocimientos en gobierno corporativo, sostenibilidad/ESG, regulación y cumplimiento, y gestión de riesgos.

Cada año, el Directorio de Plaza S.A. participa en capacitaciones enfocadas en materias relevantes para la adecuada toma de decisiones y correcto desempeño de sus funciones. Este órgano cuenta con una plataforma digital de aprendizaje, que considera cinco módulos que tratan las siguientes materias: deberes fiduciarios de los Directores; gestión de riesgos y controles internos, libre competencia; prevención de delitos —responsabilidad penal de la persona jurídica—; datos personales; e integridad. Los cursos son obligatorios para todos los Directores y cuentan con su respectiva evaluación.

Anualmente la matriz de Plaza S.A. realiza al menos una jornada anual de capacitación como mecanismo de capacitación permanente a los Directores de sus filiales. Durante 2025 se realizaron dos instancias de formación. Los temas revisados fueron: estrategia de mallplaza, uso de la inteligencia artificial y aplicación práctica.

No contamos con directores con experiencia en gestión de riesgos ni auditoría.



Nombramiento y elección del Directorio

NCG 461 3.1.VII, 3.7.III, 3.7.IV | GRI 2-10

En Plaza S.A. contamos con un procedimiento para informar a los accionistas, antes de la Junta en la que se elija a los directores, sobre la diversidad de capacidades, condiciones y experiencias de los candidatos propuestos. De este modo, los accionistas pueden contar con los antecedentes necesarios que les permitan tomar la mejor decisión, considerando la estrategia, valores y desafíos comunicados por la compañía a nuestros distintos grupos de interés.

Para postular al Directorio, cada candidato tendrá que enviar de manera resumida su trayectoria laboral, adjuntando a su vez una declaración de no tener inhabilidades para desempeñar el cargo. Esto tiene por objetivo transparentar al máximo posible la información asociada a la decisión y que los accionistas tengan acceso a la información a través de nuestro sitio web www.mallplaza.com.

Es importante mencionar que, según lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046, las sociedades anónimas abiertas deben designar -como mínimo- a un Director independiente. Para participar en este proceso los candidatos deberán ser propuestos por accionistas que representen el 1% o más de las acciones de la sociedad, con al menos diez días de anticipación a la fecha prevista para la

Junta de Accionistas encargada de desarrollar la elección de los directores.

De este modo, con no menos de dos días de anterioridad a la Junta Ordinaria, el candidato deberá poner a disposición de nuestro Gerente General una declaración jurada en la que señala que:

- a.** Acepta ser candidato a Director Independiente.
- b.** No se encuentra en ninguna de las circunstancias indicadas en el artículo 50 bis de la Ley N°18.046.
- c.** No mantiene relación con nuestra compañía y las demás sociedades del grupo del que formamos parte, ni con nuestro controlador, ni con principales ejecutivos de nuestra sociedad que puedan privar a una persona sensata de un grado razonable de autonomía, interferir con sus posibilidades.

Los accionistas con derecho a participar de la Junta Ordinaria deberán registrarse previamente conforme a las instrucciones que se publicarán en el sitio web de la Sociedad. Los accionistas registrados recibirán por correo electrónico, a la dirección proporcionada con ocasión de su enrolamiento, el vínculo y clave de acceso que les permitirán participar de la Junta Ordinaria y votar electrónicamente en la misma. El día de la Junta Ordinaria, el accionista deberá acceder a la plataforma web que se dispondrá al efecto con el código de acceso que se le entregará, para asistir a la Junta Ordinaria y votar electrónicamente.

mente. El servicio de registro y votación electrónicos empleados son provistos por DCV Registros S.A., filial del Depósito Central de Valores S.A.

Nuestro Directorio no cuenta con un Comité de Nominaciones formal y permanente encargado del proceso de selección y nominación de directores, toda vez que esa materia es propia de los accionistas de la Sociedad.



Inducción de nuevos integrantes

NCG 461 3.2.V

Durante el proceso de inducción de los nuevos Directores, cada uno recibe toda la información necesaria para facilitar su proceso de integración, conocimiento y comprensión de nuestra compañía.

Este proceso se realiza a través de inducciones que considera la entrega de todos los documentos y antecedentes relevantes, así como una serie de reuniones que se organizan con el fin de facilitar el proceso, con formación en temas del negocio y la gestión de riesgos de nuestra compañía. El Gerente Legal, Riesgos y Cumplimiento de la compañía, es el responsable de entregar al nuevo Director:

- > Estatutos de Plaza S.A.
- > Memoria Anual Integrada del periodo anterior.
- > Información sobre el régimen de poderes.
- > Malla societaria.

Dentro de estas reuniones se consideran encuentros con la alta gerencia liderada por el Gerente General para introducirlo en la visión de la sociedad, la estrategia de la compañía y también visitas a las instalaciones para conocer de primera fuente la operación de los centros comerciales. Todas las reuniones se realizaron en Mallplaza Norte y fueron complementadas con la visita de otros 6 centros comerciales.

Remuneración del Directorio

NCG 461 2.3.3, 3.2.II, 3.2.XIII.F, 3.3.III, 3.4.IV | GRI 2-19, 2-20, 3-3

Cada año la Junta de Accionistas de Plaza S.A. aprueba la remuneración de los directores y de los miembros del Comité de Directores. Conforme a lo acordado por la Junta Ordinaria de Accionistas en su sesión del 22 de abril del 2025, la remuneración de los miembros del Directorio para el ejercicio es una dieta mensual fija por el equivalente en pesos a UF 135 por cada mes o fracción de mes en que estén en ejercicio del cargo; y, en el caso del Presidente del Directorio, su dieta mensual fija será de UF 270 por cada mes o fracción de mes durante el tiempo en que ejerza el cargo.

Para la definición de las dietas y remuneraciones de los directores, señalamos que no contamos con consultores involucrados en la determinación de la remuneración, sino que se realiza internamente una revisión de las dietas de empresas similares en el país para preparar la propuesta que se hará a la Junta de Accionistas. Por otra parte, Plaza S.A. no cuenta con una Política de Participación Accionaria de Directores, pero sí con un Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado.



Mallplaza Comas, Perú



Remuneración miembros del Directorio

Director	2025			2024		
	Remuneración fija	Remuneración por participación en Comité de Directores	Total	Remuneración fija	Remuneración por participación en Comité de Directores	Total
Sergio Cardone Solari	\$123.550.548	N/A	\$123.550.548	\$ 108.200.564	N/A	\$ 108.200.564
Paul Fürst Gwinner	\$61.775.273	N/A	\$61.775.273	\$ 54.100.280	N/A	\$ 54.100.280
Carlo Solari Donaggio	\$61.775.273	N/A	\$61.775.273	\$ 54.100.280	N/A	\$ 54.100.280
Manuel Ovalle Edwards	\$47.864.098	\$53.182.336	\$101.046.434	N/A	N/A	N/A
Alejandro Puentes Bruno	\$61.775.273	\$26.591.166	\$88.366.439	\$ 54.100.280	N/A	\$ 54.100.280
Ian Fürst Garmendia	\$47.864.098	N/A	\$47.864.098	N/A	N/A	N/A
Enrique Ostalé Cambiaso	\$47.864.098	N/A	\$47.864.098	N/A	N/A	N/A
Pablo Eyzaguirre Court	\$61.775.273	\$26.591.166	\$88.366.439	\$ 54.100.280	N/A	\$ 54.100.280
Dafne González Lizama	\$61.775.273	N/A	\$61.775.273	\$ 54.100.280	N/A	\$ 54.100.280
Manuela Sánchez Muñoz	\$18.600.224	\$23.250.282	\$41.850.506	\$ 54.100.280	\$67.625.354	\$121.725.634
Tomás Müller Benoit	\$18.600.224	\$11.625.141	\$30.225.365	\$ 54.100.280	\$ 33.812.678	\$ 87.912.958
Juan Pablo Montero Schepeler	\$18.600.224	\$11.625.141	\$30.225.365	\$ 54.100.280	\$ 33.812.678	\$ 87.912.958

No existe brecha salarial entre Directores ya que existe dieta fija igualitaria para hombres y mujeres.

Los directores Tomás Müller, Manuela Sánchez y Juan Pablo Montero dejaron el cargo en abril de 2025.



Nombre	Participación
Sergio Cardone Solari	No tiene participación directa ¹
Paul Fürst Gwinner	1,007 % ²
Carlo Solari Donaggio	No tiene participación directa. ³
Manuel Ovalle Edwards	No tiene participación.
Alejandro Puentes Bruno	No tiene participación
Ian Fürst	No tiene participación directa. ⁴
Enrique Ostalé Cambiaso	No tiene participación. ⁵
Pablo Eyzaguirre Court	No tiene participación.
Dafne González Lizama	No tiene participación.

(1) El Director tiene participación indirecta a través del controlador.

(2) El Director tiene participación indirecta equivalente al 2,1698%. A través de Inversiones Avenida Borgoño Limitada (14,02%), posee más de un 10% de participación en conjunto con su cónyuge y/o parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad.

(3) El Director tiene participación indirecta a través del controlador.

(4) El Director tiene participación indirecta equivalente al 0,2289%. Adicionalmente, posee más de un 10% de participación en conjunto con su cónyuge y/o parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad.

(5) No posee acciones de Plaza S.A. directamente, ni tampoco indirectamente a través de sociedades controladas por él. Es dueño de acciones de Falabella S.A., matriz de la sociedad, que al 31 de diciembre y en la actualidad no tiene controlador conforme a las disposiciones contenidas en el Título XV de la Ley N°18.045



Mallplaza La Serena, Chile



Actividades del Directorio

NCG 461 3.2.III, 3.2.VI, 3.2.VII, 3.2.X, 3.2.XII.A, 461 3.2.VIII 3.2.XII.B, 3.2.XII.D, 3.3.V, 3.3.VI, GRI 2-9, GRI 2-16

Según lo estipulado en los estatutos de Plaza S.A. la frecuencia mínima para las reuniones ordinarias del Directorio es mensual, y cada sesión tiene una duración promedio de cuatro horas. Estas se calendarizan en el mes de enero de cada año y el material relativo a la sesión se pone a disposición de los directores la semana anterior a la respectiva reunión, a través de una plataforma electrónica con medidas que aseguran la confidencialidad de la información de todos los informes y presentaciones que sirvan para el análisis y discusión de cada una de las sesiones. En particular, un completo informe relativo a la gestión de la sociedad y sus filiales, incluyendo un análisis de la evolución y las variables e indicadores más importantes de las actividades.

Durante el ejercicio 2025, el Directorio visitó en terreno distintos centros urbanos en Chile, con objetivos de acuerdo a los desafíos y novedades de cada uno:

- > Mallplaza La Serena: revisión del potencial de remodelación y crecimiento
- > Mallplaza Vespucio: visita de la nueva área *lifestyle*
- > Mallplaza Oeste: revisión del *masterplan*
- > Mallplaza Trébol: visita a la remodelación y ampliación
- > Mallplaza Bío-Bío: conocer más detalles sobre su conversión al formato *outlet*
- > Mallplaza Los Domínicos: visitar la nueva área Callejón Asiático.

Para facilitar el desarrollo de las sesiones y participación de los directores, y de acuerdo con lo establecido en la Norma de Carácter General N°40 de la Comisión para el Mercado Financiero, se proporciona la posibilidad de participación remota a través de plataformas que permiten la interacción en tiempo real y de manera simultánea y permanente. Revisada y firmada electrónicamente el acta por los directores asistentes, se les hace llegar una copia del documento. Cabe mencionar que todas las actas, constancias, documentos correspondientes a cada sesión de Directorio, y declaraciones de responsabilidad se guardan en un registro histórico, a través de un sistema de reconocida reputación.

Desde 2017 y con la debida antelación, se pone a disposición de los directores todos los informes y presentaciones que sirvan para el análisis y discusión de cada una de las sesiones. Además, mensualmente éstos acceden a un completo informe relativo a la gestión de la sociedad y sus filiales, incluyendo un análisis de nuestra evolución y las variables e indicadores más importantes de nuestras actividades.

Para poner a disposición de los directores la referida información, de manera fácil y con los debidos resguardos de acceso y confidencialidad, utilizamos una plataforma digital de nivel mundial: Diligent. Los directores pueden acceder de manera permanente y remota para consultar las actas definitivas y todos los documentos correspondientes, los cuales se encuentran disponibles la semana anterior a las reuniones, de manera de tomar decisiones informadas. Una vez celebrada la sesión, en la siguiente, se revisa el acta, se aprueba y queda firmada electrónicamente. Tras este proceso, a todos los participantes se les hace llegar una copia del documento de manera automática. Las actas y documentos correspondientes a cada sesión de Directorio se guardan en un registro histórico.



Reuniones del Directorio con unidades críticas

Unidad de auditoría interna	Periodicidad de las reuniones	Anual
	Principales temáticas abordadas	Revisión de la situación de los riesgos estratégicos y operacionales de la compañía. Reporte de gestión del área de riesgo y control interno.
	Participación del Gerente General u otro ejecutivo principal	Si
Unidad de responsabilidad social, o bien con las personas responsables de las funciones equivalentes	Periodicidad de las reuniones	Anual
	Principales temáticas abordadas	Gestión sostenibilidad
	Participación del Gerente General u otro ejecutivo principal	Si
Empresa de auditoría externa a cargo de la auditoría de los estados financieros	Periodicidad de las reuniones	Semestral
	Principales temáticas abordadas	Informe control interno Revisión Estados Financieros Presentación Plan Trabajo
	Participación del Gerente General u otro ejecutivo principal	Si



Mallplaza Comas, Perú

Reuniones del Comité de Directores con unidades críticas

Unidad de gestión de riesgo	Periodicidad de las reuniones	Anual
	Principales temáticas abordadas	Plan anual de auditorías, Resultados de auditorías realizadas
	Participación del Gerente General u otro ejecutivo principal	Sí
Unidad de auditoría interna	Periodicidad de las reuniones	Mensual
	Principales temáticas abordadas	Agenda de Contraloría; Informes de auditoría emitidos; Hallazgos de riesgo Alto y Crítico detectados; Situación de los planes de acción vencidos; Planificación de auditorías y ajustes al plan anual.
	Participación del Gerente General u otro ejecutivo principal	Sí
Empresa de auditoría externa a cargo de la auditoría de los estados financieros	Periodicidad de las reuniones	Anual
	Principales temáticas abordadas	Informe control interno Revisión Estados Financieros Presentación Plan Trabajo
	Participación del Gerente General u otro ejecutivo principal	Sí

La Gerencia de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad informa al Directorio de Mallplaza sobre los asuntos de sostenibilidad, con una periodicidad al menos anual, en línea con la estrategia ESG de la compañía. Durante estas sesiones, se analizan el cumplimiento, seguimiento y avances en la implementación de los compromisos ESG, así como su integración en la estrategia corporativa.

Durante el año 2025, se presentaron al Directorio los avances respecto a los siete compromisos ESG, junto con los planes de acción para fortalecer su gestión y asegurar su cumplimiento. Adicionalmente, se reportaron los resultados obtenidos en distintos rankings de sostenibilidad en los que participamos, tales como MSCI, DJBICI, MERCO y Marcas Ciudadanas, permitiendo evaluar el desempeño de Mallplaza en materia de sostenibilidad y reputación corporativa.

Con el objetivo de realizar una gestión adecuada, nuestro Comité de Directores y del Directorio cuenta con una Política de Contratación de Asesores del Directorio, donde define las normas que regulan la contratación de personas naturales o jurídicas que presten servicios profesionales de auditoría, tributación, finanzas, contabilidad, legales u otras materias, para que estos actúen conforme a la legislación vigente, a la normativa interna y a los principios específicos que en la política se señalan.

- > Gastos en asesorías contratadas por parte del Directorio: \$95.895.408.
- > Gastos en asesorías contratadas por parte del Comité de Directores: \$0.

Asistencia

	2025	2024	2023
Promedio de asistencia del directorio	97,9%	95,0%	97,7%

No hay un mínimo de asistencia requerida para las reuniones del Directorio.



Evaluación del Directorio

NCG 461 3.2.IX, 3.2.IX.C | GRI 2-18

Con el objetivo de evaluar el desempeño de cada uno de los miembros del Directorio, existe una autoevaluación anual y una evaluación realizada por una consultora externa.

AUTOEVALUACIÓN

Se realiza una autoevaluación del desempeño de los directores, de acuerdo a las directrices de gobierno corporativo y lo requerido por la ley chilena. Esta instancia considera la operación y composición del Directorio, la relación entre la empresa, los accionistas y el público, además de la gestión y control de riesgos. De acuerdo a los resultados se definen las áreas en que los directores pueden continuar perfeccionándose y fortalecer sus habilidades y conocimientos.

EVALUACIÓN ANUAL

Consiste en la aplicación de un cuestionario a los directores de Mallplaza sobre prácticas de gobierno corporativo, propuestas de mejora relacionamiento con el Equipo Ejecutivo. El objetivo es contar con un diagnóstico sobre la definición de roles y responsabilidades en la gestión de la compañía, las estructuras y procesos necesarios en la toma de decisiones, el nivel de dedicación de los directores, entre otros aspectos, con el fin de evaluar la efectividad y el desempeño eficiente del Directorio.

La última evaluación al Directorio se realizó el año 2023, lo cual no se relaciona con una evaluación del funcionamiento del Directorio.



IV.1.C

Comité de Directores

NCG 461 3.3.I, 3.3.II, 3.3.III, 3.3.IV, 3.3.VII | GRI 2-9

Nuestro Comité de Directores fue constituido en base a lo establecido en el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046 y la circular N°1.956 de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), en la sesión del Directorio del 24 de abril de 2019.

El Comité se reúne como mínimo una vez al mes y reporta al Directorio las operaciones entre partes relacionadas y las propuestas de políticas corporativas cada vez que las haya revisado; asimismo, reporta anualmente su informe de actividades, tal como lo exige la ley.

Dentro de sus funciones se encuentran, entre otras:

- > Examinar los informes de los auditores externos, así como el balance y demás estados financieros.
- > Analizar las operaciones entre partes relacionadas.
- > Revisar y hacer seguimiento a la estrategia de gestión de riesgos.
- > Revisar las políticas que se presentarán a nuestro Directorio para su aprobación.
- > Examinar los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de nuestros Gerentes y Principales Ejecutivos de la sociedad.

- > Seguimiento Programa de Cumplimiento
- > Examinar los resultados de las auditorías realizadas por la Contraloría y la gestión de las mejoras implementadas para fortalecer el ambiente de control de Mallplaza.

Durante el 2025, el Comité tuvo como tareas:

- > Revisión de Políticas
- > Revisión informes de auditores externos, balance y estados financieros
- > Revisión y seguimiento a los programas de cumplimiento normativo
- > Revisión plan de compensaciones
- > Revisión resultados auditorías realizadas por los auditores internos

Las actividades que el Comité realizó en 2025 se detallan en el Informe Anual del Comité que se encuentra en la sección de Anexos.

Integrantes	Año de incorporación al Comité
Manuel Ovalle Director independiente y Presidente del Comité de Directores	2025
Juan Pablo Eyzaguirre Court Director	2025
Alejandro Puentes Bruno Director	2025



IV. 1. D.
Equipo Ejecutivo
Mallplaza 2025

NCG 461 3.4.I, 3.1.VII

El equipo ejecutivo de Mallplaza estuvo conformado el año 2025 por 9 ejecutivos, quienes son los responsables de la implementación y gestión de la estrategia y crecimiento de la compañía.

*María Sol de Cabo reemplazó a Vicente Nuñez Pinochet en agosto de 2025.
**María Irene Soto Layseca formó parte del Comité Ejecutivo hasta marzo del 2025, fecha en que la Gerencia de Asuntos Corporativos pasa a depender de la Gerencia de Administración y Finanzas bajo el nombre de Gerencia de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad



Fernando de Peña Iver
7.556.207-1
Ingeniero Civil
Gerente General
En el cargo desde 2008

Fecha de ingreso a la compañía: 1990

El Gerente General es el máximo ejecutivo de la compañía, responsable de liderar el desarrollo y crecimiento de la organización.



Ana Karina Navarrete Fuentes
12.497.723-1
Contadora Pública y
Auditora
Contralora
En el cargo desde 2021

Fecha de ingreso a la compañía: 2021

Contribuye al cumplimiento de los objetivos de la compañía aportando un enfoque sistemático y disciplinado para evaluar y mejorar la efectividad de los procesos de gestión, control y gobierno. Analiza y verifica el cumplimiento del conjunto de métodos y medidas adoptadas dentro de la compañía para salvaguardar sus recursos, verifica la exactitud y veracidad de la información financiera y administrativa estimulando la observancia de la política prescrita, atendiendo a los objetivos fijados por el Directorio y las reglamentaciones vigentes.



Oscar Munizaga Delfín
7.036.855-2
Ingeniero Comercial
Gerente de Desarrollo y
Negocios
En el cargo desde 2021

Fecha de ingreso a la compañía: 1992

Define y lidera las directrices estratégicas para el crecimiento (brownfield, greenfield y M&A), el cumplimiento de la propuesta de valor en nuestros centros comerciales y contribuir al desarrollo actual y futuro de la compañía.



Pablo Pulido Sierra
27.588.745-5
Ingeniero en Administración
de Empresas
Gerente División Chile y
Colombia
En el cargo desde 2021

Fecha de ingreso a la compañía: 2015

Vela por potenciar la propuesta comercial y de valor en Mallplaza en Chile y Colombia, optimizando los espacios en malls y explorando nuevos formatos en el mix de productos y servicios, enriqueciendo la propuesta a los socios comerciales y visitantes. También lidera la gestión de malls y áreas comerciales con el objetivo de consolidar la mejor propuesta de valor de cara al visitante en los centros urbanos de ambos países.
Por último, es el responsable de la estrategia e implementación regional de los servicios operacionales en Chile, Perú y Colombia y de la estrategia de marketing y de experiencia de cliente con el objetivo de aportar al crecimiento, desarrollo y consolidación de la compañía a través de diseñar y desarrollar iniciativas de cara a nuestros consumidores asegurando experiencias positivas y de fidelización, fortaleciendo el posicionamiento de la marca e incrementando nuestros flujos y participación de mercado en la Región Andina.



María Sol de Cabo*
Ingeniera Comercial
Gerente de Personas y
Cultura
En el cargo desde 2025

Fecha de ingreso a la compañía: 2025

Responsable de la Gerencia de Personas para las operaciones de Mallplaza en Chile, Colombia y Perú. Desde su rol, sus principales focos son la atracción y desarrollo de talentos sobresalientes, que permitan impulsar con éxito la estrategia de la compañía; el permanente desafío de transformación cultural fuertemente vinculado con los procesos organizacionales que vive la empresa; junto con liderar la Gestión del Cambio y la instalación con éxito de nuevas dinámicas de trabajo.





Derek Schwietzer Tang
48.223.880-7
Economista
Gerente de
Administración y Finanzas
En el cargo desde 2023

Fecha de ingreso a la compañía: 2023

Es responsable de la estrategia de estructuración financiera, relación con inversionistas, procesos de administración y soporte analítico al negocio en Chile, Perú y Colombia. Impulsa el crecimiento de Mallplaza para mejorar la propuesta de valor a visitantes y socios comerciales, mediante soluciones eficientes, escalables y seguras con uso de tecnología y data. Desde marzo de 2025, dirige la Gerencia de Comunicaciones y Sostenibilidad, supervisando el posicionamiento de Mallplaza, las relaciones con la comunidad y autoridades, la comunicación corporativa y la estrategia e implementación de planes de Sostenibilidad.



Cristián Somarriva Labra
7.556.207-1
Ingeniero Civil Industrial
Gerente División Perú
En el cargo desde 2021

Fecha de ingreso a la compañía: 1992

Vela por potenciar la propuesta comercial y de valor en Mallplaza en Perú, optimizando los espacios en malls y explorando nuevos formatos en el mix de productos y servicios, enriqueciendo la propuesta a los socios comerciales y visitantes.



Luis Hernán Silva Villalobos
7.315.274-7
Abogado
Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento
En el cargo desde 2011

Fecha de ingreso a la compañía: 1999

A cargo de asesorar a todas las áreas de la compañía en materias jurídicas, societarias y de gobierno corporativo en Chile, Perú y Colombia. Además, diseña, coordina y desarrolla a nivel regional los programas de cumplimiento y riesgos.



Christopher Banfield Erazo
19.454.847-8
Ingeniero Comercial
Gerente Negocios Complementarios
En el cargo desde 2023

Fecha de ingreso a la compañía: 2019

Apoya a la compañía y al Gerente General en el diseño y alineamiento de la Estrategia. Es además el responsable de impulsar la innovación buscando construir nuevas propuestas de valor para socios comerciales, desarrollar nuevas líneas de ingresos que simplifiquen la vida de nuestros visitantes en Chile, Perú y Colombia, desarrollar propuestas omnicanales y buscar soluciones digitales que permitan eliminar fricciones durante la experiencia de visita.



Remuneración de los principales ejecutivos

NCG 461 2.3.3, 3.4.II, 3.4.III, 3.4.IV, 3.6.XI, 3.6.XII | GRI 2-19, 2-20

En Mallplaza contamos con un Programa de incentivos para nuestros ejecutivos, el cual actualmente está definido para el periodo 2024 a 2026 y que está dirigido a todos los Gerentes incluido el Gerente General. Este plan está diseñado para promover la permanencia de los ejecutivos y asegurar el alineamiento de los objetivos de estos con la generación de valor para los accionistas, tanto en el mediano (por medio de la utilidad) como en largo plazo (por la rentabilidad y el precio de la acción).

Este plan de beneficios consta de dos elementos: i) una inversión en acciones de la sociedad por parte de cada ejecutivo destinatario, adquiridas en bolsa y financiada con un préstamo de uso exclusivo extendido por la sociedad para tal fin; y, ii) el pago de un bono de corto plazo y una retención de largo plazo. Este último se pagará sí, y sólo sí, el ejecutivo beneficiario ha mantenido en forma ininterrumpida una relación laboral con la sociedad, cualquiera de sus filiales, o una sucesión continua de relaciones laborales con una combinación cualquiera de las anteriores por un período superior a 3 años.

Además, para garantizar la competitividad de las remuneraciones, la compañía realiza anualmente un estudio de mercado con la firma Mercer, evaluando dimensiones de impacto en el negocio, innovación y relacionamiento con grupos de interés. De esta manera, el Bono de Gestión Anual se determina a partir de Bonos Target vinculados al cumplimiento de KPIs específicos alineados con la gestión de las respectivas gerencias y principalmente con la estrategia de la compañía, incluyendo áreas de sostenibilidad, utilidad, EBITDA, mediciones de NPS, medición de encuestas regionales ESG, gestión comercial, densidad de talento regional y reducción de huella de carbono; además las evaluaciones de desempeño respectivas.

Todo el programa de incentivos es revisado por el Comité de Directores y luego aprobado por el Directorio de la compañía.

Regional	2025	2024	2023	2022
Monto de las remuneraciones percibidas por los ejecutivos principales (CLP)	\$5.448.600.047	\$6.548.698.287	\$6.010.432.253	\$5.605.396.634
Monto de los componentes variables de las remuneraciones percibidas por los ejecutivos principales (CLP)	\$2.869.780.758	\$3.710.612.334	\$3.166.948.724	\$2.923.249.928
Monto de los componentes fijos de las remuneraciones percibidas por los ejecutivos principales (CLP):	\$2.578.819.289	\$2.838.085.953	\$2.843.483.529	\$2.682.146.706

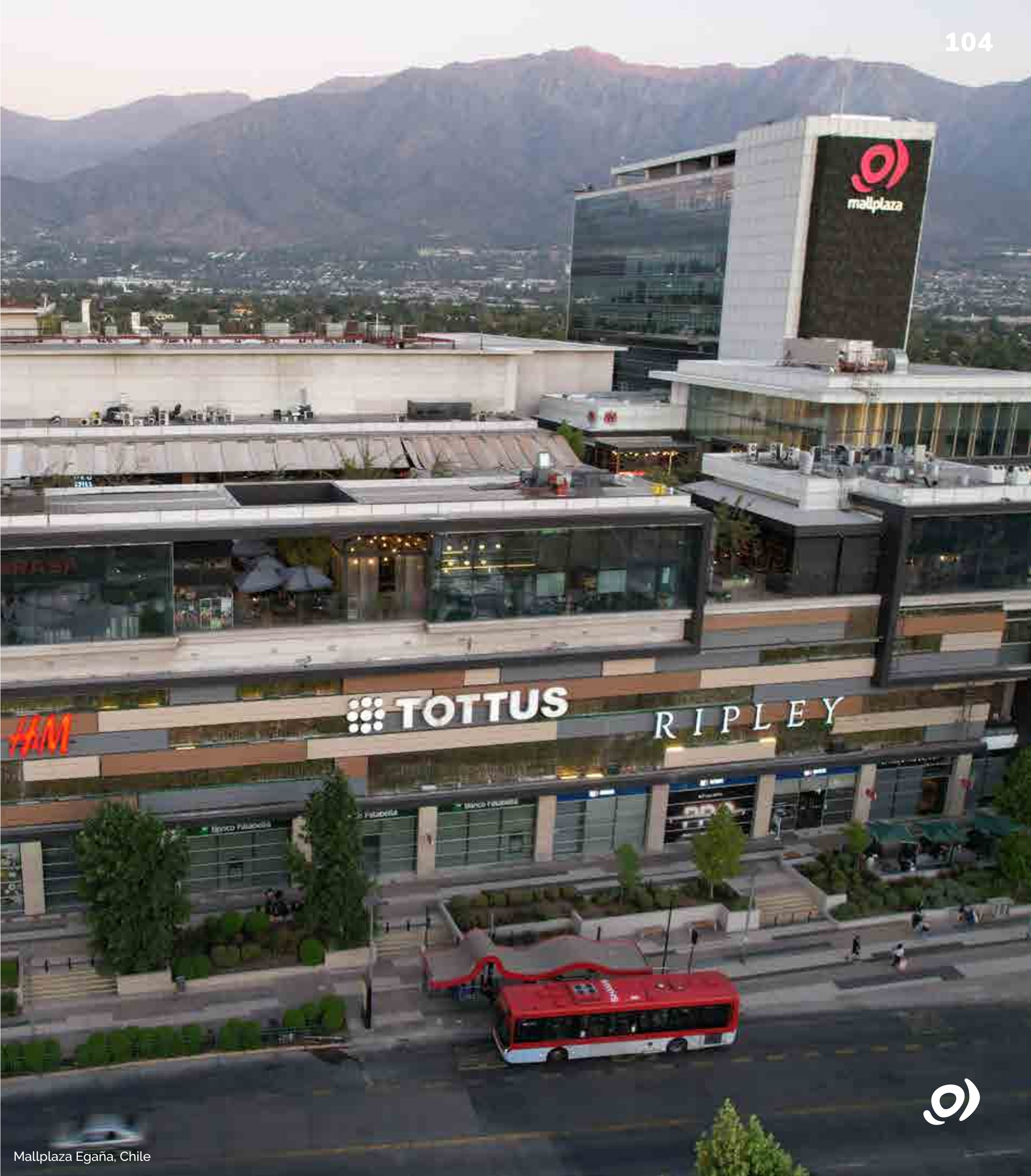
Con relación al tratamiento de las indemnizaciones, nos acogemos a lo que la legislación laboral de cada país contempla.

La remuneración de los principales ejecutivos, tanto la remuneración fija como la variable, es examinada por el Comité de Directores y aprobada por el Presidente del Directorio. No se considera la divulgación al público general las estructuras salariales y políticas de compensación e indemnización de los ejecutivos y no rastreamos la relación de la compensación media o promedio de los empleados ni la compensación anual total del Gerente General.



RUT	Cuenta	Nombre	Acciones	Participación
7.556.207-1	51624	Fernando de Peña Iver	1.759.014	0,080320%
7.036.855-2	66440	Óscar Munizaga Delfín	717.264	0,032752%
19.454.847-8	66445	Christopher Banfield Erazo	337.302	0,015402%
27.588.745-5	71044	Pablo Pulido Sierra	498.055	0,022742%
28.342.623-8	83833	Derek Schwietzer Tang	195.446	0,008924%
7.719.111-9	66429	Cristián Somarriva Labra	574.076	0,026214%
7.315.274-7	66436	Luis Hernán Silva Villalobos	294.548	0,013450%

La compañía no tiene requisitos específicos propiedad de acciones para el Gerente General y otros miembros de su comité ejecutivo.



Mallplaza Egaña, Chile

Comités de ejecutivos principales

NCG 461 3.1.VII,3.1

Comité Ejecutivo

Integrantes	Gerente General, Gerente División Chile y Colombia, Gerente División Perú, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento, Gerente Administración y Finanzas, Gerente de Desarrollo de Negocios, Gerente Negocios Complementarios; Gerente de Personas y Cultura.
Rol y funciones del comité	En función de la estrategia de negocios de la compañía, evalúa, da seguimiento y adopta las decisiones necesarias para alcanzar los objetivos establecidos.
Principales actividades 2025	Se reúne a revisar el cumplimiento de la estrategia de la compañía, revisando proyectos, iniciativas, tomando decisiones que aporten al cumplimiento de los objetivos del negocio y coordinando el quehacer de las distintas áreas.
Frecuencia	Semanal

Comité de Riesgo y Cumplimiento

Integrantes	Gerente General, Gerente División Chile y Colombia, Gerente División Perú, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento, Gerente Negocios Complementarios, Gerente Administración y Finanzas, Gerente de Desarrollo de Negocios, Contralor, Gerente de Personas y Cultura, Directora de Riesgo y Cumplimiento.
Rol y funciones del comité	Velar por la adecuada gestión de riesgos riesgos que impacten en el negocio y revisar normas que puedan impactar el negocio.
Principales actividades 2025	Actualización riesgos alto nivel, presentación actualización mapa de procesos. revisión de indicadores transversales y específicos de riesgos. Se revisó impacto de ley de datos personales y ley anticorrupción.
Frecuencia	Trimestral

Comité de Desarrollo

Integrantes	Gerente General, Gerente División Chile y Colombia, Gerente División Perú, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento, Gerente Administración y Finanzas, Gerente de Desarrollo de Negocios.
Rol y funciones del comité	Evaluar e impulsar el crecimiento orgánico e inorgánico de la compañía en los mercados de interés.
Principales actividades 2025	Evaluación de potenciales alternativas de adquisición, proyectos greenfield y nuevos negocios.
Frecuencia	Bimensual

Comité de Gobierno de Datos y Seguridad de la Información

Integrantes	Gerente de Administración y Finanzas, Gerente División Chile y Colombia, Gerente División Perú, Gerente de Tecnología, Director de Data & Analytics, Contralora, Gerente de Personas y Cultura, Directora de Riesgo y Cumplimiento, Jefa Compliance, Jefe de Gobierno de Datos y Seguridad de la Información.
Rol y funciones del comité	Aprobar la estrategia de datos y seguridad y hoja de ruta para asegurar alineamiento con la estrategia. Revisar adherencia a las políticas con base en lo establecido. Revisar el progreso de iniciativas de datos y seguridad e implementación de gestión.
Principales actividades 2025	Definición de roles y responsabilidades para el programa de protección de datos personales, incluyendo la aprobación de políticas, lineamientos y controles de seguridad; establecimiento de directrices sobre el uso responsable de la inteligencia artificial; y diseño de planes de capacitación corporativa en materia de seguridad de la información.
Frecuencia	Trimestral



Comité de Alto Impacto

Integrantes	Gerente General, Gerente División Chile y Colombia, Gerente División Perú, Equipo de proyecto regional, Gerente Comercial Divisional, Gerente Brownfield, Gerente de Operaciones.
Rol y funciones del comité	Evaluación, diseño y seguimiento de obras en construcción para el crecimiento de la compañía.
Principales actividades 2025	Revisión de los planes de expansión brownfield y la evolución de cada proyecto para lograr la meta establecida.
Frecuencia	Mensual

Comité de Sostenibilidad

Integrantes	Equipo Ejecutivo, Gerente de Operaciones, Directora de Riesgo y Cumplimiento, Gerente de Marketing, Gerente Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad; Gerente de Personas y Cultura.
Rol y funciones del comité	Supervisa el cumplimiento de la política de sostenibilidad, además realiza el seguimiento de los objetivos, metas e indicadores de nuestra estrategia de sostenibilidad. Igualmente, define y revisa los criterios de relacionamiento con grupos de interés y los planes de gestión social.
Principales actividades 2025	Durante las sesiones realizadas en el año se revisaron los resultados de los principales rankings, ratings y las brechas de la gestión de la compañía, con el objetivo de avanzar en la divulgación de información y gestión de distintas temáticas. Igualmente, se revisaron los resultados de los procesos de escucha a los Grupos de interés.
Frecuencia	Bimensual

Comité de la ejecución de la Estrategia

Integrantes	Equipo Ejecutivo, Gerentes de áreas habilitadoras, Líderes y Subgerentes líderes de apuestas estratégicas.
Rol y funciones del comité	Impulsa la ejecución de la Estrategia de la compañía a través del seguimiento a los hitos estratégicos cumplidos en el trimestre que se está cerrando, junto a los objetivos por cumplir en el siguiente trimestre. Se discuten planes de acción para abordar estos desafíos.
Principales actividades 2025	Cada sesión se enfocó en hacer el seguimiento de iniciativas asociadas a la estrategia y en visibilizar los próximos hitos relevantes a estas.
Frecuencia	Trimestal

Comité de Integridad

Integrantes	Gerente Administración y Finanzas, Gerente de Personas y Cultura, Contralora, Gerente General y Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento.
Rol y funciones del comité	Velar por el cumplimiento del Programa de Integridad en la Compañía.
Principales actividades 2025	Acordar medidas a aplicar en casos donde no se cumple con la normativa interna de la Compañía.
Frecuencia	Trimestral



Plan de sucesión

NCG 461 3.6.X

El plan de sucesión de Mallplaza es parte fundamental de la Gestión de Talentos y tiene como objetivo cubrir rápidamente vacantes claves que pudieran generarse en la organización -ya sea por renuncias o desvinculaciones-, minimizando su impacto y manteniendo la continuidad operacional del negocio.

Asimismo, permite potenciar el desarrollo de nuestros talentos, identificando a quienes destacan por su desempeño y potencial de crecimiento para afrontar nuevos desafíos.

Se ha puesto especial atención en aquellos roles sin sucesores definidos, donde la Gerencia de Personas -en colaboración con los Jefes Directos-, deben identificar, preparar y/o reclutar talento para la preparación de potenciales sucesores (en el corto y/o mediano plazo).

En 2025, el Comité de Sucesión sesionó en el primer semestre con el propósito de revisar potenciales sucesores, evaluar cambios y anticiparse a la necesidad de sucesores, asegurando así, la adaptabilidad y fortaleza de nuestra estructura organizativa frente a los desafíos futuros.

El Plan de sucesión considera:

- a. Sucesores internos
 - > Apoyo para potenciar aquellas competencias donde se observan oportunidades de mejora.
 - > Considerarlos en los procesos de selección que coinciden con sus perfil e intereses de desarrollo de carrera.
- b. Sucesores Externos (foco en Subgerentes y Gerentes)
 - > Atracción de Talentos es responsable de contactar a los sucesores validados, generando un primer acercamiento e identificando reales intereses de sumarse a la compañía frente a una eventual vacante.
 - > Consideración en proceso de selección en caso de generarse vacantes relacionadas con su perfil.



Continuidad operacional

NCG 461 3.2.XI, GRI 3-3

Con el fin de mantener en pleno funcionamiento nuestras acciones enfocadas en la continuidad operacional, desarrollamos un Protocolo de Operación de nuestro Directorio para situaciones de emergencia o crisis. En él se establecen las directrices que permitirán reaccionar de manera idónea ante las situaciones de emergencia o crisis que puedan presentarse durante el desarrollo de las operaciones y que pueden afectar de manera significativa la seguridad y salud de los visitantes o tengan un impacto relevante.

Desde el punto de vista de la prevención, el Comité de Directores revisa periódicamente los informes de contraloría y riesgos en materia de seguridad de las instalaciones, reportando al Directorio, de modo de contar con un correcto funcionamiento del negocio y la continuidad de una administración diligente que nos permita proteger el valor creado, evitando cualquier perjuicio hacia nuestros colaboradores, visitantes, socios comerciales y protegiendo los intereses de nuestros accionistas.



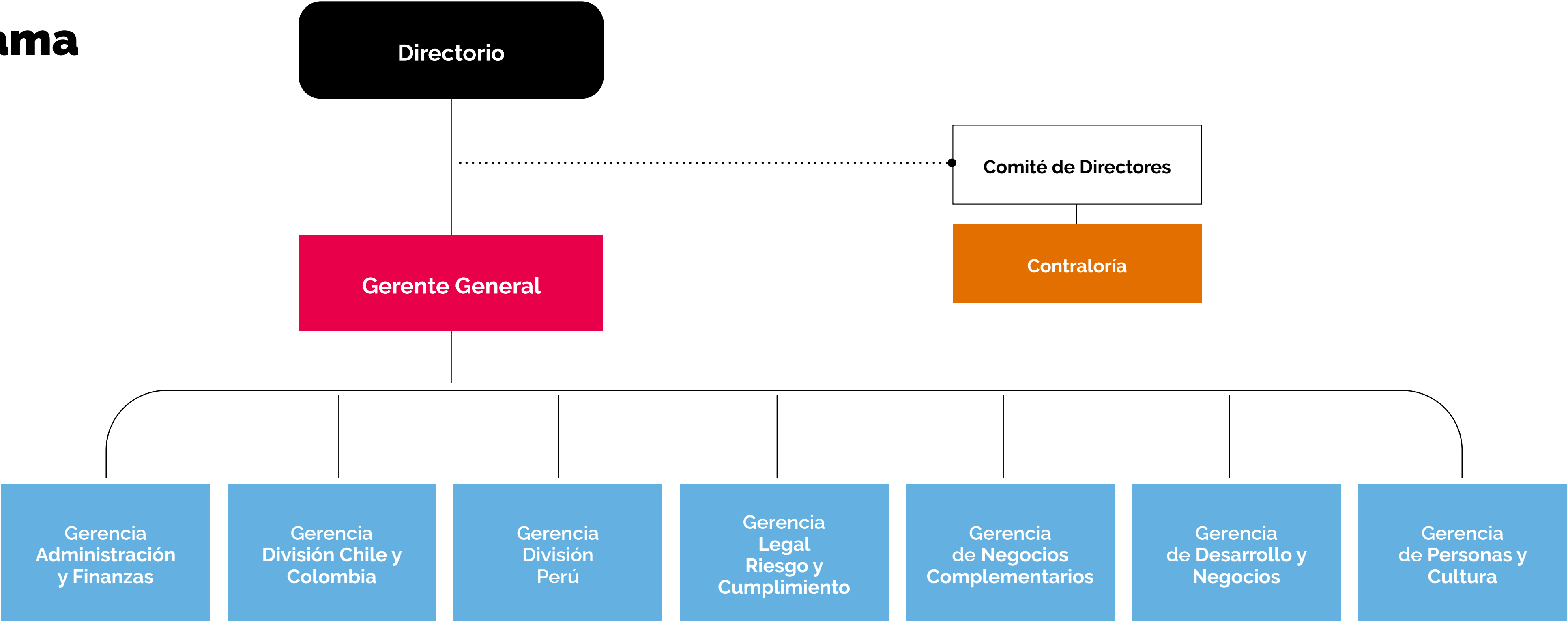
Mallplaza Los Dominicos, Chile



IV. 1. .E

Organigrama

NGC 461 3.1



—
La Subgerencia de Riesgos depende de la Gerencia Legal, Riesgos y Cumplimiento, en tanto, la Gerencia de Finanzas y Relación con Inversionistas y la Gerencia de Tecnología dependen de la Gerencia de Administración y Finanzas.

—
Desde el 2025, la Gerencia de Asuntos Corporativos y la Subgerencia de ESG dependen de la Gerencia de Administración y Finanzas, bajo el nombre de Gerencia de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad.



IV. 2

Ética y Cumplimiento

NCG 461 3.1.III | GRI 2-23, 2-24, 3-3

En Mallplaza, nuestro liderazgo se demuestra a través de nuestras acciones. La trayectoria de más de 35 años se ha construido sobre sólidos principios y valores encarnados por nuestro Directorio y equipo ejecutivo.

Una conducta basada en la ética, la integridad y el respeto irrestricto para liderar una organización con presencia en tres países, que considera y valora la multiculturalidad y la diversidad. Nuestro objetivo es ser un referente en el sector, destacando por nuestra integridad.

Para asegurar este compromiso, reforzamos constantemente la importancia de actuar correctamente mediante comunicaciones y formaciones periódicas a nuestros colaboradores sobre integridad.

Desde la inducción, todos los nuevos colaboradores se interiorizan sobre nuestras políticas y son capacitados sobre todos los programas de cumplimiento normativo de la compañía.



Mallplaza Trujillo, Perú



IV. 2. A

Ética y transparencia

NCG 461 3.1.III, 3.6.VII | GRI 2-23, 2-24, 3-3

Código de Integridad

El Código de Integridad de Mallplaza establece un marco de conducta empresarial responsable, fundamentado en valores corporativos y normas de comportamiento que guían la actuación ética de todos sus colaboradores, socios comerciales y grupos de interés.

Los compromisos se articulan en torno a tres dimensiones: el lugar de trabajo, el mercado y la sociedad.

1. COMPROMISOS BASADOS EN VALORES Y PRINCIPIOS CORPORATIVOS:

El Código define principios éticos que orientan la actuación diaria y que reflejan la identidad corporativa de Mallplaza. Estos valores se traducen en responsabilidades éticas para todos sus colaboradores, tales como actuar con honestidad, respeto, transparencia y responsabilidad en cada interacción profesional.

- > Integridad personal y profesional
- > Compromiso con la reputación corporativa
- > Responsabilidad ética.

2. POLÍTICAS DE CONDUCTA RESPONSABLE EN EL LUGAR DE TRABAJO:

Mallplaza establece reglas claras para promover un entorno laboral seguro, respetuoso e inclusivo. Estas políticas abarcan:

- > Respeto a las personas
- > Relaciones colaborativas.
- > Gestión de conflictos de interés
- > Uso responsable de recurso
- > Normas sobre regalos e invitaciones.

3. CONDUCTA RESPONSABLE EN EL MERCADO:

Mallplaza compromete su actuar en conformidad con la ley y la competencia justa, estableciendo reglas específicas para operar con integridad en el entorno comercial.

- > Competencia leal
- > Manejo adecuado de información
- > Relaciones éticas con proveedores y socios comerciales.

4. RESPONSABILIDAD CON LA SOCIEDAD Y EL ENTORNO:

El Código incorpora compromisos explícitos con la sociedad, las comunidades y el medioambiente.

- > Cumplimiento de la ley
- > Rechazo al soborno y la corrupción
- > Relación responsable con comunidades
- > Seguridad y salud
- > Actividades políticas.

5. PREVENCIÓN DE DELITOS CORPORATIVOS:

El Código integra un sistema de prevención de delitos como cohecho, lavado de activos, financiamiento del terrorismo y receptación. Se establecen controles, responsabilidades y protocolos de actuación.

Este enfoque preventivo complementa las políticas anticorrupción, asegurando conformidad legal y mitigando riesgos para la compañía.

6. CANALES Y GARANTÍAS PARA REPORTAR INQUIETUDES ÉTICAS:

Mallplaza proporciona un Canal de Integridad seguro y confidencial donde colaboradores y terceros pueden realizar consultas o denuncias sobre comportamientos éticos o incumplimientos, garantizando la ausencia de represalias.



Estructura organizacional de Integridad

Dirección de Cumplimiento y Riesgo

Está a cargo de velar por el buen funcionamiento del Programa de Integridad y el fiel cumplimiento del Código de Integridad. Responsable de gestionar las consultas, denuncias e investigaciones de forma profesional y confidencial. Además, desarrolla capacitaciones y campañas de difusión con el objeto de orientar a los colaboradores en nuestra ética

Comité de Integridad

El Comité de Integridad está formado por el Gerente General, Gerente Legal, Riesgos y Cumplimiento, el Gerente de Administración y Finanzas, el Gerente de Personas y Cultura, y el Contralor. Se reúne de manera trimestral. Es informado permanentemente del estado de avance del Programa de Integridad y de la actividad del Canal de Integridad.

Consejeros de Integridad

Son colaboradores que están capacitados de manera especial para asesorarnos en temas de integridad, aclarando dudas e inquietudes y canalizando de forma confidencial las denuncias que se les planteen.

Oficial de Integridad

Es aquel colaborador designado por el Vicepresidente Ejecutivo para que actúe como interlocutor entre Mallplaza y la Gerencia de Integridad. Este cargo ha sido asignado al Gerente Legal, Riesgos y Cumplimiento.

Durante el año 2025 realizamos capacitaciones a toda la Compañía en materia de prevención de acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo, incluyendo formaciones específicas para proveedores y socios comerciales. Se realizó un e-learning obligatorio y capacitaciones denominadas "Yo Juego Limpio" junto con talleres presenciales a los nuevos colaboradores y grupos específicos.



Canal de Integridad

NCG 461 3.1.IV, 3.2.XII.C, 3.6.IX, 3.7.I | GRI 2-25, 2-26, 3-3

El Canal de Integridad de Mallplaza es una herramienta dispuesta para recibir dudas o denuncias y es parte de nuestros procesos de reporte y escalamiento de asuntos sospechosos o que estén en incumplimiento con la normativa interna o la legislación correspondiente. El Canal es administrado por la Gerencia de Ética de Falabella, sociedad matriz de Mallplaza. Las denuncias son recibidas a través de esta área, que actúa como un ente centralizado y externo a la operación directa de los centros comerciales. Esto asegura que la evaluación inicial sea objetiva y estandarizada para todo el grupo.

Todos nuestros colaboradores, socios comerciales, proveedores y accionistas pueden realizar consultas de manera confidencial y anónima (en caso de que la persona lo desee) sobre materias éticas, denunciar infracciones o transgresiones a cualquier normativa vigente en el país de operación, o a la normativa interna de nuestra compañía, con el objetivo de mantener y proteger los más altos estándares de integridad. La plataforma le permite al denunciante hacer seguimiento a su solicitud o denuncia, quien recibirá una respuesta en un plazo máximo de 3 días hábiles.

El Canal de Integridad es constantemente comunicado a través de nuestra página web al público general, como accionistas, visitantes, proveedores y socios comerciales; comunicaciones periódicas dirigidas a proveedores, socios comerciales y colaboradores.

Respecto de las investigaciones que pudieran surgir de denuncias, el enfoque es enfáticamente éticas a través de los principios de independencia, objetividad, confidencialidad, anonimato, presunción de inocencia, celeridad, debido proceso, enfoque de género, prohibición de represalias y exhaustividad.

Canales de contacto:

Información de contacto con nuestro Canal de Integridad

- > **Correo electrónico:**
contactochile@gerenciadeetica.com
- > **Contacto telefónico:** 800 726 100
- > **Página web e intranet de nuestra compañía:**
<https://canaldeintegridad.ines.cl/mallplaza/>



Mallplaza Tobalaba, Chile



Programa de Integridad y Política
contra el Acoso Sexual, Acoso
Laboral y Violencia en el Trabajo

NCG 461 5.5 | GRI 2-23, 2-24

Mallplaza cuenta con un Programa de Integridad que incorpora la Ley Karin y sus exigencias en la Política contra el acoso sexual y laboral y la violencia en el trabajo, con el objeto de promover y exigir un ambiente laboral donde todas las personas sean tratadas con respeto y dignidad, y se proteja su integridad física y psíquica, de agresiones sexuales o laborales en el marco del desempeño de su trabajo.

De acuerdo a nuestra Política, en Mallplaza rechazamos toda forma de acoso, abuso y discriminación arbitraria. En 2025 mantuvimos nuestro compromiso por velar por la valoración y respeto de la diversidad de raza, color, sexo, estado civil, asociación, religión, opinión política, nacionalidad, ascendencia étnica, orientación sexual u origen social de cualquiera de nuestros colaboradores y personas que mantengan cualquier tipo de relación con Mallplaza.

Para asegurarnos de ello buscamos proactivamente identificar y corregir oportuna y adecuadamente cualquier conducta que atente contra esto, asumiendo que es responsabilidad de todos la mantener un ambiente libre de discriminación en el trabajo, entre colaboradores, operadores, visitantes, proveedores y terceros en general.

Durante el año 2025 a nivel regional, recibimos 1 denuncia por acoso laboral ante la Inspección del Trabajo y ninguna por acoso sexual.



Mallplaza Antofagasta, Chile



Capacitaciones respecto del protocolo de prevención del acoso sexual, laboral y la violencia en el trabajo:

	2025				2024			
	TOTAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	TOTAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA
N° total del personal que fue capacitado en materias de acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo (sin doble contar personas)	731	512	133	86	666	513	79	74
% del total del personal que fue capacitado en materias de acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo	96%	96%	99%	97%	100%	99%	-	99,00%



Mallplaza Oeste, Chile



IV. 2. B

Políticas Corporativas

GRI 2-15,2-23,2-24,3-3

Dentro de nuestros lineamientos éticos destacamos la importancia de impedir un comportamiento irregular o falta de imparcialidad, o que pueda ser cuestionado como contrario a los principios de nuestro Código de Integridad. Contamos con diversas políticas corporativas, entre las que se destacan:

- > Política de Donaciones
- > Política Derechos Humanos
- > Política Prevención de Delitos y Anticorrupción
- > Política de Contratación Asesores para nuestro Directorio y Comité de Directores
- > Política de Gestión Integral de Riesgos
- > Política de Equidad de Género
- > Política de Seguridad y Salud en el Trabajo
- > Política de Relacionamento con Proveedores
- > Política Libre Competencia
- > Política de Persona Expuesta Políticamente
- > Política Medio Ambiental y Cambio Climático
- > Política de Diversidad e Inclusión
- > Política de Protección de datos personales

- > Política de Sostenibilidad
- > Política de Conflicto de Interés
- > Política de Regalos
- > Política de Invitaciones
- > Política de Seguridad de la Información
- > Política de Protección de los Derechos del Cliente
- > Manual de Manejo de Información de Interés para el Mercado

El Directorio de Mallplaza se encarga de aprobar las diversas políticas que se enmarcan dentro de los distintos programas de cumplimiento, los cuales velan por el correcto accionar de nuestra compañía en materia de transparencia, ajustándose siempre al marco legal vigente. Todo el proceso de revisión y aprobación se formaliza a través del Procedimiento de Gestión Documental, que regula cómo deben redactarse, revisarse, aprobarse y publicarse las políticas internas. Esto asegura que los documentos mantengan consistencia con el Código de Integridad, los lineamientos de Grupo Falabella y la normativa vigente en los países donde Mallplaza opera.

Dichos programas cuentan con elementos de difusión, detección, capacitación y prevención. Entre ellos, destacan los programas de Libre Competencia, Medioambiente, Derechos Humanos y Protección de los Derechos del Cliente, Anticorrupción, Datos Personales, Integridad.

Los compromisos corporativos de Mallplaza, plasmados a través de estas políticas, se aplican a las actividades propias de la organización como a sus socios comerciales y proveedores. Este es el caso de políticas corporativas como: Política de Seguridad y Salud en el Trabajo, el Modelo de Prevención de Delitos, la Política Medioambiental y Cambio Climático, el Programa de Transparencia y Ética Empresarial, el Código de Integridad, la Política de Derechos Humanos y la Política de Relacionamento con Proveedores, entre otras, poseen un alcance mixto, siendo aplicables tanto a Plaza S.A. y sus filiales como a proveedores y socios comerciales.

En estos documentos se establecen expectativas y requisitos exigibles a proveedores y contratistas, los cuales se implementan mediante cláusulas contractuales, procesos de homologación, evaluación y mecanismos de control. Asimismo, estos compromisos se integran en los procesos internos a través de procedimientos operacionales, capacitaciones periódicas y sistemas de seguimiento. El cumplimiento es monitoreado de forma periódica y forma parte del proceso de gestión de riesgos de la organización.



Mallplaza Los Dominicos, Chile



Incumplimientos regulatorios asociados a clientes

NCG 461 8.1

Brindar una experiencia satisfactoria a nuestros clientes y visitantes es lo que nos mueve y nos exige tener un comportamiento íntegro. Mallplaza tiene un firme compromiso con actuar de manera respetuosa y coherente con sus visitantes, respetando sus derechos en todo el proceso de oferta. En relación con lo anterior, hemos establecido un Programa de Protección de los Derechos del Cliente que considera los siguientes factores:

- 1. La designación de un Oficial de Cumplimiento
- 2. La identificación e implementación de acciones o medidas correctivas y preventivas
- 3. La implementación de controles destinados a evitar los riesgos de incumplimiento
- 4. El compromiso del Equipo Ejecutivo y del Directorio
- 5. La aplicación de medidas disciplinarias
- 6. La reacción frente a hallazgos
- 7. La mejora continua de revisión del Programa.

También contamos con documentos orientados a prevenir incumplimientos regulatorios en relación con la normativa que protege los derechos de nuestros consumidores, entre los que destacamos:

- > Política de Protección de los Derechos del Cliente
- > Política para la Elaboración de Material Publicitario y/o Promocional
- > Procedimiento para la Elaboración de Material Publicitario y/o Promocional
- > Procedimiento de Manejo de Accidentes e Incidentes
- > Procedimiento para abordar Fiscalizaciones y Visitas Inspectivas de la Autoridad
- > Procedimiento para la Gestión de Contactos
- > Procedimiento *Parking*
- > Procedimiento Personas Extraviadas
- > Guía práctica de *influencers*

Durante el año 2025 se realizó una mesa de trabajo que se reunió trimestralmente, cuyo objetivo fue analizar los reclamos de los consumidores, revisar políticas de respuestas, procedimientos y buscar

en definitiva, disminuir los reclamos de los consumidores. Se trabajó en identificar las áreas más sensibles en materia de consumidor, y se implementaron planes de acción relacionados con seguridad en el consumo, mejoras en los canales de contacto y protección de los derechos de los consumidores.

Asimismo, en este ejercicio se actualizó la matriz de riesgo de derechos del consumidor, revisando y modificando los riesgos y controles ahí contenidos. Se trabajó en un plan de difusión para todos los cargos expuestos enfocado en formar sobre temas relacionados a la protección de los derechos de los consumidores, tales como: seguridad en el consumo, no discriminación arbitraria, publicidad engañosa. En esta misma línea, se capacitó a toda la compañía, impactando al 91.8% de los colaboradores de Mallplaza. También se realizó una formación especializada y dirigida a los colaboradores y proveedores de la Gerencia de Marketing sobre publicidad engañosa y nuevas formas de generar contenido publicitario y nuevas tecnologías.



Difusión compromisos y políticas

Los compromisos corporativos de la organización, establecidos en sus políticas corporativas, se comunican de manera sistemática a los trabajadores, socios comerciales, proveedores, contratistas y a otros públicos relevantes a través de canales formales definidos en el modelo de relacionamiento con grupos de interés.

Para los colaboradores internos, esta comunicación se realiza a través de procesos de inducción, capacitaciones, comunicaciones internas, plataformas corporativas, códigos y reglamentos internos, y la Memoria Integrada Anual. En el caso de los socios comerciales, proveedores y contratistas, los compromisos se difunden principalmente mediante contratos y cláusulas formales en los contratos, el Código de Conducta para Proveedores, portales corporativos, instancias de capacitación, contacto permanente.

Adicionalmente, los principales compromisos y políticas corporativas se encuentran disponibles públicamente en el sitio web corporativo y en reportes de divulgación, asegurando su acceso, comprensión y cumplimiento por parte de los grupos de interés.

El cumplimiento de estos compromisos es monitoreado a través de matrices de riesgo, mecanismos de control interno, con participación de las áreas de abastecimiento y legal, las que gestionan eventuales incumplimientos y definen acciones correctivas.

Competencia desleal

NCG 461 3.1.III, 8.4 | GRI 2-23, 2-24, 206-1

Determinar qué actos son constitutivos de competencia desleal y la prohibición de realizar los mismos, es esencial para mantener la transparencia y los valores que guían nuestro accionar. La Política y el Programa de Libre Competencia de Mallplaza establece la posibilidad y viabilidad de tomar medidas disciplinarias respecto de un profesional que actúa de manera reñida con la ley o ilícitamente.

Para gestionar esta temática implementamos los siguientes indicadores:

- a. Medimos el porcentaje de colaboradores capacitados en Libre Competencia.
- b. Medimos el porcentaje de nuevos colaboradores que han tenido inducción sobre Libre Competencia
- c. Medimos la actividad del Canal de Integridad.
- d. Anualmente revisamos y monitoreamos los controles para mitigar los riesgos en esta materia, en nuestra Matriz de Riesgos Normativos de Libre Competencia.
- e. Implementamos un software denominado DLP (*Data loss Prevention*), cuyo objetivo es prevenir la fuga de información comercialmente sensible o confidencial que pudiese afectar la libre competencia.

En 2025 se realizaron capacitaciones a colaboradores considerados en cargos expuestos. Logrando capacitar al 100% en Chile y Perú y al 99% de los colaboradores en Colombia.

El Directorio ha definido no realizar contribuciones a campañas políticas ni a organizaciones de Lobby.



Tolerancia cero frente a la corrupción

NCG 461 3.1.III | GRI 2-23, 2-24, 3-3, GRI 205-2

Para fortalecer a Mallplaza como una organización con sólidos principios y valores definidos, contamos con políticas claras contra la corrupción y el soborno en todas sus formas. Nuestro Modelo de Prevención de Delitos y el Programa de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo son herramientas claves para prevenir o mitigar la comisión de delitos contemplados en las leyes No 20.393 y No 19.913, por parte de cualquier integrante de nuestra compañía. Además contamos con una serie de políticas y procedimientos enfocados en cumplir con lo establecido en el marco legal correspondiente.

Aquellos cargos con relación directa con funcionarios públicos realizan capacitaciones especiales. Con el fin de robustecer los controles anticorrupción, continuamos utilizando “Autocompliance”: una plataforma de registro de reuniones con funcionarios públicos. Durante el 2025 realizamos difusión y capacitaciones a los colaboradores de Mallplaza específicamente sobre recibir regalos e invitaciones.

Con motivo de la Ley de Delitos Económicos, el 2025 se realizaron capacitaciones a toda la compañía para difundir y concientizar sobre la importancia de una cultura de cumplimiento y ética, además también este año se actualizó la Matriz de Riesgos del Modelo de Prevención de Delitos

Este año se realizó una capacitación *e-learning* a todos los colaboradores expuestos a temas asociados a la libre competencia y al relacionamiento con asociaciones gremiales con el fin de fortalecer sus conocimientos sobre el manejo de conflictos de interés, fiscalizaciones y el seguimiento a las reuniones con funcionarios públicos. Además, se realizó la "Semana de Integridad" que consistió en una serie de actividades relacionadas a la cultura de integridad como talleres de dilema morales, termómetros de integridad y una campaña relacionada a la difusión y funcionamiento del canal de integridad.



Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo

NCG 461 3.1.III, 8.5 | GRI 2-27, 3-3

Respecto de la prevención de lavado de activos y financimientto del terrorismo, se modificó nuestro manual de prevención de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y proliferación de armas de destrucción masiva, incluyendo los ajustes para dar cumplimiento a la circular N°62 de la UAF. Asimismo, se actualizaron las señales de alerta y continuamos trabajando en la segmentación de socios comerciales y proveedores; y se realizaron capacitaciones específicas a los cargos expuestos a fin de robustecer los controles.

Durante 2025, optimizamos nuestra gestión de riesgos mediante el uso de análisis de datos:

- > Segmentación precisa: Identificamos contrapartes con mayor riesgo de LAFT y corrupción agrupados jurisdicción de alto riesgo, volumen de transacciones, giro comercial riesgoso.
- > Enfoque estratégico: Priorizamos la revisión de los casos más críticos.
- > Cumplimiento global: Elevamos nuestros estándares frente a marcos internacionales como GAFI-BASILEA.

100% de los colaboradores de Mallplaza fueron informados sobre las políticas y procedimientos en anticorrupción y 95% recibió formación sobre anticorrupción a nivel regional.

“Yo Juego Limpio” es una campaña que Mallplaza realiza todos los años con el objetivo de informar sobre los controles mínimos que deben cumplir todos los colaboradores para evitar delitos, especialmente los relacionados con el lavado de activos, financiamiento del terrorismo, soborno o cohecho a funcionarios públicos o entre privados, negociación incompatible y otros delitos que puedan generar responsabilidad penal o administrativa en la compañía. Durante el 2025, logramos capacitar al 92% de nuestros colaboradores en los tres países.

Desde el año 2021 a la fecha Mallplaza no ha tenido sanciones relacionadas al incumplimiento de los derechos de nuestros colaboradores, la libre competencia o relacionados a la Ley N° 20.393 ni filtraciones de datos de privacidad de clientes ni violaciones de seguridad de la información.



Política Tributaria

Como parte del Grupo Falabella, nuestra estrategia y gobernanza fiscal se rigen por la Política Fiscal de Falabella aprobada por su Directorio.

Esta Política detalla las definiciones, criterios y prácticas generales aplicables a todas las Empresas Falabella en materia tributaria, con el objetivo de asegurar el cumplimiento de nuestras obligaciones tributarias de acuerdo con las leyes vigentes en cada país en el que operamos, contribuyendo así efectivamente al desarrollo de la sociedad mediante el pago de los impuestos aplicables.

Por ello, nos comprometemos a:

- > Todas las operaciones que se realicen deben tener sustancia económica, una razón legítima de negocio y valores de mercado.
- > No realizamos transacciones u operaciones en o con territorios o jurisdicciones de nula o baja tributación, conocidos como paraísos fiscales.
- > Las transacciones entre empresas deberán ajustarse siempre en precio, términos y condiciones a las vigentes en el mercado al momento de la aprobación.
- > Para dar cumplimiento a lo anterior, las compañías del Grupo deberán observar los principios y lineamientos establecidos en la Política de Precios de Transferencia y en el Procedimiento de Información y Coordinación en Materia Tributaria.



IV. 2. C

Programa de cumplimiento

NCG 461 8.1, 8.2, 8.3, 8.4, 8.5 | GRI 2-27, 3-3, 206-1

Contamos con un área de cumplimiento, responsable de velar por el correcto actuar de nuestra compañía en materias de transparencia, ajustándose siempre al marco legal vigente. Las diversas políticas de los programas de cumplimiento son aprobadas por el Directorio y consideran aspectos de difusión, detección, capacitación y prevención.

Entre estos programas destacan:

- > Libre Competencia
- > Medioambiente
- > Derechos Humanos
- > Protección de los Derechos del Cliente
- > Anticorrupción
- > Datos Personales
- > Integridad.

En 2025, se realizaron capacitaciones a colaboradores con cargos expuestos, logrando capacitar al 91% a nivel regional.

- > Política de Donaciones
- > Política Derechos Humanos
- > Política Prevención de Delitos y Anticorrupción
- > Política de Contratación Asesores para nuestro Directorio y Comité de Directores
- > Política de Gestión Integral de Riesgos
- > Política de Equidad de Género
- > Política de Seguridad y Salud en el Trabajo



IV. 2. D

Modelo de Prevención de Delitos (MPD)

NCG 461 3.1.III, 3.6.XIII, 8.4 | GRI 2-27, 3-3

El MPD de Mallplaza complementa una serie de políticas y procedimientos cuya eficacia depende fuertemente de la existencia de un ambiente de control al interior de nuestra compañía. Para ellos el modelo es permanentemente auditado en los tres países por un tercero independiente

El Modelo considera una serie de elementos:

- a. Código de Integridad
- b. Procedimiento General de Investigación
- c. Procedimiento de Inversión
- d. Procedimiento de Gestión de Riesgos
- e. Procedimiento General de Investigación
- f. Política de Sostenibilidad
- g. Procedimientos de reclutamiento y selección
- h. Estructura de apoderados y representantes legales
- i. Política de Conflicto de Intereses
- j. Política de Donaciones
- k. Política de Personas Expuestas Políticamente.

Durante 2025, entre las actividades relacionadas al MPD se realizaron:

- > Debida Diligencia Donatarios
- > Debida Diligencia Socios Comerciales
- > Actualización Matriz de Riesgos
- > Gestión de alertas en software de Compliance
- > Acciones de concientización
- > Difusión de material educativo y capacitaciones



Mallplaza NQS, Colombia

Durante el año 2025 no existieron casos significativos de incumplimiento, incidentes de corrupción confirmados, causas relacionadas con la corrupción ni infracciones en materia de competencia desleal, prácticas monopólicas y libre competencia.



IV. 3

Estrategia y gestión de riesgos

NCG 461 3.6.I | GRI 3-3

En el dinámico y cada vez más interconectado entorno empresarial global, con sus crecientes incertidumbres, la gestión de riesgos se erige como una disciplina estratégica esencial para la sostenibilidad y el éxito de cualquier organización. En Mallplaza, concebimos la identificación, evaluación, mitigación y monitoreo de riesgos no solo como procesos cruciales para proteger nuestros activos y operaciones, sino como herramientas fundamentales para impulsar la innovación, aprovechar oportunidades de crecimiento y mantener nuestra competitividad.

Este enfoque integral y proactivo es clave para:

- > Anticipar desafíos y gestionar eficazmente las amenazas
- > Cumplir con las normativas regulatorias.
- > Facilitar la toma de decisiones informadas, alineadas con los objetivos estratégicos
- > Construir una cultura organizacional que integre el riesgo como un componente natural de las decisiones de negocio
- > Reforzar nuestra resiliencia y capacidad de adaptación al cambio constante.

Asimismo, nuestra gestión de riesgos y control interno se rige por principios sólidos establecidos por el Directorio, en consonancia con los mejores estándares nacionales e internacionales, como COSO ERM e ISO 31000. Estos marcos aseguran una gestión integral, estratégica y proactiva en todos los niveles. Además, buscamos que la gestión de riesgos sea vista como una herramienta dual: no solo para prevenir impactos negativos, sino también para identificar y aprovechar oportunidades estratégicas dentro de un entorno controlado y equilibrado.

Nuestra Política de Gestión de Riesgos, difundida en toda la organización es fundamental para proteger a la empresa ante eventos adversos, nos permite asegurar el cumplimiento de nuestros objetivos estratégicos y operacionales, fortaleciendo la sostenibilidad a largo plazo. Este marco de referencia guía la toma de decisiones, permitiendo que cada área de Mallplaza gestione sus riesgos de forma efectiva y consistente con nuestra visión y misión.



Mallplaza Oeste, Chile



IV. 3. A

Modelo de Gestión Integral de Riesgos

NCG 461 3.6.I, 3.6.II, 3.6.III, 3.6.V, 3.6.VI, NCG 461 3.6.VIII
GRI 3-3, GRI 2-12, GRI 2-13

El Modelo de Gestión Integral de Riesgos, definido en nuestra política, busca fortalecer el proceso de toma de decisiones y garantizar una respuesta coherente y eficiente ante cualquier situación que pueda afectar a la organización. Sus objetivos específicos incluyen:

- > Establecer las responsabilidades de los principales roles involucrados en el Modelo, así como las funciones y procedimientos establecidos para la gestión efectiva de los riesgos;
- > Describir el Modelo, los canales de comunicación y las líneas de reporte, asegurando un flujo adecuado de información y la debida escalabilidad de los riesgos;
- > Promover la concientización de todos los colaboradores sobre la importancia de la gestión de riesgos, asegurando que sea parte integral de la cultura organizacional.
- > Procedimientos de reclutamiento y selección

El Modelo de Gestión de Riesgos de Mallplaza está diseñado para abordar de manera estructurada y eficiente los riesgos estratégicos y operativos. Este modelo incluye:

- 1. Identificación y evaluación de riesgos:** Análisis exhaustivo de impacto y probabilidad, clasificando riesgos en categorías clave (operacional, personas, financiero, crédito, cumplimiento, tecnología y seguridad de la información).
- 2. Revisión anual de matrices:** Ajuste de matrices de riesgos y controles a cambios del entorno, procesos y objetivos, actualizando riesgos, controles y exposición.
- 3. Pruebas anuales de diseño de controles:** Evaluación del diseño de controles internos para mitigar riesgos, alimentando un proceso de mejora continua.
- 4. Implementación de planes de acción:** Desarrollo de planes específicos para fortalecer controles internos, con seguimiento periódico de su avance.

- 5. Monitoreo trimestral:** Seguimiento mediante un tablero con 40 indicadores clave de riesgo (KRIs) en áreas como operacional, personas, financiero, crédito, cumplimiento, cambio climático, tecnología y seguridad de la información. Entre ellos destacan indicadores relacionados con rotación total, controles modelo de prevención de delitos probados con éxito, continuidad operacional, huella de carbono, vacancia, crédito, liquidez y deuda financiera. Estos indicadores son monitoreados trimestralmente, facilitando la toma de decisiones informada y oportuna.

Fortalecimiento de la Cultura de Gestión de Riesgos

Como novedad este año, y con el fin de fortalecer la comprensión transversal de los riesgos estratégicos y consolidar la cultura de gestión de riesgos, se amplió la convocatoria a la valoración del riesgo inherente, incluyendo no solo a los gerentes corporativos, sino también a sus reportes directos llegando a un grupo de 44 ejecutivos.

Este proceso consistió en la evaluación anual de Riesgos de Alto Nivel de Mallplaza para actualizar el listado vigente de 20 riesgos estratégicos, el cual fue identificado inicialmente en 2023 y actualizado en 2024.

Para ello, se llevó a cabo una evaluación de riesgos, posteriormente se procedió a la votación de todos los participantes, se realizaron sesiones de calibración, y se concluyó con la actualización y validación de la matriz de riesgos, junto con un plan de gestión de los mismos.

Además, en el Encuentro Ampliado de 2025 se realizó una capacitación de gestión de riesgos a toda la compañía.



Gobernanza en
Gestión de Riesgos

Para garantizar una gestión efectiva, hemos establecido un sistema de gobernanza robusto que considera:

Directorio y el Comité de Directores

El Directorio y el Comité de Directores de Plaza S.A. cumplen un rol fundamental en la gestión de riesgos, actuando como un órgano estratégico que garantiza la identificación, evaluación y manejo adecuado de los riesgos que podrían afectar los objetivos organizacionales. Su responsabilidad es asegurar que la gestión de riesgos sea efectiva, esté alineada con los objetivos estratégicos y se integre en la cultura organizacional.

Sus principales funciones son:

- 1. **Aprobación de políticas y metodologías:** establece y aprueba las políticas y directrices generales para la gestión de riesgos, garantizando que se adapten a las mejores prácticas y estándares internacionales, como COSO ERM e ISO 31000.
- 2. **Supervisión de la gestión de riesgos:** evalúa de manera periódica los riesgos más críticos para la organización, revisando la efectividad de los controles implementados y las acciones de mitigación definidas por la administración.

3. **Fomento de una cultura de riesgos:** promueve una cultura organizacional en la que la gestión de riesgos sea vista como una responsabilidad compartida en todos los niveles de la empresa.

4. **Supervisión de contingencias y cumplimiento normativo:** asegura que la organización cuente con mecanismos eficaces para abordar contingencias judiciales, regulatorias y operativas, promoviendo programas de cumplimiento robustos en áreas como integridad, libre competencia, prevención de lavado de activos, protección del consumidor, medioambiente, datos personales y prevención de delitos.

Alta Gerencia

En Mallplaza, la alta gerencia como primera línea, tiene un rol fundamental en la implementación, supervisión y fortalecimiento del sistema de gestión de riesgos. Su responsabilidad clave es traducir las directrices estratégicas definidas por el Directorio y el Comité de Directores en acciones operativas y concretas, asegurando que la gestión de riesgos esté integrada de manera efectiva en todos los procesos organizacionales, desde la planificación estratégica hasta las actividades diarias. Sus principales responsabilidades son:

1. **Implementación de políticas y estrategias de riesgo:** es responsable de la ejecución de las políticas y metodologías aprobadas por el Directorio. Esto implica garantizar que sean comunicadas, en-

tendidas y aplicadas correctamente en todas las áreas y niveles de la organización. Además, deben asegurar la adecuada asignación de recursos y el cumplimiento de los estándares en todas las operaciones de la empresa.

2. **Desarrollo e implementación de controles:** supervisa los controles internos necesarios para mitigar los riesgos identificados. Esto incluye la definición de planes de acción de mitigación para reducir la probabilidad y el impacto de los riesgos críticos para la organización. También supervisa la implementación de controles específicos para riesgos estratégicos, asegurando su efectividad a lo largo del tiempo.

3. **Monitoreo y reporte de riesgos:** es responsable de monitorear de forma continua los riesgos identificados y evaluar la efectividad de los controles implementados.

Además, debe reportar de manera periódica al Comité de Riesgos y Cumplimiento y al Directorio sobre la evolución de los riesgos, la efectividad de los controles, y las acciones correctivas que se hayan implementado.

4. **Participación en mesas y comités de riesgo:** participar en el análisis de los riesgos más críticos que enfrenta la organización para priorizar, revisar los planes de acción y evaluar la alineación de los controles con los objetivos estratégicos de Mallplaza.

Comité de Riesgos y Cumplimiento

El Comité de Riesgos y Cumplimiento sesiona trimestralmente y está compuesto por el Gerente General y el Comité Ejecutivo, integrado por los gerentes de primera línea de la organización, asegurando un compromiso transversal con la gestión de riesgos y permitiendo su integración como un componente estratégico en la operación y en el desarrollo sostenible de la compañía.

Sus responsabilidades son:

- > Escalar los riesgos más críticos identificados en las mesas de riesgos y las áreas de la compañía, asegurando una priorización alineada con los objetivos estratégicos.
- > Promover una cultura de riesgos alineada con los objetivos estratégicos, fomentando la toma de decisiones informada y basada en riesgos en todas las áreas y niveles de la organización.

Subgerencia de Gestión de Riesgos

Liderado por la Directora de Riesgos y Cumplimiento, quien opera como la segunda línea dentro de nuestro modelo de gestión de riesgos. Su rol es



crucial en la supervisión, facilitación y asesoría de todo el proceso de gestión de riesgos, asegurando una adecuada detección, cuantificación, monitoreo y comunicación de los riesgos a nivel corporativo. Su foco de trabajo busca minimizar la incertidumbre, alinear los riesgos con los objetivos estratégicos y apoyar la toma de decisiones en toda la organización.

Sus principales funciones son liderar los procesos asociados a la gestión de riesgos:

- 1. **Detección y cuantificación:** Identifica riesgos (emergentes y tradicionales) con metodologías COSO ERM e ISO 31000, analizando impacto y probabilidad para generar el mapa de calor de alto nivel, acorde al apetito de riesgo.
- 2. **Monitoreo:** Desarrolla e implementa Indicadores Clave de Riesgo (KRI) y evalúa la efectividad de los controles existentes mediante pruebas y seguimiento continuo, revisando matrices periódicamente.
- 3. **Comunicación y escalamiento:** Facilita la comunicación con el Comité de Riesgos y Cumplimiento (trimestral) para escalar riesgos críticos, asegurar planes de mitigación y ser enlace entre líneas de defensa.
- 4. **Apoyo a la primera línea:** Proporciona herramientas, metodologías y capacitación continua a áreas operativas para fortalecer la gestión de riesgos en sus actividades diarias.

- 5. **Gestión documental y planes de acción:** Administra documentos normativos internos y lidera planes de acción para controles internos fallidos, garantizando el refuerzo de controles y mitigación de riesgos residuales.
- 6. **Coordinación de mesas y revisión transversal:** Organiza Mesas de Riesgos multidisciplinarias para revisar riesgos y estrategias de mitigación, y participa en la revisión transversal de matrices para un enfoque integral y preventivo.

Este enfoque multidimensional refuerza el compromiso de Mallplaza con una gestión de riesgos sólida, alineada a objetivos estratégicos y respaldada por una cultura de prevención y mejora continua.

Contraloría

Esta área ejerce la función de auditoría interna, desempeñando un rol esencial como tercera línea dentro de nuestro modelo de gestión de riesgos. La Contraloría tiene la responsabilidad de proporcionar una evaluación independiente y objetiva sobre la efectividad y el cumplimiento de las políticas, procedimientos, controles y códigos implementados en toda la organización para gestionar los riesgos. Actúa como un mecanismo clave para garantizar que la gestión de riesgos se lleve a cabo de acuerdo con las mejores prácticas y estándares internacionales, proporcionando una visión crítica sobre la eficiencia y adecuación de los procesos establecidos.

Sus principales funciones son:

Verificación de efectividad de controles: Contraloría audita periódicamente (según programa anual aprobado por el Comité de Directores) y evalúa exhaustivamente la efectividad del diseño y ejecución de los controles internos de la primera y segunda línea para mitigar riesgos, asegurando su adecuación e implementación correcta.

Cumplimiento normativo: Contraloría revisa el cumplimiento de políticas y procedimientos de gestión de riesgos, verificando la adhesión a estándares normativos, directrices de Directorio/Comité/alta gerencia y mejores prácticas internacionales. Provee aseguramiento adicional para detectar y corregir desviaciones oportunamente.

Informe de hallazgos y recomendaciones: Contraloría elabora informes detallados de auditoría, analizando hallazgos y su impacto en la gestión de riesgos, y ofrece recomendaciones claras para mejorar controles, procedimientos y políticas. Estos informes transparentes fundamentan la mejora continua.

Seguimiento de acciones correctivas: Contraloría monitorea la implementación oportuna y eficaz de las acciones correctivas y mejoras comprometidas tras los informes de auditoría, asegurando que las áreas responsables mitiguen riesgos y fortalezcan el sistema de control interno a largo plazo.

Comunicación y seguimiento: Contraloría presenta informes de su gestión al Comité de Directores mensualmente para su conocimiento y gestión.

Mesas de riesgos

Grupo de trabajo por procesos clave, que se reúnen trimestralmente con equipos multidisciplinarios para:

- > Revisión del estatus de los proyectos de control interno.
- > Análisis de la evolución de los indicadores clave de riesgo.
- > Revisión del estado de los planes de acción de controles fallidos.
- > Identificación de riesgos emergentes.
- > Reevaluación de riesgos existentes.
- > Definición de acciones de mitigación.



Estrategias para la Gestión de Riesgos

Una vez identificados y evaluados los riesgos, se seleccionan estrategias de tratamiento basadas en su nivel de criticidad y el apetito de riesgo definido:

- > **Aceptar:** Mantener el riesgo si los beneficios superan los costos de mitigación.
- > **Reducir:** Implementar controles o acciones para disminuir la probabilidad o impacto del riesgo.
- > **Compartir:** Transferir riesgos mediante seguros, externalizaciones o alianzas estratégicas.
- > **Evitar:** Eliminar actividades o procesos que generan el riesgo, siempre que sea posible y beneficioso.

Aseguramiento y Efectividad de los Controles

La efectividad de los controles internos se garantiza a través de una metodología rigurosa que incluye:

1. **Ponderación del control:** Basada en su diseño, peso específico y seguimiento de indicadores clave (KRIs/KCIs).
2. **Pruebas de diseño y ejecución:** Validamos si los controles cumplen su propósito inicial y detectamos oportunidades de mejora.
3. **Calibración continua:** Aseguramos que los controles se adapten a los cambios operativos o del entorno.

Monitoreo y Seguimiento

El monitoreo se realiza a través de indicadores clave de riesgo (KRIs), informes periódicos y sesiones de revisión en dos niveles: Mesas de Riesgos y Comité de Riesgos y Cumplimiento.

Herramientas Tecnológicas para la Gestión de Riesgos y Controles

Contamos con dos plataformas tecnológicas que fortalecen nuestra gestión:

1. *Software de gobernanza normativa:*

- > Permite gestionar, actualizar y mantener la trazabilidad de los documentos normativos internos (políticas, normas y procedimientos).
- > Garantiza una consulta ágil y aprobación eficiente en toda la organización.

2. *Software de gestión de matrices de riesgos y controles:*

- > Facilita la formalización, actualización y trazabilidad de nuestras matrices de riesgos y controles.
- > Permite documentar y realizar pruebas de diseño para validar la efectividad de los controles.
- > Asegura la transparencia y el seguimiento eficaz de las acciones correctivas y planes de mitigación.



Mallplaza Vespucio, Chile



Capacitaciones en la gestión de riesgos y controles internos

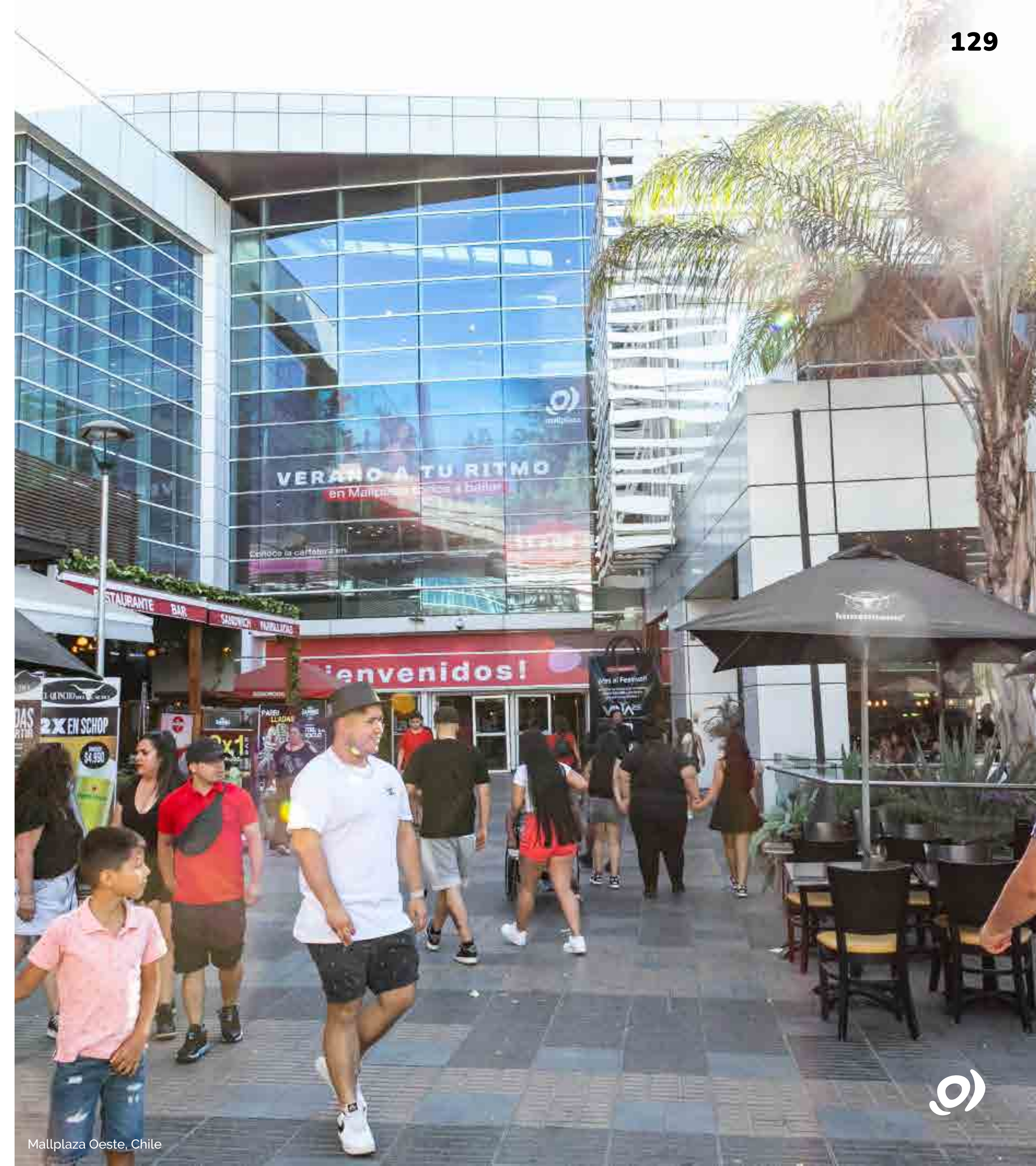
En Mallplaza, la capacitación es un pilar fundamental para fortalecer nuestra cultura de riesgos y asegurar la excelencia operativa. Para ello, hemos diseñado un programa de formación integral que combina formatos digitales y presenciales, adaptados a las distintas necesidades de la organización. Nuestra estrategia de formación incluye:

- > **Inducción a nuevos ingresos:** Implementamos charlas de bienvenida donde se introduce a los nuevos colaboradores en la importancia de la gestión de riesgos, explicando los principios de nuestra política y marcos de referencia como COSO ERM e ISO 31000.
- > **Formación continua digital:** Para reforzar el conocimiento de manera transversal, hemos puesto a disposición de toda la compañía un completo portafolio de recursos *online*. Este incluye las "Cápsulas de Minuto de Riesgo", comunicaciones mensuales sobre temas específicos; un video educativo interactivo sobre la gestión de riesgos

y el rol de cada colaborador; y una nueva capacitación sobre la creación y revisión de documentos normativos internos en nuestra plataforma documental.

- > **Capacitaciones presenciales especializadas:** Para profundizar en temas clave, realizamos capacitaciones presenciales sobre controles internos, enfocadas en sus fundamentos y, más importante aún, en su rol estratégico como habilitadores del negocio.

Estas iniciativas buscan empoderar a nuestros equipos con las herramientas y el conocimiento necesarios para una gestión proactiva, contribuyendo directamente a la resiliencia y al éxito sostenible de la compañía.



Marcos de referencia y modelos en la gestión de riesgos

SASB IF-RE-450A.2, GRI 201-2, GRI 3-3

El modelo de gestión de riesgo de Mallplaza se fundamenta en metodologías sólidas que buscan garantizar un enfoque estructurado, estratégico y sostenible.

Estos marcos metodológicos se integran para permitir una gestión de riesgos completa (estratégica, operativa y de sostenibilidad), reforzando la continuidad del negocio. Esto se traduce en la mitigación de impactos y el aprovechamiento de oportunidades, alineados con los objetivos corporativos y el compromiso con la sostenibilidad.

1. MODELO DE LAS TRES LÍNEAS (IIA)

Este modelo estructura la gobernanza y gestión de riesgos garantiza una gestión de riesgos coordinada y un gobierno corporativo sólido. Para ello define:

- > **Primera Línea:** Equipos operativos y gerenciales identifican, gestionan y supervisan riesgos.
- > **Segunda Línea:** Funciones especializadas (ej. gestión de riesgos, cumplimiento) supervisan y apoyan controles.
- > **Tercera Línea:** Auditoría Interna proporciona aseguramiento independiente sobre la efectividad del sistema de gestión de riesgos y controles internos.

2. COSO ERM (ENTERPRISE RISK MANAGEMENT)

Este marco integral, basado en COSO ERM, permite identificar, evaluar, gestionar y supervisar riesgos, integrándolos en la toma de decisiones estratégicas y operativas, y alineándolos con los objetivos organizacionales.

3. ISO 31000 (GESTIÓN DEL RIESGO – PRINCIPIOS Y DIRECTRICES)

Este estándar ofrece principios y un marco sistemático, coherente y adaptable para la gestión de riesgos. En Mallplaza adoptamos ISO 31000 para una gestión de riesgos transparente y consistente, mejorando nuestra capacidad de anticipación y mitigación de impactos.

4. TCFD (TASK FORCE ON CLIMATE-RELATED FINANCIAL DISCLOSURES)

En 2025, Mallplaza continuó integrando consistentemente los riesgos de cambio climático en su modelo de gestión de riesgos, alineándose con las recomendaciones TCFD (hoy estándar S2 del ISSB) y adaptándolas a nuestras instancias de gobierno, líneas de reporte, procesos, roles y metodologías. Este marco permite identificar, evaluar y divulgar riesgos y oportunidades climáticas actuales y futuras, contribuyendo a la resiliencia del negocio.

5. NIST (NATIONAL INSTITUTE OF STANDARDS AND TECHNOLOGY) CYBERSECURITY FRAMEWORK

El marco NIST, del Instituto Nacional de Estándares y Tecnología, gestiona y mejora la ciberseguridad con un enfoque basado en riesgos, estructurado en cinco funciones: Identificar, Proteger, Detectar, Responder y Recuperar.

En Mallplaza, aplicamos el marco NIST para fortalecer nuestra ciberseguridad, gestionando integralmente los riesgos tecnológicos y protegiendo activos, datos y operaciones según mejores prácticas globales.

6. ISO/IEC 27001 (SISTEMA DE GESTIÓN DE SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN)

Este sistema establece requisitos para implementar, mantener y mejorar un Sistema de Gestión de Seguridad de la Información (SGSI), asegurando confidencialidad, integridad y disponibilidad. En Mallplaza lo implementamos para controles de seguridad robustos, cumplimiento normativo y protección de información crítica, alineados con estándares globales educativo interactivo sobre la gestión de riesgos.



Gestión de Sostenibilidad y Cambio Climático

NCG 461 3.6.I, 3.6.II, 3.6.III, 3.6.IV, 6.2.VIII | SASB IF-RE-450A.2 | GRI 3-3, 201-2

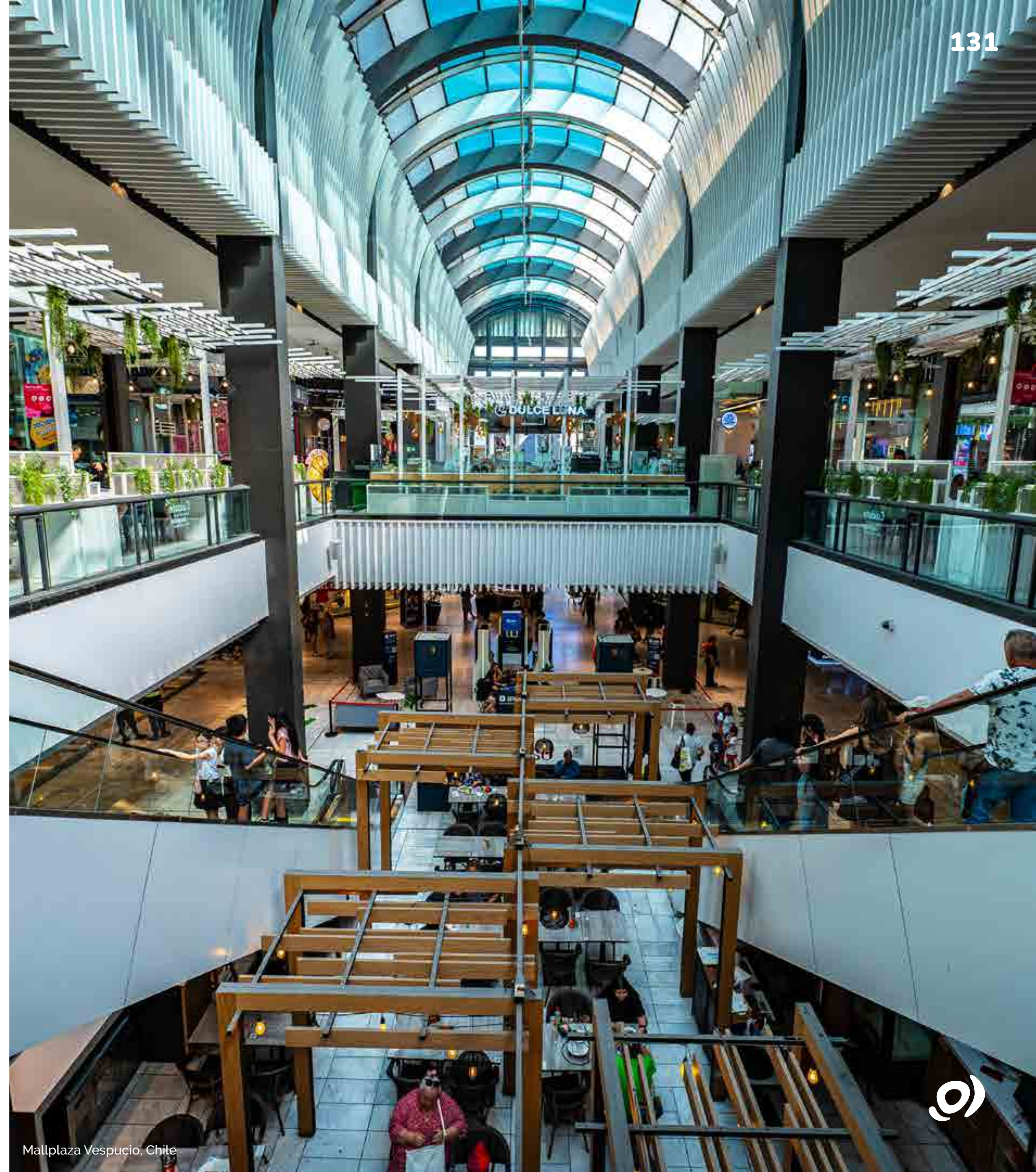
En el ámbito de la sostenibilidad, Mallplaza aplica anualmente el Stakeholder Sustainability Index (SSINDEX) para evaluar riesgos, impactos y oportunidades en las dimensiones ambientales, sociales, económicas y de gobierno corporativo. Los resultados de este índice se analizan transversalmente y se integran en los planes de acción de cada gerencia para asegurar un enfoque coordinado.

Para la gestión específica de los riesgos y oportunidades climáticas, hemos adoptado y estructurado nuestro análisis siguiendo las recomendaciones del Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD). Esta metodología, que constituye la base de la nueva norma IFRS S2 permite:

- > Identificar y evaluar los riesgos físicos (agudos y crónicos) y de transición.
- > Integrar el análisis de escenarios climáticos en nuestra planificación estratégica.
- > Fortalecer nuestra capacidad para mitigar impactos y capitalizar las oportunidades asociadas a la transición hacia una economía baja en carbono.

El uso de este marco asegura que nuestra divulgación de información climática sea robusta, comparable y esté alineada con los más altos estándares internacionales.

Durante el 2025 se actualizaron los riesgos de cambio climático focalizando el análisis en información derivada de modelos climáticos validados por la ciencia para enriquecer los datos y priorizar los riesgos según su probabilidad e impacto inherente. Como resultado de este proceso contamos con un análisis de los riesgos de cambio climático actualizado con base objetiva, incorporando la sensibilidad de cada centro urbano y considerando las diferentes dimensiones de su realidad local. Además, en el transcurso del año continuó el monitoreo a los requerimientos regulatorios existentes y emergentes, con un foco en cambio climático, en los comités desarrollados y en coordinación con la gestión de riesgos de cumplimiento.



Gestión de riesgos de seguridad de la información y ciberseguridad

NCG 461 3.6.I, 3.6.II, 3.6.III, 3.6.IV, 6.2.VIII | GRI 3-3

A partir de nuestra Política General de Seguridad de la Información gestionamos de manera permanente los riesgos y ciberamenazas para reducir la probabilidad de impactos que puedan afectar la infraestructura tecnológica, de datos y seguridad.

Nuestra estrategia de Ciberseguridad y Seguridad de la Información se sustenta en los siguientes principios:

- > Gestionamos la seguridad de la información (confidencialidad, integridad y disponibilidad) mediante procesos, capacitación y tecnologías alineadas con estándares internacionales.
- > Realizamos evaluaciones periódicas de seguridad y análisis de vulnerabilidades para la detección temprana de alertas, prevención y control seguro del acceso a la información (incluyendo plataformas y servicios en Internet).
- > Aseguramos la protección y actualización continua de los controles de seguridad en equipos informáticos para garantizar la integridad y minimizar el impacto de incidentes.

- > Ofrecemos inducciones de seguridad de la información y concientización permanente en ciberseguridad a todos los colaboradores.
- > Establecimos un sistema de gobernanza y reportería enfocado en la gestión de datos y seguridad de la información con una hoja de ruta alineada con la estrategia organizacional.

Estas directrices y prácticas reafirman el compromiso de Mallplaza con una gestión de riesgos y controles internos robusta, integral y en línea con las mejores prácticas internacionales para proteger nuestra operación y reputación, y fortalecer nuestra capacidad para generar valor sostenible para nuestros grupos de interés.

Durante el 2025 trabajamos en la anticipación proactiva de los riesgos, protegiendo nuestros activos de información con un enfoque integral y dinámico. Los esfuerzos se concentran en cinco ejes clave:

1. Identificación oportuna de amenazas y vulnerabilidades
2. Tecnología de protección robusta y actualizada
3. Detección avanzada a través de monitoreo continuo y análisis predictivo
4. Gestión de crisis y respuesta rápida ante incidentes
5. Recuperación y fortalecimiento post incidentes, garantizando la resiliencia de nuestros sistemas

Además, Mallplaza llevó a cabo una actualización integral de su Política General de Seguridad de la Información, evolucionando hacia la versión 2.0 con el objetivo de alinear la gestión corporativa a los más recientes estándares internacionales, tales como NIST CSF 2.0 e ISO 27001:2022. Esta actualización robustece la estructura de gobernanza mediante la incorporación del Comité de Gobierno de Datos y Seguridad de la Información y redefine roles tácticos para una supervisión más efectiva. Asimismo, la política integra nuevos dominios de control enfocados en la ciberseguridad activa, la inteligencia de amenazas y la gestión de incidentes, garantizando así la resiliencia operacional y la protección de los activos críticos de la compañía ante un entorno digital dinámico.

Porcentaje de la infraestructura de TI y el sistema de gestión de seguridad de la información certificados		
	2025	2024
Chile	100%	75%
Perú	100%	75%
Colombia	100%	75%
Regional	100%	75%

Capacitaciones en ciberseguridad

Con un enfoque sólido en la actualización sobre las últimas tendencias y buenas prácticas del sector, se realizan inducciones y un programa de concientización permanente a todos los colaboradores.

Esta estrategia de capacitación continua se despliega desde el ingreso de nuevos talentos y se mantiene para todos los colaboradores a través de boletines con recomendaciones contingentes, webinars prácticos sobre comportamiento digital y diversas actividades en el marco de Semana de la Ciberseguridad, a nivel interno y en coordinación con el Grupo Falabella. Durante el 2025, destacamos las siguientes iniciativas:

1. **Inducción y Onboarding:** Entrega de consejos de seguridad críticos para el 100% de los nuevos colaboradores.
2. **Campaña "Viva Engage":** Difusión de 24 comunicados especializados (dos menciones mensuales) para mantener la vigilancia operativa.
3. **Entrenamiento Práctico:** Desarrollo de 4 ejercicios de Ethical Phishing cada trimestre, logrando una participación del 100% de la dotación.
4. **Formación Ejecutiva:** Asesoría especializada en ciberseguridad diseñada exclusivamente para la plana de ejecutivos C-Level.
5. **Semana de la Ciberseguridad:** Desarrollo de un webinar central con asistencia de un 20%.
6. **10 intervenciones presenciales** en diversos centros urbanos y Casa Matriz, alcanzando al 37% de los colaboradores.



IV. 3. B

Principales riesgos

NCG 461 3.6.IV, 6.2.VIII | GRI 3-3, 403-2, 403-9, 403-10

RIESGOS OPERACIONALES

Daños en infraestructura que afectan la continuidad operacional o personas

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

En la conducción de nuestros negocios operamos diversas instalaciones físicas. Estas instalaciones, bienes y activos, están sujetos a la ocurrencia de eventos que podrían perjudicar su operatividad, como incendios, inundaciones y otros tipos de desastres naturales o eventos dañinos. Algunos de estos eventos y sus efectos, son susceptibles de ser controlados o contenidos. El daño a nuestras instalaciones podría inhabilitarlas temporal o permanentemente, lo que podría resultar en pérdidas económicas, dependiendo del alcance del evento y de la cobertura de las pólizas de seguros contratadas. Los daños a las personas que asisten a nuestras instalaciones, sean clientes, trabajadores, proveedores, contratistas u otros, podrían dar lugar a impactos legales, económicos y reputacionales en la compañía.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Monitoreo de sistemas de protección de incendios
- > (detección, extinción y audio evacuación).
- > Mantenciones preventivas y correctivas.
- > Planes de emergencia.
- > Monitoreo de vigencia de seguros de obra y operación.
- > Cobertura de Seguros Instalaciones.

Accidentes y/o enfermedades

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Eventos políticos, demográficos, socioeconómicos, condiciones inseguras que generen accidentes y/o enfermedades en nuestras instalaciones o eventos de salubridad, tales como pandemias o epidemias, entre otros, podrían afectar la cantidad de trabajadores disponibles necesarios para nuestros negocios, impactando en la operación y calidad de servicio, afectando la rentabilidad de los negocios con mayor demanda de trabajadores.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Inspecciones del Comité Paritario (planeadas y no planeadas).
- > Monitoreo de actividades de entrenamiento de seguridad laboral (inducciones y talleres).
- > Revisión de las condiciones de seguridad (bloqueo de salidas de emergencias y señaléticas).
- > Revisión de brigadas de emergencia (capacitados y conformados).
- > Monitoreo de Riesgos Psicosociales (levantamiento)
- > Revisión de entrega de EPP.

Incapacidad para atraer y/o retener talentos

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Para superar las expectativas de nuestros clientes debemos contar con personas altamente calificadas y comprometidas en todas las áreas de la organización. Nuestra gestión de talentos puede verse impactada por una creciente competencia en la atracción de talento digital, potenciales cambios legislativos que impacten los salarios o jornadas laborales, cambios demográficos, movimientos inesperados en la tasa de empleo, entre otros factores, impactando en la operación, calidad de servicios y afectando la rentabilidad de los negocios.

GESTIÓN Y/O MITIGACIÓN

- > Programa de formación.
- > Plan de compensaciones.
- > Programa de atracción de talentos.
- > Monitoreo de procesos desarrollo y retención.
- > Programa de beneficios y cultura.
- > Encuesta de Cultura.
- > Evaluación de desempeño.

Conflictos con la comunidad

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Cada vez es más importante prestar atención a las necesidades y requerimientos de la comunidad en donde desarrollamos nuestras operaciones y negocios, ya que un inadecuado proceso con la comunidad podría generar externalidades negativas, impactando el desempeño de nuestros negocios.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Monitoreo Plan de Relacionamiento con Comunidades(operación).
- > Monitoreo Plan de Relacionamiento con Comunidades (compra y/o construcción).
- > Monitoreo Compromisos Ambientales.
- > Evaluación gestión centros urbanos - Comunidades.
- > Monitoreo de Gestión de Reclamos.
- > Monitoreo Redes Sociales.
- > Monitoreo de emisiones de ruido.

Tendencias emergentes en seguridad que impacten la integridad de nuestros clientes, proveedores y/o colaboradores

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Es prioritario abordar la evolución de las amenazas en materia de seguridad que podrían afectar el bienestar de nuestros clientes, colaboradores y proveedores en nuestras instalaciones. Estas nuevas tendencias plantean desafíos considerables para la seguridad de nuestras operaciones en los diversos entornos geográficos y culturales en los que estamos presentes, exigiéndonos adoptar nuevas estrategias en la materia.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Rondas de seguridad perimetral.
- > Cumplimiento de medidas de seguridad en dependencias físicas.
- > Validación certificación de guardias.
- > Monitoreo de sistemas de vigilancia (CCTV).

Operar sin los permisos existentes y/o vencimiento de estos

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Revocaciones o errores en las renovaciones de los permisos ambientales, permisos de edificación, patentes comerciales, entre otros, teniendo como consecuencia la clausura.

GESTIÓN Y/O MITIGACIÓN

- > Centralización de permisos
- > Revisión de pagos de patentes ante cada municipalidad.
- > Monitoreo y control de vigencia en permisos y autorizaciones para asegurar la continuidad operacional.



RIESGOS DE TECNOLOGÍA Y SEGURIDAD DE LA INFORMACIÓN

Riesgo de seguridad de la información

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Enfrentamos el riesgo de que terceros traten de vulnerar nuestros sistemas, o los sistemas de nuestros proveedores tecnológicos, para acceder a información confidencial de la compañía, clientes o proveedores, o con el propósito de interrumpir, tomar control, inutilizar, alterar o destruir el entorno y/o infraestructura tecnológica. Una vulneración de los sistemas de seguridad de la información podría dañar gravemente la reputación de la compañía e impactar en nuestros futuros ingresos.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Cumplimiento de seguridad en Cloud Azure.
- > Cumplimiento de seguridad en Cloud GCP.
- > Dominios Hardenizados en Cloudflare.
- > Nivel de Adherencia a Estándar PCI-DSS.
- > Servidores Unix deprecados con Deep Security.
- > Servidores Windows deprecados con Deep Security.
- > Usuarios no vulnerables a phishing (Nivel 2).
- > Capacitación de usuarios críticos vulnerables a phishing (nivel 2).
- > Cuentas de servicios con rotación de “keys” en Azure.
- > Cuentas de servicios con rotación de “keys” en GCP.
- > Tasa de Remediación de Vulnerabilidades Altas y Críticas

Fallas/caídas de sistemas claves

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Todos nuestros negocios utilizan sistemas y tecnologías de información para distintos procesos claves operacionales, ya sea ubicados en nuestras instalaciones o entregados por proveedores. Una falla o debilidad en algún sistema crítico podría interrumpir algunos de estos procesos, afectando potencialmente nuestras operaciones.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Monitoreo, Notificación y Gestión de Eventos.
- > Recuperación de Servicios TI (DRP).

Obsolescencia tecnológica

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

La velocidad significativa de los cambios tecnológicos impacta constantemente en nuestros sistemas y en la infraestructura en la que ellos operan. La gestión de la obsolescencia considera la incorporación oportuna de nuevas herramientas, adaptándose a los cambios tecnológicos y los nuevos estándares de la industria. De lo contrario, podría impactar en los procesos de transformación digital de la compañía y afectar la atención de nuestros clientes.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Informe de Obsolescencia.
- > Priorización de sistemas.
- > Continuidad del Negocio.
- > Deep Security.

RIESGOS DE CUMPLIMIENTO

Nuevas normativas o cambios normativos más exigentes

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Realizamos nuestras actividades en distintos países que cuentan con contextos legales y regulatorios, los cuales podrían cambiar en el futuro y/o aumentar sus exigencias, limitando o restringiendo los modelos de negocio desarrollados, aumentando los costos y afectando la rentabilidad y viabilidad.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Monitoreo Legislativo.
- > Reporte regulatorio al Directorio.
- > Revisión de actualización de normativa – programas.
- > Monitoreo regulación tributaria.
- > Reporte regulatorio al Directorio de la unidad de negocio.

Comportamiento inapropiado hacia clientes, colaboradores o terceros

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Conductas inapropiadas hacia clientes, colaboradores o terceros, por ejemplo: tratos discriminatorios, malos tratos, acoso, entre otros.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Participación en instancias de entrenamiento programas de cumplimiento.
- > Procedimiento de Seguridad del Cliente.
- > Participación en instancias de entrenamiento e-learning ética.
- > Canal de Integridad.

Incumplimiento de normativas y/o regulaciones

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Incumplimiento de leyes y reglamentos específicos de los entornos en los que operamos, lo que podría afectar negativamente nuestra reputación, posición en el mercado o nuestro negocio y desempeño financiero.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Gestión de conflictos de intereses anuales declarados.
- > Gestión de conflictos de intereses actuales.
- > Due diligence a terceros.
- > Recopilación de Antecedentes para Due diligence a terceros.
- > Participación en instancias de entrenamiento programas de cumplimiento.
- > Participación en instancias de entrenamiento a investigadores.
- > Cláusulas de cumplimiento.
- > Minuta de reuniones con funcionarios públicos.
- > Contrato de Donación.
- > Canal de Integridad.
- > Participación en instancias de entrenamiento e-learning
- > ética.



Proveedores o sellers con prácticas no conformes o poco ética

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Exposición a establecer relaciones comerciales con proveedores o socios que no cumplan con los requisitos legales, regulatorios, políticas internas o estándares éticos, de calidad, seguridad, sostenibilidad o responsabilidad social.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Proceso de creación y validación de proveedores (VPF)
- > Recopilación de Antecedentes para Due diligence a terceros
- > Revisión de proveedores por parte de SII
- > Revisión de contratos

Incongruencia entre lo declarado y lo ejecutado en materia de ESG

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Tenemos una oportunidad de diferenciarnos y aportar en los diferentes frentes ESG. Sin embargo, nuestro compromiso con estos temas nos hace enfrentar el riesgo de ser inconsistentes al ejecutar nuestros procesos, por lo que es primordial monitorear y gestionar los avances de cada compromiso asumido versus nuestros procesos internos.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Monitoreo de capacitación sobre Manual de Comunicaciones.
- > Revisión de compromisos ESG.
- > Revisión de planes de trabajo de compromisos.
- > Monitoreo de los compromisos vigentes.
- > Aprobación de compromisos por parte del Gerente General.

RIESGOS FINANCIEROS

GRI 3-3

Riesgos Financieros

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Nuestra situación financiera y nuestros resultados operacionales dependen de las condiciones económicas, impactadas por diversos factores externos. Debido a esto, estamos expuestos a:

1. Riesgo de tipo de cambio: En el pasado, el peso chileno y el resto de las monedas de los países en los que operamos han estado sujetas a grandes devaluaciones y apreciaciones, y podrían estar sujetas a fluctuaciones significativas en el futuro. Adicionalmente, las fluctuaciones en los tipos de cambio de las distintas monedas con respecto al peso chileno, pueden afectar el valor de nuestra inversión neta en el extranjero.

2. Riesgo de inflación: El aumento de la inflación a nivel global y en los países en los que operamos, podría generar un impacto negativo en la rentabilidad de nuestros negocios, sobre todo al tener que operar en un escenario distinto al acostumbrado.

3. Riesgo de tasa de interés: Corresponde a la exposición a pérdidas ocasionadas por cambios adversos en las tasas de interés de mercado, y que podrían verse afectadas por eventos políticos y económicos a nivel global, regional o local, impactando negativamente en nuestros costos y gastos.

4. Riesgo de liquidez: Es la brecha temporal existente entre los flujos de efectivo por pagar y por recibir, generando una escasez repentina o inesperada de fondos en nuestros negocios, impactando en un incremento de costos para mantener nuestra operación.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Política de cobertura.
- > Operaciones de derivados.
- > Deuda en moneda local (política de financiamiento).
- > Deuda financiera indexada a inflación.
- > Deuda financiera a tasa de interés fija.
- > Monitoreo de niveles de efectivo y equivalente a efectivo.

Riesgo de Crédito

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Nuestra situación financiera y nuestros resultados operacionales dependen de las condiciones económicas, impactadas por diversos factores externos. Debido a esto, estamos expuestos al riesgo de crédito que es la posibilidad de incurrir en una pérdida asociada al evento de que la contraparte no cumpla con sus obligaciones contractuales (riesgo de impago).

GESTIÓN Y/O MITIGACIÓN

- > Políticas cobranza y garantías.
- > Monitoreo de indicadores de crédito.



RIESGOS ESTRATÉGICOS

Escenario político y económico incierto

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Como resultado de guerra entre países, cambios de gobiernos, pandemias o recesión económica, el escenario político y económico donde operamos se vuelve incierto, afectando los niveles de inflación y empleo, exponiéndonos a legislaciones más restrictivas, aumentando los costos de operación, y disminuyendo la expectativa de crecimiento del país en cuestión.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Reporte de estudio económico.
- > Reporte de escenario político y social.
- > Estudio de variables macroeconómicas (Encuadre Macro Forecast).
- > Actualización del escenario económico.

Servicios entregados entre compañías del grupo deficientes (funcionamiento del ecosistema)

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Los servicios que entregamos entre compañías de las empresas Falabella nos hacen tener grandes oportunidades de eficiencia y sinergias entre ellas, pero también nos hace enfrentar riesgos asociados a la entrega de estos servicios, como no entregarlos a tiempo, con errores o generando duplicidad de tareas en el caso de no estar bien alineados o tener una falta de gobierno.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Generación de contrato entre compañías.
- > Monitoreo de cumplimiento de SLA (*Service Level Agreement* - Acuerdo de Nivel de Servicio).

Pérdida de atraktividad comercial para socios comerciales

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Exposición a aumentos en los niveles de vacancia de socios comerciales y a cambios en los patrones y preferencias de consumo de los clientes, que podrían afectar la demanda y la sostenibilidad del modelo de negocio.

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Gestión del vacancy
- > Estrategia comercial
- > Revisión de resultados de la estrategia de Mallplaza (PVR)
- > Informe de indicadores y hoja de ruta Malls Regional
- > Gestión de contratos
- > Estudios e Investigación

RIESGOS CAMBIO CLIMÁTICO

SASB IF-RE-450A.2

Cambio Climático

DESCRIPCIÓN DEL RIESGO

Riesgo de que los efectos del cambio climático generen desastres naturales que afecten la continuidad operacional y/o aumenten los costos en la cadena de valor: Es el riesgo potencial que nos expone a impactos desfavorables sobre personas, activos físicos y sectores económicos producto de la ocurrencia de condiciones climáticas adversas. Estos pueden ser riesgos físicos (asociados con una disrupción de las actividades de negocio producto de eventos climáticos, o cambios de largo plazo en los patrones de clima) y de transición (que surgen de la transformación hacia una economía baja en carbón).

GESTIÓN O MITIGACIÓN

- > Revisión de disponibilidad de respaldos de agua y energía eléctrica.
- > Monitoreo de temperatura ambiente en espacio común.
- > Revisión del nivel de cumplimiento del plan de capacitaciones relacionadas a altas temperaturas extremas.
- > Verificación protocolo ante condiciones climáticas - altas temperaturas.
- > Revisión de la disponibilidad y mantenimiento de los sistemas de ventilación y climatización de espacios comunes.



Mallplaza Cali, Colombia



IV. 3. C

Riesgos emergentes

NCG 461 3.6.IV, 6.2.VIII | GRI 3-3

Los riesgos emergentes son una fuente de incertidumbre que ha aparecido y cambiado notablemente en los últimos años, con la capacidad de impactar significativamente los objetivos y el desempeño de nuestra organización. Estos riesgos pueden originarse por diversos elementos, incluyendo cambios en el entorno, nuevas dinámicas de mercado, progresos tecnológicos y factores socioeconómicos.

A. USO INAPROPIADO DE LA INTELIGENCIA ARTIFICIAL (IA)

La implementación de soluciones basadas en IA sin una gobernanza y controles adecuados expone a la organización a decisiones automatizadas sesgadas, violaciones de privacidad, incumplimientos regulatorios y un potencial daño reputacional. Se han identificado tres aspectos críticos para el Grupo

- > Gestión de datos y privacidad: Controles robustos para proteger la información y la confianza del cliente.
- > Continuidad operacional: Integración de IA que fortalezca la resiliencia y calidad del servicio.
- > Gobernanza: Marco estructurado para roles, responsabilidades y procesos, asegurando decisiones informadas y un uso ético conforme a la regulación.

En respuesta a estos desafíos, estamos implementando un programa que equilibra la innovación tecnológica con una gestión prudente de riesgos. Este incluye el trabajar con habilitadores para fortalecer nuestros controles:

- 1. Fortalecimiento del marco regulatorio y de seguridad:**
 - > Desarrollo de políticas y estándares de seguridad, legales, éticos y de riesgo.
 - > Publicación de la norma de uso aceptable de GenAI.
 - > Implementación de controles automatizados para asegurar el cumplimiento de esta norma.
 - > Definición de un estándar de uso para desarrolladores.
- 2. Habilitación de un ecosistema tecnológico controlado:**
 - > Disponibilidad de herramientas y dominios tecnológicos seguros.
 - > Creación de un catálogo de soluciones de GenAI para el grupo.
 - > El objetivo es desplegar soluciones aprobadas y alineadas con la estrategia corporativa.

- 3. Establecimiento de un modelo de gobierno y operativo sólido:**
 - > Definición de un marco de gobernanza claro que establece roles, procesos y lineamientos.
 - > Aseguramiento de la coordinación con los negocios a través de mesas de trabajo.
 - > Designación de focales para definir lineamientos e impulsar la implementación gradual en todos los niveles y negocios.
- 4. Impulso a la cultura de adopción responsable:**
 - > Fortalecimiento de la cultura organizacional orientada al uso responsable de la IA.
 - > Fomento de la colaboración y el fortalecimiento de capacidades, alineados a los estándares corporativos.
 - > Garantía de Sponsorship en la estrategia a través de capacitaciones al equipo de Top Management.

Estas acciones aseguran que la adopción de IA en Mallplaza se realice de manera ética y alineada con los objetivos estratégicos, minimizando riesgos y potenciando la innovación.



B. INCAPACIDAD PARA INNOVAR EN PRODUCTOS, SERVICIOS Y PROCESOS

La incapacidad de innovar —en productos, servicios, modelos de negocio o procesos operativos— constituye un riesgo crítico. Este riesgo impacta directamente la capacidad de la organización para adaptarse a cambios en las preferencias del consumidor, tecnologías emergentes y presiones competitivas.

La raíz de esta falta de innovación puede encontrarse en limitaciones de recursos, una cultura organizacional rígida, capacidad tecnológica insuficiente, o fallas en la visión del negocio y la toma de decisiones estratégicas. A mediano o largo plazo, la consecuencia de este riesgo se traduce en una pérdida de competitividad, disminución de la participación de mercado y afectación de la rentabilidad.

En el proceso de actualización de los riesgos de este año, en conjunto con la Gerencia Corporativa de Riesgos y Controles Internos de Falabella, se decidió incorporar como riesgo emergente de alto nivel principalmente por la velocidad de obsolescencia, el cambio en la naturaleza de la competencia, la fractura del modelo de negocio por factores exógenos como la crisis climática (ESG) y el cambio generacional (Gen Z).

- Para gestionar este riesgo, Mallplaza implementa las siguientes acciones clave:
- > Actualización continua de procesos formativos: Se mantiene un programa permanente de capacitaciones y desarrollo para colaboradores, orientado a fortalecer sus competencias digitales, tecnológicas y de innovación, asegurando que el talento interno esté alineado con las tendencias y avances de mercado.
 - > Estrategia clara y dinámica de innovación: Contamos con un portafolio de iniciativas tecnológicas y de innovación que apalancan proyectos con impacto tangible en la propuesta de valor y en la eficiencia operativa.
 - > Cultura organizacional orientada a la innovación: Se fomenta un ambiente que promueve la experimentación, la colaboración transversal y la agilidad en la toma de decisiones, facilitando la adopción de nuevas tecnologías y modelos de negocio.
 - > Inversión estratégica: Se priorizan recursos para la incorporación de tecnologías emergentes, como inteligencia artificial, automatización y plataformas digitales, que potencian la experiencia al cliente y optimizan procesos internos.
 - > Gobernanza y seguimiento: La gestión de la innovación está integrada en la estructura de gobierno corporativo, con seguimiento periódico de avances, resultados y riesgos asociados, asegurando la alineación con los objetivos estratégicos y la sostenibilidad del negocio.

C. INADECUADA RECOLECCIÓN Y TRATAMIENTO DE DATOS PERSONALES

Prácticas deficientes en la administración y protección de datos personales de clientes, exacerbadas por un entorno regulatorio más exigente, el aumento de ciberamenazas y la aceleración digital. Los impactos potenciales de este riesgo incluyen multas, litigios, daño reputacional y la pérdida de confianza del cliente, con un potencial impacto material en los objetivos estratégicos.

En Chile, este riesgo ha adquirido mayor relevancia debido a la publicación de la Ley N°21.719, el incremento de las ciberamenazas y la aceleración de la transformación digital en el retail. A esto se suma la creciente sensibilidad social y regulatoria respecto a la privacidad y el uso de datos personales, lo que lo convierte en una fuente de impacto material en los objetivos estratégicos y la sostenibilidad del negocio. Su naturaleza dinámica y la velocidad de cambio tecnológico lo posicionan como un riesgo emergente que requiere monitoreo y adaptación continua.

Durante el año 2025 se avanzó en la implementación del plan director, centrado en abordar las brechas identificadas en: gobernanza de privacidad, tratamiento y consentimiento, derechos de los titulares y controles de protección de datos. Este trabajo continuará durante el 2026, complementándose con capacitaciones permanentes sobre normativa de protección de datos y privacidad dirigidas a los equipos clave.

Adicionalmente, el riesgo asociado a la protección de datos se integró al Modelo Corporativo de Gestión de Riesgos. Esto implica un monitoreo constante por parte de la segunda línea de defensa y la elaboración de reportes periódicos para los distintos comités. Se han definido y se monitorearán los principales controles que deben implementarse tanto a nivel corporativo como en cada una de las líneas de negocio.



IV. 4

Relación con los inversionistas

Para mantener y fortalecer relaciones estratégicas y de confianza con los inversionistas y el mercado, el Directorio de Mallplaza cuenta con una serie de definiciones en manuales y políticas que buscan asegurar un trato justo y libre de conflictos.

En relación al trato justo entre accionistas mayoritarios y minoritarios, el Directorio cuenta con el Manual de Manejo de la Información de Interés para el Mercado, el cual establece que la información "esencial" y de "interés" debe ser comunicada de manera simultánea a todo el mercado. Esto evita que los accionistas mayoritarios tengan acceso privilegiado a datos que puedan afectar el valor de la acción antes que los minoritarios.

Esto se refuerza a través del uso de los canales oficiales como es la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) para difundir hechos relevantes, asegurando que cualquier inversionista, sin importar su porcentaje de propiedad, reciba la misma información al mismo tiempo.

Mallplaza cuenta con una Política de gestión de conflictos de interés específica que define cómo se debe actuar para mantener un actuar leal y transparente frente a temas que son de impacto para la compañía, sus accionistas y colaboradores:

- > **Abstención de voto:** Si un Director tiene un conflicto de interés en una materia específica, tiene el deber legal y ético de abstenerse de participar en la deliberación y votación de dicho asunto.
- > **Resolución por el Directorio:** Cuando el conflicto involucra a un Director, la resolución debe ser tomada por el Directorio en su conjunto (con la abstención del afectado), informando además a la Gerencia de Ética sobre la resolución adoptada.
- > **Declaraciones periódicas:** Los directores y ejecutivos principales deben realizar declaraciones de intereses para identificar proactivamente posibles vínculos que puedan nublar su juicio profesional.

El Manual de Manejo de la Información de Interés para el Mercado prohíbe estrictamente a los Directores y ejecutivos utilizar información no divulgada al mercado para obtener beneficios personales o para terceros. Se establecen "periodos de bloqueo" y prohibiciones de transar valores de la compañía antes de la publicación de resultados financieros.

En el caso de Transacciones con Partes Relacionadas (OPR) deben ajustarse a lo establecido en la Ley de Sociedades Anónimas y realizarse en condiciones de mercado (precios y términos similares a los que se pactarían con terceros).

Mallplaza publica semestralmente un Reporte de Operaciones con Partes Relacionadas y cuenta con una "Política de Habitualidad" (actualizada en 2024) regulándose qué materias deben ser revisadas por el Comité de Directores y/o por el Directorio.



Comunicación eficiente y oportuna

NCG 461 3.7.I, 3.7.II | GRI 3-3

La relación de Mallplaza con sus inversionistas y el mercado se basa en una comunicación veraz, eficiente y oportuna sobre nuestra gestión en materias económicas, ambientales, éticas y sociales. Este enfoque nos ha permitido construir relaciones con inversores actuales y potenciales destacando en nuestras comunicaciones las oportunidades de inversión en Mallplaza.

Contamos con un sitio web público para todos los inversionistas donde pueden acceder a información de Mallplaza, aquella normativa —Hechos Esenciales y Estados Financieros— y además incluimos otros temas complementarios que les permita a los inversionistas evaluar integralmente los activos de la compañía, su desempeño financiero, así como también noticias sobre los últimos acuerdos con otras empresas, avances en sostenibilidad, entre otros.

Asimismo, realizamos visitas a terrenos con los inversionistas, especialmente a los centros urbanos Tier A, para que puedan conocer en directo las transformaciones que hemos desarrollado en nuestros activos y la concreción de cada proyecto que nos hemos planteado. Complementariamente,

se realizan conferencias telefónicas y/o digitales abiertas además de reuniones con analistas e inversionistas y se comparte vía e-mail todas las noticias e información relevante de nuestro negocio.

Nuestros procesos de comunicación ponen especial énfasis en el cumplimiento de la Norma 461 de la Comisión del Mercado Financiero de Chile, junto con considerar otros índices relevantes para inversores, como el DJSI (Dow Jones Sustainability Index) y MSCI ESG (Morgan Stanley Capital International). Esto nos permite asegurar una evolución constante y alineada con las mejores prácticas, reforzando nuestro compromiso con la transparencia y la confiabilidad en nuestras comunicaciones al mercado.

Preocupados por mantener una relación transparente y directa, disponemos de canales de comunicación para los inversionistas, los cuales sirven para resolver dudas o realizar denuncias, tales como el Canal de Integridad, el correo electrónico (inversionistas@mallplaza.com), el teléfono corporativo y el mismo equipo de Relación con Inversionistas.



Investor Day, Mallplaza Vespucio



Junta de Accionistas, Mallplaza Norte

CAPÍTULO V

Desempeño social



V. 1.

Personas que hacen posible Mallplaza

GRI 401-2, GRI 401-3, GRI 3-3

Durante 2025 consolidamos una nueva forma de entender la gestión de personas, reconociendo a nuestros colaboradores como un habilitador clave para el cumplimiento de nuestro propósito y la ejecución de la estrategia de negocio. Esta mirada, impulsada por la nueva Gerencia de Personas y Cultura posiciona a los colaboradores como una palanca central para el desempeño del negocio, la sostenibilidad de largo plazo y la coherencia cultural en los distintos países donde operamos.

En un contexto marcado por el crecimiento sostenido, la expansión regional y la diversificación de nuestro portafolio, la gestión de personas evolucionó desde un enfoque predominantemente operativo hacia una agenda estratégica, con impacto directo en los resultados del negocio y estrechamente vinculada a la construcción de una cultura común y a la integración de la dimensión social en la toma de decisiones. Esta evolución se tradujo en una gestión orientada al desarrollo de capacidades, al fortalecimiento del liderazgo, a la promoción del bienestar integral y a la consolidación de una experiencia de colaborador alineada con la ambición del negocio y nuestros valores.

Nuestra dotación

NCG 461 5.1.1

En 2025, la dotación regional de Mallplaza alcanzó 758 colaboradores a nivel regional de los cuales 403 son mujeres y 355 hombres.

Dotación por género (Regional)

	2025				2024			
	Unidad	Hombres	Mujeres	Total	Unidad	Hombres	Mujeres	Total
Total	N°	355	403	758	N°	322	362	684
	%	47%	53%	100%	%	47,1%	52,9%	100%



V. 1. A

Personas como habilitador de la estrategia

GRI 401-2, GRI 401-3, GRI 3-3

Durante 2025 reforzamos el acompañamiento al negocio desde la Gerencia de Personas y Cultura integrándonos de manera anticipada a los procesos de toma de decisiones estratégicas. Este enfoque nos permitió incorporar sistemáticamente la dimensión Personas en la definición de iniciativas que impactan la operación, el crecimiento y la eficiencia, con una mirada integral y basada en datos.

Asimismo, fortalecimos el rol del liderazgo en todos los niveles de la organización, promoviendo estilos de conducción coherentes con nuestros valores y con la experiencia que buscamos ofrecer tanto a colaboradores como a visitantes y comunidades. En paralelo, avanzamos en la implementación de prácticas comunes que alinean la gestión de personas en los distintos países, respetando las particularidades locales y asegurando una identidad cultural compartida.

Esta transformación parte de una convicción clara: para ejecutar nuestra estrategia de crecimiento y capturar todo su potencial, necesitamos una organización preparada para escalar, con estructuras más simples, talento de alto desempeño y una experiencia de colaborador alineada con la ambición del negocio.

Pilares estratégicos de la gestión de Personas

Nuestra estrategia de Personas 2025 se estructura sobre tres pilares centrales:

> Organización:

Orientado a consolidar una organización integrada, flexible y de alto desempeño, capaz de acompañar el crecimiento en la Región. Este pilar impulsa un diseño organizacional más simple, ágil y eficiente, apoyado en equipos multidisciplinarios y en el uso de tecnología e inteligencia artificial para automatizar procesos transaccionales y redirigir capacidades hacia actividades de mayor valor agregado.

> Talento:

En Mallplaza, creemos que el talento es el motor que impulsa nuestra agilidad y capacidad de transformación. Por eso, trabajamos en atraer, integrar y potenciar a equipos excepcionales en toda la región, fortaleciendo la sucesión en roles estratégicos y preparando a nuestros colaboradores para los desafíos del futuro. Durante el 2025 profundizamos nuestras iniciativas de formación y desarrollo en capacidades críticas, alineándolas con la visión de largo plazo de la compañía. Esto nos permitió generar mayores sinergias, elevar de manera significativa la productividad y contar con una gestión más consciente de su impacto directo en los resultados del negocio, gracias a un monitoreo continuo que evidencia cómo cada acción contribuye al crecimiento de Mallplaza..

> Experiencia del colaborador:

Nuestra experiencia del colaborador evoluciona hacia una dimensión estratégica que integra el bienestar integral con la adopción de nuevas tecnologías (IA), permitiendo que cada talento sea protagonista de la transformación regional. Basamos nuestra propuesta de valor en la personalización y en un liderazgo que alcanzó un 88% de aprobación, actuando como el principal motor de nuestra cultura..



En este camino reconocemos que una propuesta homogénea ya no responde a la diversidad de roles, expectativas y trayectorias presentes en la organización. Tomamos el desafío de cerrar la brecha entre la promesa de nuestra marca empleadora y la experiencia cotidiana, fortaleciendo oportunidades de desarrollo, reconocimiento, bienestar y propósito compartido. Esta nueva propuesta se apoya en promover un liderazgo cercano e inspirador, en ofrecer oportunidades de aprendizaje y crecimiento, beneficios y programas de bienestar físico, mental y financiero, y en apalancarnos en el uso de tecnología y data para personalizar la experiencia y simplificar procesos. Como habilitadores transversales de esta estrategia, la transformación digital y la cultura cumplen un rol central, permitiendo fortalecer una organización adaptable, colaborativa y preparada para el cambio.

La gestión de personas se consolida como un eje estratégico de Mallplaza, habilitando una organización preparada para escalar, innovar y seguir creando valor, con las personas como el principal motor de la estrategia de largo plazo.

Este liderazgo es clave para consolidar una empresa y una marca sostenible, rentable y querida en los distintos mercados donde operamos. Al mismo tiempo, la tecnología se consolida como la palanca de la ejecución de nuestra estrategia, permitiéndonos garantizar la excelencia, los altos estándares

res y las eficiencias en cada área que gestionamos, fortaleciendo una organización preparada para escalar y crear valor de manera consistente en el tiempo.

Los resultados de la Encuesta de Cultura 2025 muestran un liderazgo sólido, con altos niveles de participación y un indicador de liderazgo que se consolida como el principal activo para movilizar la estrategia en un contexto de cambio.

ENCUESTA DE CULTURA 2025:
LIDERAZGO SÓLIDO SOSTENIENDO LA TRANSFORMACIÓN
Obtuvimos un 93% de participación (+3pp Encuesta Cultura 2024)

Resultados principales indicadores



El Liderazgo (88%) se consolida como el activo principal para apalancar la estrategia y navegar esta transición hacia el fortalecimiento de la cultura.

Esta transformación debe permear a toda la compañía. Este es el cambio principal de esta etapa. No es un ejercicio aislado ni de corto plazo: nos proyectamos como una transformación estructural que impacta a toda la organización y que sentará las bases para capturar el crecimiento futuro de manera sostenible, rentable y coherente con nuestra identidad.



Desde la nueva mirada, la gestión de personas deja de ser una función de apoyo para convertirse en un motor de transformación organizacional, alineado con el propósito corporativo y con los desafíos estratégicos del negocio. La estrategia se proyecta como una plataforma común que articula cultura, liderazgo, capacidades y experiencia del colaborador, permitiendo avanzar hacia una organización más integrada, ágil y preparada para el crecimiento regional.



V. 1. B.

Atracción, contratación y rotación

NCG 461 5.8.I, 5.8.II, 5.8.IV, GRI 3-3

En Mallplaza, las personas son el motor que impulsa nuestro propósito, nuestra agilidad y nuestra capacidad para construir futuro. Durante 2025 dimos un paso decisivo hacia un modelo de gestión de talento más estratégico, integrado y orientado al desarrollo de capacidades que fortalecen nuestro crecimiento sostenible en toda la región.

Durante 2025, Mallplaza registró 222 nuevas contrataciones y 201 egresos, cerrando el año con una dotación de 758 personas (desde 684 al 1 de enero). La tasa de rotación total fue de 0,278779, con una rotación voluntaria de 0,083218 y rotación involuntaria de 0,195562 (según metodología informada en los Anexos).

Adicionalmente, se registraron 83 movimientos de contratación interna (movilidad) durante el año.

Desarrollo, aprendizaje y formación de colaboradores

Como parte de nuestra estrategia de Personas, durante 2025 fortalecimos una gestión estructurada del desarrollo y capacitación de nuestros colaboradores, orientada a asegurar el aprendizaje continuo, la actualización de capacidades y la preparación de talento para los desafíos actuales y futuros del negocio.

Además, dimos un paso estratégico hacia la integración de la inteligencia artificial como un eje diferenciador para el desarrollo de los profesionales, implementando talleres y casos de uso reales para potenciar la productividad y optimizar tareas, acompañados por podcasts internos que facilitan el aprendizaje continuo y accesible para todos nuestros colaboradores.

Nuestra política de capacitación considera distintos pilares de aprendizaje, que permiten responder tanto a requerimientos normativos como a necesidades estratégicas y de desarrollo individual. Estos pilares incluyen:

- > Aprendizaje normativo, asociado al cumplimiento de estándares internos, regulatorios y de seguridad.
- > Formación por necesidad, vinculada a brechas detectadas en los equipos y a requerimientos específicos del negocio.
- > Formación voluntaria, orientada al desarrollo de habilidades transversales y al crecimiento profesional.
- > Formación de líderes, enfocada en fortalecer capacidades de liderazgo coherentes con nuestra cultura y valores.





¡Estos son los 16 becados de Mallplaza 2025!

Creemos en el poder de quienes se atreven a crecer, a dejar su sello y a ser protagonistas de su propio camino. Por eso, hoy celebramos a los becados 2025: quienes impulsan su desarrollo en Mallplaza en Chile, Perú y Colombia.

Los seleccionados son:

Chile

Colombia

Perú

¡Felicitaciones a las personas seleccionadas!
Gracias por inspirarnos con su motivación y por recordarnos que el talento se cultiva, se impulsa y se celebra a diario.

Y si tú también quieres dar el siguiente paso, te invitamos a seguir impulsando tu desarrollo a través del **Portal de Academia** donde encontrarás herramientas y oportunidades para continuar desarrollando tu potencial.



V.1.C.

Programas de desarrollo y formación

NCG 461 5.8.I, 5.8.II, 5.8.III, 5.8.IV, GRI 3-3

Durante 2025 impulsamos el desarrollo de las personas con la convicción de que el talento es el motor que nos impulsa hacia el futuro. Diseñamos programas que fortalecen habilidades, amplían posibilidades y abren caminos para que cada colaborador pueda desplegar su máximo potencial. Nuestra apuesta es clara: construir una organización que aprende siempre, evoluciona con agilidad y crece junto a su gente.

Entre las principales iniciativas, destacan:

- 1. **Academia Mallplaza:** Ecosistema centralizado de formación transversal que integra plataformas como Udemy, con acceso 24/7, rutas de aprendizaje, cursos obligatorios y recomendación de contenidos.
- 2. **Sello de Liderazgo Mallplaza (Escuela de Liderazgo):** Programa anual para llevar a la acción los principios de liderazgo Mallplaza. En 2025 se trabajó bajo la premisa “todos somos líderes”, con despliegue presencial en los 3 países y formación basada en los pilares del sello (inspirados en los valores de la compañía).

- 3. **Programas Eleva:** Iniciativa postulable para potenciar habilidades y competencias, con foco en liderazgo, mediante una malla formativa que impulsa movilidad de talentos clave.
- 4. **Mentoring Femenino:** Programa focalizado para acelerar el crecimiento de mujeres en roles de jefatura, a través de acompañamiento y trabajo de temáticas de desarrollo profesional.
- 5. **IA Activa:** Programa de transformación digital para acelerar capacidades en IA con herramientas prácticas. Incluyó ciclos de podcasts de alfabetización y talleres de herramientas como Copilot y Gemini, avanzando hacia el despliegue de Agentes IA.
- 6. **Programa de Becas (regional, anual y postulable):** Financiamiento para estudios formales relacionados con el rol y la estrategia.
- 7. **Programa de formación en inglés (anual y postulable):** Clases individuales o grupales con instituciones especializadas.
- 8. **Desarrollo de habilidades críticas/técnicas:** Iniciativas para habilidades como IA, Business Intelligence, Machine Learning, y herramientas técnicas en formatos que van desde charlas y talleres a estudios formales.
- 9. **Programa de Prácticas:** Semillero de talento en proyectos que contribuyen al negocio con acceso a Academia y compensación especial.
- 10. **Alianzas estratégicas:** Colaboración continua con universidades y partners tecnológicos.
- 11. **Detección de necesidades de capacitación:** Co-construida con líderes de cada área a partir de los insights de la Encuesta de Cultura y Evaluación de desempeño como Programa de Cultura de Servicio y formación en habilidades blandas para distintos roles en malls (manejo de situaciones difíciles, gestión de emergencias, entre otros).



Este conjunto de iniciativas nos permite fortalecer las capacidades organizacionales, impulsar la movilidad interna y acompañar el desarrollo de nuestros equipos en un contexto de crecimiento regional cada vez más dinámico. Gracias a este esfuerzo colectivo, seguimos construyendo una cultura que aprende, evoluciona y se desafía constantemente para alcanzar nuevos niveles de excelencia.

Durante 2025, este compromiso con el desarrollo se reflejó en las siguientes cifras por país:

- > **Chile**
Total de horas de formación: 5.754
Total personas capacitadas: 518
- > **Perú**
Total de horas de formación: 854,9
Total personas capacitadas: 127
- > **Colombia**
Total de horas de formación: 849,3
Total personas capacitadas: 89

V. 1. D.
Bienestar, beneficios y conciliación

NCG 461 5.8, GRI 403-6

En coherencia con nuestro compromiso de promover el bienestar integral y contribuir a la calidad de vida de nuestros colaboradores y sus familias, contamos con una propuesta integral de beneficios y compensaciones.

Nuestra oferta se estructura en tres grandes categorías:

- > **Beneficios corporativos**, disponibles para todos los colaboradores por ser parte de la compañía.
- > **Convenios y descuentos**, aplicables a productos y servicios en áreas como salud, gastronomía, viajes y turismo.
- > **Beneficios flexibles**, a través de un sistema de canje de puntos por días libres asociados a familia, vida saludable, trámites y tiempo personal.

Beneficios orientados al equilibrio trabajo-vida personal:

- > Programa Yo Elijo, que contempla días libres adicionales de libre disposición.
- > Salida anticipada todos los viernes del año y en vísperas de festividades.
- > Días libres por matrimonio, Acuerdo de Unión Civil y fallecimiento de familiares directos.
- > Modalidades de trabajo híbrido, horarios flexibles y opciones de jornada parcial.

Beneficios vida saludable y bienestar integral:

- > Chequeos médicos.
- > Charlas y talleres de bienestar.
- > Programa de vacunación contra la influenza.
- > Actividades deportivas, recreativas y de promoción de hábitos saludables.
- > Iniciativas de bienestar físico, mental y emocional, con foco en la gestión del estrés y pausas activas.

Beneficios corporativos:

- > Seguro de vida.
- > Coberturas por incapacidad e invalidez.
- > Bono anual por gestión del desempeño y bono de vacaciones.
- > Becas de financiamiento de estudios.
- > Beneficios asociados a previsión para la jubilación.
- > Celebraciones institucionales y reconocimientos en fechas especiales.

PROGRAMA de estudios Mallplaza

¡Más tiempo para que explotes tu potencial!

En Mallplaza, creemos en ti.
Por eso, **ampliamos el plazo de postulación** al Programa de Becas 2024:

50% de apoyo para que sigas aprendiendo y construyendo tu futuro con nosotros.

 **No olvides postular hasta el 15 de febrero**

Inscríbete aquí

 **Revisa las bases y condiciones en el archivo adjunto.**

¿Dudas? Contacta a:

Chile 
Rodrigo Manqueñir
rodrigo.maqueñir@mallplaza.com

Perú 
Patricia Bustamante
patricia.bustamante@mallplaza.com

Colombia 
Laura Camargo
laura.camargo@mallplaza.com







Postnatal y apoyo al cuidado familiar

NCG 461 5.7

Ofrecemos beneficios pre y postnatales que superan exigencias legales mediante la complementación del sueldo durante el postnatal (sobre el tope legal), y apoyos adicionales según normativa local:

- > Licencia para cuidador principal: 12 semanas.
- > Licencia para cuidador no principal: 1 semana
- > Colombia: se asignan 2 días adicionales a la licencia paterna; y para madres, beneficios asociados a lactancia.

Adicionalmente, contamos con licencias remuneradas para el cuidado de familiares más allá de la licencia parental, así como instalaciones o contribuciones para el cuidado de niños y beneficios para la lactancia materna.

El 100% de los colaboradores elegibles a nivel regional utilizó el permiso postnatal.

Programa de Becas Mallplaza

El Programa de Becas Mallplaza entrega apoyo económico para el cofinanciamiento de estudios de colaboradores con contrato indefinido y una antigüedad mínima de 12 meses. A través de un proceso de postulación, este beneficio busca contribuir al desarrollo profesional y la especialización de nuestros equipos, reforzando la movilidad social y el crecimiento interno.

Contamos con un programa de becas con alternativas como magister/máster, diplomados, pregrado y postgrado, además de procesos de titulación y certificaciones profesionales, sujeto al cumplimiento de requisitos. Adicionalmente, como parte del holding Falabella, actuamos como embajadores de un programa de becas internacionales (MBA y Masters en el extranjero), al que los colaboradores pueden postular si cumplen requisitos. En 2025 incorporamos también programas de inglés para fortalecer competencias lingüísticas y proyección profesional.

Programas de desarrollo

- > Coaching o mentoría
- > Equipos y redes (por ejemplo, grupos de recursos, comunidades internas, etc.)
- > Programa de desarrollo de liderazgo
- > Educación cultural
- > Programa de transición para empleados jubilados
- > Programa de transición digital.



V. 1. E.

Diversidad, inclusión y no discriminación

NCG 461 3.1.VI, 3.1.VII, 5.4.1, 5.4.2, 5.5, GRI 3-3

Promovemos una cultura organizacional basada en el respeto, la inclusión y la igualdad de oportunidades, alineada con la normativa vigente y con nuestros compromisos corporativos en materia de Derechos Humanos. Este enfoque se sustenta en una Política de Diversidad e Inclusión y una Política de Equidad de Género, ambas de aplicación transversal.

Nuestra gestión en diversidad e inclusión se basa en principios de no discriminación, equidad de género, respeto por la diversidad sexual, inclusión de personas en situación de discapacidad e interculturalidad, reconociendo la diversidad como un habilitador clave para fortalecer la cultura organizacional, el liderazgo y la experiencia de colaborador.

Durante 2025, avanzamos en la gobernanza de esta agenda mediante instancias formales como el Comité de Diversidad e Inclusión y la Mesa de Diversidad e Inclusión, que permiten coordinar, impulsar y dar seguimiento a iniciativas orientadas a promover entornos laborales más inclusivos y equitativos.

Asimismo, desarrollamos iniciativas específicas orientadas a la equidad de género, incluyendo acciones para promover la participación femenina, fomentar una comunicación interna libre de sesgos y revisar prácticas organizacionales, con el objetivo de avanzar hacia una mayor igualdad de oportunidades.

En este marco, identificamos y valoramos la diversidad de capacidades, conocimientos, condiciones, experiencias y visiones presentes en la organización, entendiendo que equipos diversos contribuyen a una mejor toma de decisiones, mayor innovación y un desempeño más sólido y sostenible del negocio.

Política de Diversidad e Inclusión

Nuestra Política de Diversidad e Inclusión establece los principios fundamentales que orientan el actuar de Mallplaza y de todas las personas que forman parte de la organización, con el propósito de promover una cultura organizacional y un ambiente laboral diverso, inclusivo y respetuoso, coherente con nuestros valores y con nuestro compromiso con los Derechos Humanos.

Esta política busca asegurar que todas las personas sean tratadas con respeto, igualdad y dignidad, y que cuenten con las condiciones necesarias para desarrollarse y aportar desde su individualidad al cumplimiento de nuestro propósito.



Principios Política de Diversidad e Inclusión:

- > **Respeto a la dignidad de las personas:** Mantenemos un firme compromiso con el respeto y la protección de la dignidad de todas las personas, entendida como un pilar fundamental de nuestra cultura de integridad corporativa y de la forma en que nos relacionamos al interior de la organización.
- > **Inclusión:** Promovemos un ambiente laboral que integra a las personas, independientemente de sus condiciones, características u orientaciones particulares, fomentando la participación, el sentido de pertenencia y la igualdad de oportunidades.
- > **No discriminación arbitraria:** No toleramos actos de discriminación arbitraria, entendiendo por tales aquellas distinciones, exclusiones o restricciones que no se basan en la capacidad, idoneidad o desempeño de la persona en su rol laboral.

- > **Diversidad:** Valoramos la riqueza que aportan los equipos de trabajo conformados por personas con distintas formas de pensar, orígenes, creencias, convicciones, experiencias, formaciones académicas y capacidades físicas. Reconocemos que esta diversidad fortalece la toma de decisiones, la innovación y el desempeño del negocio, promoviendo que los distintos puntos de vista sean escuchados, valorados y respetados.



Gobernanza gestión diversidad e inclusión

Mallplaza gestiona la diversidad e inclusión a través de una estructura de gobernanza liderada por nuestro Comité de Diversidad e Inclusión. Este comité, conformado por el Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento, el Gerente de Personas y Cultura, y el Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad sesiona trimestralmente para revisar los avances de nuestra estrategia y asegurar que los lineamientos de inclusión permanen a todos los grupos de interés.

Para identificar barreras organizacionales, sociales o culturales que puedan inhibir la diversidad de visiones y experiencias, implementamos un sistema de escucha dual, en donde se realiza una encuesta anual y se acompaña con una profundización cualitativa con entrevistas a líderes y focus group.

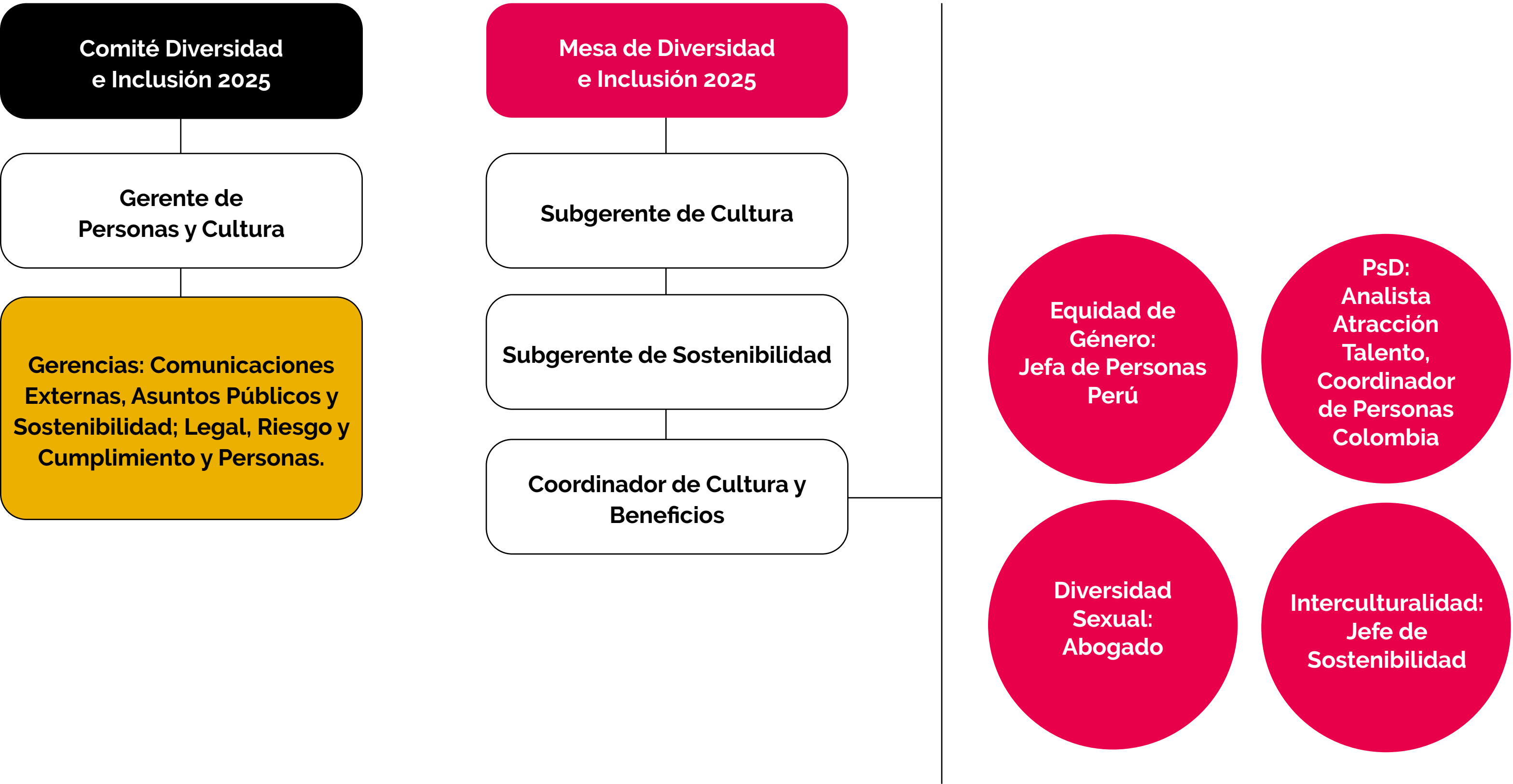
El monitoreo cualitativo periódico considera variables críticas como género, nacionalidad y talento femenino para identificar alertas a tiempo, gestionarlas y hacer seguimiento. Además, nuestra Encuesta de Cultura incluye dimensiones específicas para indagar sobre el favorecimiento y respeto de la diversidad al interior de la compañía. Un 93% percibe que las personas son tratadas de la misma

manera sin importar su edad, orientación, nacionalidad, género. A su vez, el 95% afirma que en sus equipos de trabajo valoran la diversidad.

Paralelamente se realizan anualmente conversatorios en el marco de la Encuesta de Cultura, con nuestros colaboradores para conocer fortalezas y oportunidades de mejora en el ambiente laboral. Estas instancias se realizaron transversalmente en la organización.

Los principales *insight* de estas actividades son parte de la propuesta de valor y de experiencia para el colaborador en 2026.

Además, realizamos procesos de selección inclusivos basados estrictamente en competencias y entrenamos a nuestros líderes en sesgos inconscientes y selección inclusiva para garantizar la igualdad de oportunidades desde el ingreso.



Equidad de género

En Mallplaza abordamos la equidad de género como un componente central de nuestra agenda de diversidad e inclusión, con foco en promover oportunidades en condiciones de igualdad, prevenir sesgos y fortalecer prácticas internas coherentes con nuestro estándar corporativo. Esta gestión se articula a través de la Política de Equidad de Género, de aplicación transversal, y se implementa mediante planes e iniciativas que buscan fortalecer la participación femenina, asegurar procesos de gestión de personas sin barreras arbitrarias y avanzar hacia una cultura organizacional más inclusiva.

En 2025, continuamos avanzando en esta agenda a través de acciones orientadas a:

- > Promover participación femenina en roles de liderazgo y posiciones críticas.
- > Fortalecer una comunicación interna sin sesgos, impulsando buenas prácticas y criterios comunes.
- > Revisar prácticas organizacionales para identificar oportunidades de mejora en atracción, desarrollo y progresión.
- > Monitorear brechas asociadas a equidad salarial.

Hemos avanzado en prácticas transparentes en nuestros procesos de compensación con auditorías salariales equitativas que nos han permitido reducir nuestra brecha salarial de género nuevamente este año en un 7%.



V. 1. F.

Personas en situación de discapacidad

NCG 461 5.1.5, GRI 3-3

Reconocemos a las personas en situación de discapacidad como un grupo de interés relevante dentro de nuestra gestión social y de Derechos Humanos. Nuestro enfoque se basa en principios de no discriminación, igualdad de oportunidades y respeto por la dignidad de las personas, promoviendo entornos laborales y experiencias accesibles e inclusivas.

Durante 2025 avanzamos en iniciativas orientadas a la inclusión y accesibilidad —tanto en la experiencia de visitantes como en la sensibilización de nuestros equipos— incorporando prácticas asociadas a neurodivergencias, accesibilidad sensorial y buen trato, sentando bases para seguir profundizando una gestión más inclusiva en los distintos ámbitos de la operación.

En el año registramos a nivel regional 7 personas en situación de discapacidad en Chile y Perú (5 hombres y 2 mujeres).

MODELO INTEGRAL SOBRE NEURODIVERGENCIAS

En el transcurso del año, avanzamos en el fortalecimiento de nuestro enfoque de diversidad e inclusión a través del desarrollo de un Plan Integrado de Inclusión, orientado a consolidar una cultura organizacional basada en el respeto, la empatía y el trato inclusivo. Este plan abordó distintos grupos de atención prioritaria, entre ellos personas mayores, comunidad LGBTIQ+, migrantes, mujeres, personas en situación de discapacidad y personas neurodivergentes.

Como parte de este trabajo, implementamos talleres de habilidades de comunicación empática dirigidos a equipos de los centros urbanos de Chile, con foco en fortalecer capacidades de trato inclusivo, manejo de conflictos y comunicación efectiva. Los talleres se realizaron en 17 centros urbanos, con la participación de 165 personas, alcanzando un 78% de la participación esperada. La evaluación promedio fue de 6,9 (en una escala de 7,0), y un 98,5% de las personas participantes valoró positivamente la utilidad y pertinencia de los contenidos para el desempeño de su rol.

Estos espacios formativos contribuyeron al desarrollo de habilidades clave para la atención inclusiva y permitieron visibilizar buenas prácticas ya existentes, como el uso de kits sensoriales en módulos de atención a clientes para personas neurodivergentes, iniciativas de reconocimiento cultural para personas migrantes y adecuaciones orientadas a personas mayores.

De esta manera, Mallplaza sentó durante 2025 las bases de un modelo integral de inclusión, incorporando progresivamente el enfoque de neurodivergencias en la gestión cotidiana de sus centros urbanos.

Mallplaza La Serena



Mallplaza Antofagasta



Mallplaza Vespucio



Mallplaza Norte



Programa de contratación inclusiva laboral

En línea con nuestro compromiso con la diversidad e inclusión, durante 2025 Mallplaza mantuvo su enfoque en materia de selección y contratación inclusiva. Aplicamos procesos de selección basados en competencias, asegurando que las decisiones de contratación se fundamenten en las habilidades, experiencia y potencial de cada persona, promoviendo la igualdad de oportunidades y reduciendo sesgos en el acceso al empleo.

Asimismo, continuamos fortaleciendo nuestras capacidades internas mediante el entrenamiento a líderes en selección inclusiva, con el objetivo de incorporar criterios objetivos y libres de discriminación en los procesos de reclutamiento, contribuyendo a la conformación de equipos diversos y al desarrollo de una cultura organizacional inclusiva.

De manera complementaria, trabajamos para eliminar barreras que dificultan la inserción y el desarrollo profesional de personas en situación de vulnerabilidad laboral, es decir, de aquellos grupos que históricamente han enfrentado obstáculos en el mercado del trabajo. A través de esta mirada, promovemos no solo su contratación, sino también su adecuado desempeño y desarrollo dentro de nuestra organización.

Adecuaciones razonables en puestos de trabajo

En materia de adecuaciones laborales para personas en situación de discapacidad (PsD), reafirmamos nuestro compromiso con la inclusión efectiva y el respeto por la dignidad de cada colaborador.

Brindamos apoyo personalizado a nuestros colaboradores en situación de discapacidad, evaluando de manera individual las necesidades asociadas a su puesto de trabajo y gestionando los ajustes razonables que permitan su adecuado desempeño. Estas adecuaciones pueden considerar condiciones físicas, tecnológicas u organizacionales, según corresponda a cada caso.

Asimismo, ofrecemos un seguimiento personalizado a través de nuestra Guía de Seguimiento PsD, herramienta que orienta a líderes y equipos en el acompañamiento continuo, asegurando que cada persona cuente con condiciones óptimas, tanto físicas como culturales, para desarrollar su trabajo en un entorno respetuoso, seguro e inclusivo.

Este proceso contribuye al cumplimiento de la normativa vigente en los países donde operamos —incluyendo la legislación sobre inclusión laboral de personas en situación de discapacidad— y refuerza nuestro compromiso con la eliminación de barreras y la generación de espacios de trabajo que promuevan la plena integración y desarrollo profesional de todas las personas.





Interculturalidad

En Mallplaza entendemos la interculturalidad como un activo estratégico que potencia nuestra agilidad organizacional y fortalece nuestra visión regional. Operamos en Chile, Perú y Colombia, y reconocemos que la diversidad cultural de estos mercados enriquece nuestra forma de trabajar, tomar decisiones y relacionarnos con nuestros distintos grupos de interés.

Nuestra gestión de Experiencia del Colaborador se orienta a homologar una propuesta de valor consistente en los tres países donde operamos, asegurando estándares comunes de bienestar, desarrollo y cultura organizacional que trascienden las fronteras. Al mismo tiempo, respetamos y valoramos las particularidades culturales de cada mercado, integrándolas en nuestra forma de gestión.

Este compromiso se materializa en el respeto irrestricto a las diversas prácticas culturales y en la implementación de esquemas de trabajo que consideran las realidades locales y los distintos husos horarios, incluyendo horarios diferidos cuando corresponde. De esta manera, promovemos una coordinación efectiva entre equipos regionales y locales, favoreciendo la colaboración y el trabajo integrado.

Al fomentar un entorno donde la identidad de cada país se reconoce, se respeta y se integra en una cultura corporativa común, fortalecemos el sentido de pertenencia de nuestros equipos y consolidamos un ecosistema regional cohesionado. Esto nos permite operar con mayor resiliencia, consistencia y alineación con nuestro propósito de marca regional.



V. 1. G.

Salud y seguridad

NCG 461 5.6
GRI 3-3, 403-1, 403-2, 403-4, 403-5, 403-6, 403-7, 403-8, 403-9, 403-10

La salud y seguridad de las personas que trabajan y se relacionan con Mallplaza constituye una prioridad estratégica y un pilar fundamental de nuestra gestión social. Buscamos resguardar la vida, la salud y la integridad de colaboradores internos, personal externo, contratistas, socios comerciales y visitantes, promoviendo entornos de trabajo y de visita seguros y saludables en los países donde operamos.

Contamos con una Política de Seguridad y Salud en el Trabajo (SST) de alcance corporativo, que fue actualizada durante el 2025, aprobada por el Directorio y alineada al estándar ISO 45001:2018, aplicable de manera transversal en Chile, Perú y Colombia. Esta política establece los principios, responsabilidades y medidas generales que guían nuestro actuar, promoviendo una cultura preventiva, la consulta y participación de los trabajadores, el cumplimiento normativo y la mejora continua del desempeño.

Sistema de gestión, gobernanza y alcance

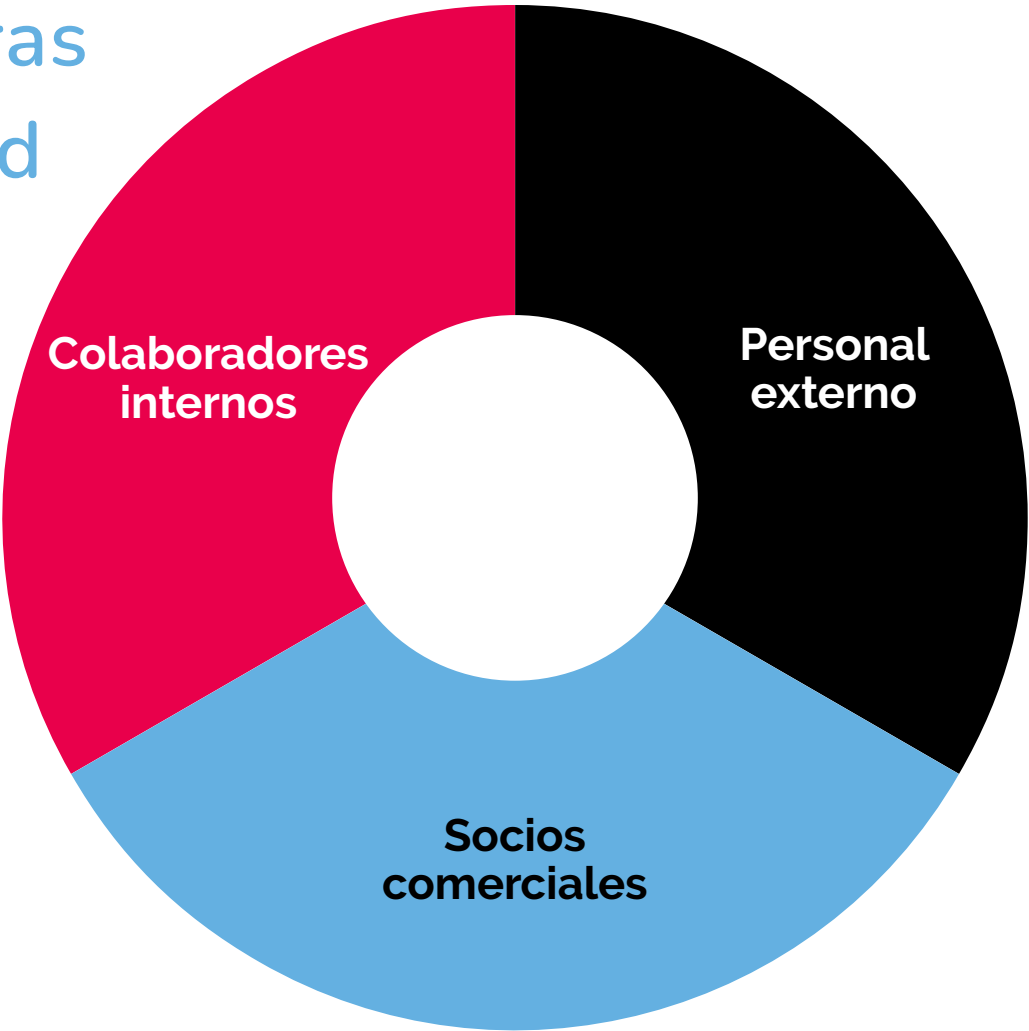
Nuestro Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo, certificado bajo ISO 45001, cubre el 100% de nuestra dotación, incluyendo colaboradores internos, personal externo y empresas contratistas que operan en nuestros centros urbanos. La gestión se articula a través de una estructura regional liderada por la Subgerencia de Prevención de Riesgos y Sustentabilidad, apoyada por líderes técnicos por país, especialistas en obras y sistemas de protección contra incendios, y equipos locales de prevención en cada centro urbano.

Desde 2024 contamos con la certificación ISO 45001 de la Organización Internacional de Normalización (ISO) sobre salud y seguridad en el trabajo (SST) a nivel regional, convirtiéndose en la primera compañía en certificar sus centros comerciales en Chile, Perú y Colombia. Esta norma impulsa y facilita que las condiciones laborales sean seguras y saludables desde la prevención, aportando directamente a la protección y resguardo de personas. Durante 2025 se realizaron auditorías externas de seguimiento ISO 45001 por parte de la casa certifi-

cadora AENOR, considerando seis instalaciones en Chile, Perú y Colombia, lo que permitió verificar el cumplimiento del sistema y fortalecer la mejora continua.

La gestión y el monitoreo se realizan mediante la plataforma AIM Manager, que consolida indicadores, registros de incidentes, avances de programas de trabajo y seguimiento de metas, permitiendo una toma de decisiones basada en datos.

Alcance de nuestras iniciativas en salud y seguridad



Participación de trabajadores y Comités de Seguridad y Salud

Contamos con un Comité de Salud y Seguridad en el Trabajo en cada uno de nuestros centros urbanos, asesorados por expertos en prevención de riesgos, los cuales son integrados por representantes de los trabajadores y de la compañía, quienes se reúnen una vez al mes y sesionan cuando ocurre un incidente grave.

Los trabajadores están representados de manera formal y paritaria en el comité de salud y seguridad de Mallplaza y son actores fundamentales para que el sistema de gestión de Mallplaza pueda identificar brechas operativas y proponer mejoras desde la perspectiva de quienes ejecutan las tareas.

Las responsabilidades del Comité son:

- > Investigar los accidentes y enfermedades laborales determinando causas y recomendaciones para evitar su repetición.
- > Promover las capacitaciones y campañas relacionadas con la seguridad y salud en el trabajo.
- > Identificar peligros y evaluar riesgos proponiendo medidas preventivas y correctivas.
- > Fomentar la participación y consulta activa de los trabajadores en la gestión preventiva, canalizando inquietudes y sugerencias.

Basado en la estructura de Gobierno Corporativo y las Políticas de Seguridad y Salud en el Trabajo de Mallplaza, la autoridad y toma de decisiones dentro del comité formal, Comité Paritario, se rige por un esquema de liderazgo compartido y técnico, donde destaca el rol clave del presidente del comité de seguridad y salud. Todas las decisiones del comité de seguridad y salud se adoptan por simple mayoría en las reuniones. Además Mallplaza especifica en su política que la Gerencia General y las Gerencias de Área tienen un rol decisivo en cuanto a recursos.

De acuerdo con el reglamento interno de la compañía y la normativa legal vigente (DS N° 44) que rige su operación en Chile (y estándares similares en Perú y Colombia), el Comité Paritario se reúne de forma ordinaria una vez al mes. Además, puede sesionar de forma extraordinaria en los siguientes casos: accidentes graves, solicitud de los integrantes y en situaciones de riesgo inminente.

No se realizaron reuniones extraordinarias en el 2025, ya que no ocurrieron accidentes graves a colaboradores internos y externos.

Prevención y mitigación de impactos

Utilizamos una Matriz de Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos en todos los centros urbanos y en casa matriz, la cual se actualiza anualmente y de forma extraordinaria ante accidentes,

incidentes relevantes o cambios normativos. Aplicamos la jerarquía de controles para eliminar peligros y minimizar riesgos, priorizando medidas de control en origen.

Complementariamente, medimos riesgos psicosociales mediante instrumentos normativos como CEAL-CM en Chile y la Batería de Riesgos Psicosociales en Colombia, orientados a prevenir el estrés y la fatiga mental.

La calidad del proceso se asegura mediante un ecosistema de gobernanza robusto, certificaciones internacionales y la participación activa de los trabajadores. El 10% del equipo técnico ha sido capacitado como auditores internos ISO, y los KPIs asociados a operación segura forman parte de la remuneración variable de ejecutivos clave.

Canales de reporte y resguardo frente a represalias

- > Las personas cuentan con múltiples vías para reportar peligros o condiciones inseguras: Comités de Seguridad y Salud, contacto directo con profesionales de prevención, mecanismos digitales como códigos QR confidenciales, y el Canal de Integridad, accesible vía web, teléfono o presencial, sin represalias.
- > De acuerdo con nuestra política, todo trabajador tiene la facultad y responsabilidad de interrumpir labores y retirarse de situaciones de riesgo inminente, informando oportunamente para la evaluación y corrección, sin sufrir sanciones ni descuentos.

Investigación de incidentes y aprendizaje organizacional

- > Mallplaza cuenta con un procedimiento regional de investigación de incidentes, activado ante cualquier lesión. El proceso considera atención inmediata, investigación inicial dentro de las primeras 12 horas y una investigación completa en un plazo máximo de 48 horas, utilizando la metodología de Árbol Causal. Los resultados permiten definir acciones correctivas y preventivas, actualizar matrices de riesgo y fortalecer controles operacionales. La eficacia del proceso es auditada anualmente como parte del mantenimiento de la certificación ISO 45001.

Capacitación, prevención y cultura de seguridad

- > Durante 2025 se registraron 5.437 participaciones en instancias de capacitación, con un fuerte foco en formación junto a Mutual de Seguridad (Chile), aseguradoras (Perú) y ARL (Colombia). De ese total:
- > 2.005 participaciones corresponden a capacitaciones para colaboradores internos.
- > 3.432 participaciones corresponden a capacitaciones para personal externo (facility: aseo, seguridad, parking, entre otros).
- > En Chile, además, se registraron 7.677 horas de capacitación realizadas junto a Mutual de Seguridad.



V. 1. H.

Salud y seguridad en centros urbanos, socios comerciales y visitantes

En Mallplaza, la seguridad de visitantes y socios comerciales es una prioridad estratégica gestionada mediante un sistema estructurado de control, respuesta y mejora continua. Este sistema incluye prevención, monitoreo, capacitación y coordinación con autoridades externas en los tres países donde operamos.

Para la gestión de emergencias, cada centro comercial posee un Comité COGRID, responsable de coordinar la respuesta operativa ante incidentes. Además, cada centro urbano dispone de un jefe y supervisor de seguridad, un prevencionista de riesgos y un coordinador de emergencia, quienes trabajan integradamente en terreno, reportando periódicamente a la casa matriz.

Aplicamos una evaluación sistemática de riesgos asociados a instalaciones y servicios, que incluye inspecciones mensuales a patios de comidas, estacionamientos y áreas comunes, actualización de matrices de riesgo obligatorias y programas específicos de operatividad y mantenimiento para ascensores y escaleras mecánicas. El 100% de la infraestructura es inspeccionada anualmente y los hallazgos se corrigen a través de planes de

acción coordinados con el área de mantenimiento y proveedores especializados. **Durante 2025 se realizaron 1.572 inspecciones de seguridad y salud, orientadas a identificar y eliminar condiciones de riesgo, además de evaluaciones de confort visual, acústico y térmico y controles de calidad del agua.**

Asimismo, promovemos la accesibilidad universal e inclusión, incorporando infraestructura accesible, protocolos de evacuación inclusiva y medidas de atención para grupos vulnerables. Este trabajo ha considerado de manera importante a las personas mayores, lo que nos permitió recibir este año el Sello Mayor para Mallplaza Egaña.

Para fortalecer nuestra cultura preventiva, implementamos un Programa Anual de Capacitación para todo el personal (interno, externo y operadores de tiendas). La formación incluye instrucción presencial y simulacros prácticos para coordinar acciones en caso de emergencia, asegurando que todos sepan asistir a los visitantes. Adicionalmente, la Dirección de Seguridad realiza pruebas mensuales para evaluar la respuesta ante emergencias, buscando asegurar altos estándares de protección al cliente y el cumplimiento legal fiscalizado por Carabineros de Chile.

Contamos con un Plan de Emergencia Detallado para cada centro urbano, el cual es entregado al Cuerpo de Bomberos correspondiente. Para garan-

tizar la máxima efectividad se trabaja semestralmente con las autoridades externas, incluyendo simulacros de escenarios de riesgo complejos (incendios, sismos, amenazas de bomba, emanación de sustancias químicas, entre otros) con participación de Bomberos, Carabineros (o policía local), ambulancias y autoridades municipales. Los simulacros se ejecutan deliberadamente en horario de funcionamiento, con público presente, para poner a prueba la cadena de mando y la capacidad de asistencia al visitante en condiciones reales. Los planes de emergencia son customizados a la realidad de cada Mallplaza, considerando la legislación local, variables geográficas y de infraestructura específicas, como la exposición a riesgo de tsunami o la altura del edificio o el aforo máximo. En 2025 desarrollamos 52 simulacros en 26 centros urbanos, con la participación de más de 270.300 personas.

En materia de seguridad preventiva hacia visitantes, monitoreamos de manera permanente los incidentes que puedan afectarlos. **Durante 2025 operamos con una meta mensual de no superar una tasa de accidentabilidad de visitantes de 5 por país, cerrando el año con los siguientes resultados:**

Chile: 4,36
Perú: 2,40
Colombia: 1,60

De forma complementaria, en materia de delitos existen procedimientos de actuación definidos para distintos escenarios. Estos protocolos involucran la participación del jefe y del supervisor de seguridad externo, junto con el jefe de Seguridad Corporativo, quienes coordinan la atención de cualquier incidente. Esto incluye el contacto con la víctima y los testigos, la revisión de los registros de videovigilancia y el levantamiento de toda la información pertinente. En estos procedimientos, siempre se priorizan los protocolos que involucren tratar directamente con clientes. La plataforma digital de la compañía consolida indicadores como accidentabilidad, tiempos de evacuación, cumplimiento de inspecciones y avance de medidas correctivas, los cuales son revisados mensualmente por la Subgerencia de Prevención de Riesgos y Sustentabilidad y la Dirección de Seguridad. Esto asegura un monitoreo permanente del desempeño en seguridad y decisiones oportunas basadas en datos.



V. 2.

Vinculación con nuestro entorno institucional y social

NCG 461 5.9, GRI 2-8, GRI 403-9, GRI 403-10, GRI 3-3

Modelo de Relacionamento con el Personal Externo

Reconocemos que el personal externo cumple un rol fundamental en la experiencia que viven quienes visitan nuestros centros urbanos y constituye un actor clave en la construcción de relaciones de confianza con comunidades y clientes. En este contexto, durante 2025 continuamos profundizando el Modelo de Relacionamento con el Personal Externo en Chile, Perú y Colombia, como un sistema de vinculación permanente y estandarizado a nivel regional.

El modelo se sustenta en cuatro valores: equidad e inclusión, empatía, agilidad y resolución, y claridad y transparencia, y busca entregar herramientas y promover igualdad de condiciones a un grupo humano que históricamente ha sido percibido como externo al quehacer cotidiano de las compañías.

Durante el año fortalecimos el alcance del modelo mediante alianzas e iniciativas orientadas al bienestar, la inclusión y el desarrollo integral del per-

sonal externo. Entre ellas destacan capacitaciones en salud mental y neurodivergencias, desarrolladas junto Fundación En Primera Persona, operativos de salud y atención dental, educación financiera y programas de apoyo educativo, como la segunda versión de la Beca Educativa PEC, que benefició a 75 hijos, hijas y nietos del personal externo con excelencia académica.

En términos de alcance, durante 2025 el modelo fue aplicado en 37 centros urbanos de Chile, Perú y Colombia. Solo en Chile, impactó a 2.938 colaboradores externos, de los cuales 2.575 participaron en celebraciones impulsadas por Mallplaza. Además, desarrollamos siete cursos de capacitación bajo el Modelo de Atención Inclusivo —incorporando el módulo de Salud Mental y Neurodivergencia— con la participación de 1.033 colaboradores externos solo en Chile.

El impacto de nuestro Modelo de Atención Inclusivo fue reconocido externamente, al ser premiado por la Fundación Generación Empresarial como una práctica destacada en el fortalecimiento de la cultura organizacional, la transparencia y el compliance en la cadena de valor.

Iniciativas destacadas 2025

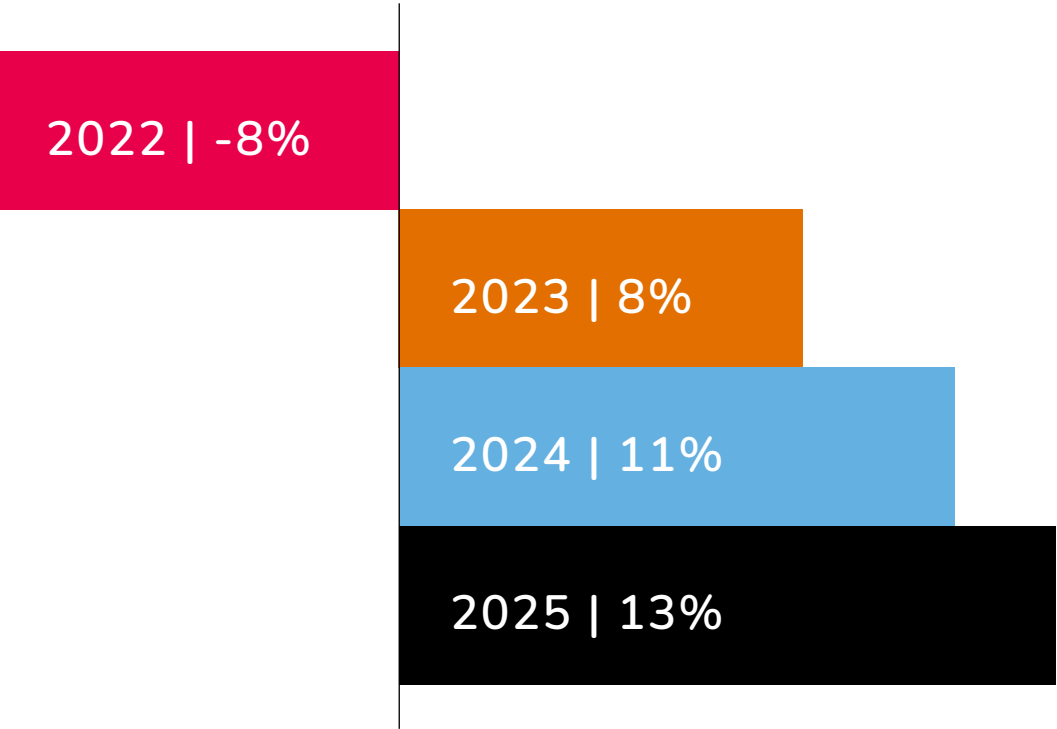
Durante el año fortalecimos el alcance del modelo mediante nuevas alianzas e iniciativas orientadas al bienestar, la inclusión y el desarrollo integral del personal externo, considerando las problemáticas sociales actuales que pueden impactar tanto en el ámbito personal como laboral.

Asimismo, avanzamos en alianzas con municipios para ofrecer servicios gratuitos para los colaboradores que mejoran la calidad de vida del personal externo, entre estos se cuentan operativos de salud y atención dental. Además con el Ministerio de Desarrollo Social implementamos un plan piloto de charlas y capacitaciones sobre acceso y postulación a beneficios sociales, como el Registro Social de Hogares.



Adicionalmente, establecimos alianzas con entidades bancarias para desarrollar un plan piloto de educación financiera, orientado a fortalecer la autonomía y el bienestar económico del personal externo haciéndonos cargo de la brecha en esta materia que existe a nivel país. Es así que tanto con Banco Santander como con Banco Falabella realizamos un programa piloto de charlas de educación financiera en Mallplaza Vespucio y Mallplaza Oeste.

NPS Mallplaza - Comparativo*



> A partir de la implementación del modelo de relacionamiento, el índice de promoción o NPS ha aumentado de manera sostenida en el tiempo. En 2025, se obtuvo un NPS de 13%, 2 puntos más que en 2024.

*El porcentaje de NPS es la resta de los detractores (notas 0 a 6) a la suma de los promotores (notas 9 -10)



El impacto de nuestro Modelo de Atención Inclusivo fue reconocido externamente, al ser premiado por la Fundación Generación Empresarial como una práctica destacada en el fortalecimiento de la cultura organizacional, la transparencia y el *compliance* en la cadena de valor.



V. 3. Relación con socios comerciales: alianzas para crecer juntos

La estrategia de crecimiento de Mallplaza en la Región se sustenta en una gestión colaborativa y de largo plazo con sus socios comerciales, reconociendo su rol clave en la propuesta de valor de los centros urbanos. En este contexto, la compañía impulsa un Modelo de Relacionamiento con Socios Comerciales orientado a fortalecer vínculos basados en la confianza, el diálogo permanente y la generación de valor compartido.

Durante 2025, Mallplaza continuó implementando y consolidando este modelo, cuyo diseño fue desarrollado en 2024 a partir de un proceso de diagnóstico corporativo. Su objetivo es posicionar a la compañía como un aliado estratégico para el crecimiento mutuo, promoviendo una relación más cercana y eficiente con arrendatarios y vendedores, que permita anticipar desafíos, potenciar oportunidades y mejorar la experiencia en los centros urbanos. El modelo se caracteriza por su flexibilidad y capacidad de adaptación a las distintas realidades del negocio, y se estructura en torno a tres ámbitos clave: propuesta de valor, experiencia y comunicaciones.

Un componente central de este enfoque es su regionalización, que permitió adaptar la experiencia implementada en Chile desde 2019 a los centros urbanos de Perú y Colombia. Durante 2025, este enfoque continuó fortaleciéndose, asegurando una gestión coherente a nivel regional y, al mismo tiempo, cercana a las particularidades de cada mercado, con el objetivo de consolidar vínculos de confianza y un sentido de comunidad con las tiendas en toda la Región.

La relación con los socios comerciales se traduce también en una estrategia de alianzas que posiciona a Mallplaza como socio preferente para marcas globales de alto valor. En este marco, la compañía mantiene vínculos estratégicos con actores relevantes del retail internacional, consolidando un portafolio que supera las 5.000 tiendas a nivel regional. El desempeño del modelo se refleja en los resultados obtenidos por los socios comerciales.

La satisfacción de los socios comerciales es monitoreada de manera sistemática a través de estudios semestrales y trimestrales, incorporando indicado-

res como el NPS Operacional, que evalúa aspectos asociados a seguridad, limpieza y *look and feel* de los centros urbanos. En la medición regional más reciente, que considera a Chile, Colombia y Perú, el NPS Operacional alcanzó una puntuación de 77.

De manera complementaria, la relación con los socios comerciales se articula con una gestión responsable de proveedores, alineada con principios de legalidad, transparencia, confidencialidad, imparcialidad y aprovisionamiento responsable, fortaleciendo una cadena de valor coherente con los estándares éticos y de sostenibilidad de la compañía

Monitoreo y mejoras

En Mallplaza monitoreamos y establecemos objetivos cuantitativos para mejorar la satisfacción de sus arrendatarios. Además, medimos trimestral y semestralmente, el NPS tanto de los jefes de tienda como de los socios comerciales, fijando metas y planes de acción según las principales brechas analizadas. Trabajamos con el modelo de NPS (promotores, detractores y neutros) que permite obtener los principales drivers que movilizan la experiencia de cada uno de ellos, clasificados por impacto.

Con estos resultados, establecemos planes de acción tanto a nivel individual (close the loop), como de procesos, estándares y/o interacciones los cuales se monitorean de manera trimestral y se reportan sus resultados.



Mallplaza Trujillo, Perú

V. 4.

Visitantes y clientes en el centro de la experiencia

GRI 3-3

Los visitantes y clientes son el centro de nuestra propuesta de valor. Nuestro esfuerzo está puesto en lograr que tengan la mejor experiencia en su visita a nuestros centros urbanos, y la gestión de esa experiencia considera el diseño de espacios, programación, servicios y uso de información para una toma de decisiones basada en datos. De esta manera, ofrecemos experiencias únicas y personalizadas que consideran:

- > Personalización
- > Diversificación de oferta
- > Colaboración interna

Durante 2025, reforzamos nuestro compromiso con una experiencia de visita centrada en las personas, incorporando prácticas orientadas a la inclusión, la accesibilidad y el bienestar de quienes visitan nuestros centros urbanos. Reconocemos la diversidad de necesidades, edades y realidades de nuestros visitantes, y trabajamos activamente para adaptar nuestros espacios y servicios a estos distintos requerimientos.

En este marco, impulsamos iniciativas orientadas al **Buen Trato a las Personas Mayores**, promoviendo espacios de encuentro, sensibilización y participación, que refuerzan el respeto, la dignidad y el rol activo de este grupo de interés en la vida comunitaria. Estas acciones se desarrollaron en coordinación con municipios y organizaciones sociales, fortaleciendo alianzas público-privadas orientadas al envejecimiento activo, la inclusión digital y la participación social.

De manera complementaria, avanzamos en la implementación del programa **Sello Mayor**, iniciativa que busca consolidar centros urbanos más amigables, accesibles y seguros para las personas mayores. A través de este programa, se integran actividades culturales y recreativas, beneficios asociados a la experiencia y acciones de vinculación comunitaria, reforzando el rol de los centros urbanos como espacios de encuentro intergeneracional.

Asimismo, durante el año se implementó la iniciativa **Hora Silenciosa** en Mallplaza Los Dominicos, una franja horaria diseñada para reducir estímulos sensoriales mediante la disminución de ruidos y niveles de iluminación. Esta práctica busca generar



una experiencia más amigable para personas con condiciones del neurodesarrollo, personas mayores, niñas y niños, y visitantes con hipersensibilidad sensorial, avanzando hacia centros urbanos más inclusivos y respetuosos de la diversidad.

Estas acciones reflejan el compromiso de Mallplaza por poner a las personas en el centro de la experiencia, promoviendo entornos seguros, acogedores y accesibles para todos.

Durante 2025, los resultados evidencian una gestión consistente y alineada con las metas definidas.

A nivel regional, la medición de satisfacción alcanzó un NPS de 77 puntos, superando la meta anual de 76, mientras que el resultado específico de Chile se situó en 72 puntos, muy cercano al objetivo definido para el periodo de 73. En el caso de Perú el resultado fue de 82 (superando la meta 2025 de 80) y el de Colombia de 86 (por sobre su meta del año de 80).



V. 4. A.

Talento Mallplaza y De Mano en Mano: Dos iniciativas que conectan con el propósito de Mallplaza

De Mano en Mano: programa nacional de moda circular a lo largo del país

En una alianza inédita junto a The Ropantic Show buscamos promover el intercambio de ropa y sensibilizar respecto del impacto positivo que la recirculación textil genera en el planeta, invitando a las personas a renovar sus clósets de manera sostenible y responsable, prolongando la vida útil de la ropa y promoviendo un consumo consciente.

Esta experiencia de moda circular recorrió diversos centros urbanos de Mallplaza en el país, acercando la propuesta a miles de personas que quieren contribuir al cuidado del medioambiente sin renunciar a las tendencias.

Además de la ropa usada, “De Mano en Mano” consideró el intercambio de ropa con reconocidas marcas que han puesto prendas nuevas a disposición del trueque, asegurando una mayor variedad para el intercambio. Entre las marcas que formaron parte de esta iniciativa estuvieron Privilege, Fashion 's Park, Ash, IO, Holly Concept, Zveinte, Sioux, Ripley, Paris y Falabella.

Además del intercambio realizado en nuestros centros urbanos, fuimos parte durante el mes de octubre del mayor intercambio de ropa que fue realizado en el Centro Cultural La Moneda, en Santiago de Chile y que logró superar el récord *Guinness* con la participación de más de 2 mil personas.



Mallplaza Egaña, Chile



84

Apariciones
totales en medios
tuvo la iniciativa a lo largo
del país



Talento Mallplaza: una nueva voz llegará al escenario más importante de Latinoamérica

Nuestro compromiso con la cultura es permanente y por eso buscamos desarrollar distintas iniciativas que conecten y potencien a los talentos locales de cada una de las comunidades en donde estamos presentes. La música es por esencia pasión y por ello, buscamos amplificar el éxito obtenido en 2024 con la plataforma cultural Talento Mallplaza, la que junto a Mediamedia, impulsamos para buscar la voz que se suba al escenario del Festival de Viña del Mar en 2026.

Un jurado compuesto por artistas reconocidos como Nicole, Américo y Nico Ruiz, y la conducción a cargo de la ex miss universo Emilia Dides, acompañaron a los casi mil participantes durante todo el proceso de selección, preparación y clasificación.

El artista ganador en la versión 2025 fue Enzo Ferrada de 20 años, nacido en Santiago y con formación en canto lírico y actuación.



Mallplaza Los Dominicos, Chile



165



En su segunda edición, Talento Mallplaza se ha consolidado como un espacio de encuentro entre artistas emergentes, público y cultura en distintos puntos del país, transformando nuestros centros urbanos en escenarios abiertos, donde la música y la creatividad encontraron un espacio para expresarse y conectar con las personas.



V. 5.

Gestión territorial y participación comunitaria

GRI 3-3, GRI 203-2

Nuestra gestión territorial es liderada por la Gerencia de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad, con equipos especializados y coordinadores de comunidades en cada país. Esta gobernanza nos permite asegurar una gestión coherente, coordinada y alineada con la creación de valor compartido en los territorios donde operamos.

Como parte de nuestro sistema de gestión social, durante 2025 trabajamos de manera integral un portafolio de iniciativas socioambientales orientadas a fortalecer el vínculo con las comunidades y generar impacto positivo en los territorios. Este sistema considera el ciclo completo de formulación, implementación, seguimiento, evaluación y comunicación de resultados de los programas, así como la definición y monitoreo de métricas que permiten medir y cuantificar el impacto social generado. Los avances y resultados de esta gestión son informados a través de instancias de gobernanza internas, como el Comité de Sostenibilidad y las Mesas de Sostenibilidad, además de una instancia anual de reporte al Directorio.

V. 5. A.

Derechos Humanos en la gestión territorial y social

En Mallplaza abordamos los Derechos Humanos como un eje transversal de nuestra gestión social y territorial, reconociendo que el respeto y la promoción de estos derechos son fundamentales para el desarrollo sostenible del negocio y para la construcción de relaciones de confianza con nuestros grupos de interés.

Nuestro enfoque se sustenta en estándares y marcos internacionales, tales como los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas, la Declaración Universal de los Derechos Humanos y las directrices de la Organización Internacional del Trabajo (OIT), los cuales orientan nuestras políticas, procesos y prácticas en los países donde operamos.

Este compromiso se extiende a colaboradores, personal externo, comunidades, socios comerciales y proveedores, y se expresa tanto en nuestras políticas corporativas como en los mecanismos

de gestión, prevención y remediación de impactos reales o potenciales en materia de Derechos Humanos. Como parte de nuestro sistema de gestión social, implementamos procesos de debida diligencia en Derechos Humanos orientados a identificar, prevenir, mitigar y gestionar impactos adversos reales o potenciales asociados a nuestras operaciones y proyectos. Estos procesos se integran de manera transversal en la gestión territorial, el relacionamiento comunitario, la vinculación con personal externo y la gestión de personas, considerando los distintos contextos locales y los riesgos específicos de cada territorio. La debida diligencia se aplica a lo largo del ciclo de vida de nuestros proyectos, desde la planificación y construcción hasta la operación, y se complementa con mecanismos formales de participación y diálogo con los grupos de interés.

Ponemos especial atención en aquellos grupos de interés que pueden encontrarse en situaciones de mayor vulnerabilidad, tales como personas mayores, personas en situación de discapacidad, personal externo, comunidades aledañas a nuestros centros urbanos y otros grupos definidos a partir de los procesos de materialidad y análisis de riesgos. Este enfoque se refleja en iniciativas orientadas a la inclusión, la accesibilidad, el buen trato, la salud mental y el bienestar integral, así como en programas comunitarios y de relacionamiento que buscan disminuir brechas, fortalecer capacidades locales y promover una integración respetuosa de nuestros centros urbanos en los territorios donde operamos.



Mecanismos de reclamo, consulta y remediación en Derechos Humanos

Como parte de nuestro compromiso con una gestión responsable, contamos con mecanismos formales para la recepción, gestión y seguimiento de consultas y denuncias relacionadas con materias de Derechos Humanos, disponibles para colaboradores, personal externo, comunidades, proveedores y otros terceros. Entre estos mecanismos destaca el Canal de Integridad, que permite realizar denuncias y consultas de manera confidencial y, si así se desea, anónima, resguardando la identidad de quienes utilizan este canal. Las consultas o denuncias recibidas son analizadas conforme a los procedimientos internos establecidos, lo que permite identificar oportunamente eventuales impactos reales o potenciales en materia de Derechos Humanos y definir acciones correctivas cuando corresponda.

Estos mecanismos se complementan con los espacios de diálogo y relacionamiento comunitario en terreno, que operan como canales directos para la identificación temprana de inquietudes, reclamos o conflictos, fortaleciendo una gestión cercana, transparente y orientada a la remediación.

Durante 2025 realizamos 34 reuniones con vecinos, distribuidas en Chile (53%), Colombia (12%) y Perú (35%), complementadas con reuniones periódicas con autoridades locales.

Además, mediante mecanismos formales de quejas y reclamos, se registraron:

- > Chile: 26 reclamos
- > Colombia: 3 reclamos
- > Perú: 10 reclamos

El 100% fue gestionado y resuelto por los equipos de comunidades y los equipos de los centros urbanos correspondientes.

V. 5. B. Medición de impacto y fortalecimiento de capacidades

Durante 2025, con acompañamiento técnico de Lambda Consultores, fortalecimos capacidades internas para la gestión de iniciativas sociales (teoría de cambio, indicadores, monitoreo y evaluación), incorporando herramientas como SROI y de medición del alcance de nuestros programas y sus resultados. En continuidad con procesos previos, estimamos un beneficio directo para al menos 48.155 personas en los territorios donde operamos.

Asimismo, desarrollamos sesiones teórico-prácticas con responsables de los programas, avanzando en el diseño metodológico de las iniciativas. Como

resultado, para las cuatro iniciativas ESG elaboramos fichas de diagnóstico, árboles de problemas, teorías de cambio y matrices de indicadores, lo que nos permite tomar decisiones estratégicas respecto a nuestras iniciativas actuales y futuras además de avanzar de manera precisa en alcanzar el impacto deseado.

Este proceso nos permitió identificar oportunidades de mejora en la arquitectura de monitoreo, evaluación y aprendizaje, reforzando nuestro compromiso con una gestión comunitaria basada en evidencia y orientada a la generación de valor social sostenible.

Los avances y resultados de esta gestión son informados a través de instancias de gobernanza internas, como el Comité de Sostenibilidad y las Mesas de Sostenibilidad, además de una instancia anual de reporte al Directorio

Gestión de impactos y vínculo con los territorios

También contamos con procesos para identificar, monitorear y gestionar impactos reales y potenciales de nuestras operaciones y proyectos sobre los territorios y las comunidades, tales como conta-



minación acústica, congestión vehicular y gestión de residuos. Este enfoque se aplica en todas las etapas de los proyectos —desde la planificación y construcción hasta la operación— y se complementa con mecanismos formales de participación comunitaria que promueven el diálogo permanente y permiten comprender necesidades, expectativas y preocupaciones de los grupos de interés, asegurando una gestión oportuna, transparente y eficaz de los impactos.

Concebimos nuestros centros urbanos como espacios integrados a los territorios, promoviendo iniciativas que aportan al desarrollo local, fortalecen el tejido comunitario e impulsan oportunidades de empleo, emprendimiento y acceso a la cultura.

Desarrollamos nuestros proyectos y gestionamos nuestras operaciones respetando la identidad local, contribuyendo al desarrollo territorial mediante la generación de empleo y emprendimiento, el acceso a una cultura de calidad y la gestión responsable de los impactos asociados a nuestra actividad.

En el 2025 el 86% de nuestros centros urbanos cuentan con programas implementados de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo, incluido el uso de programas de desarrollo comunitario locales basados en las necesidades de la comunidad local. Continuaremos fortaleciendo este despliegue a través de programas emblemáticos como Plaza Comunidad, Plaza Emprende, la Aceleradora de Proyectos Sociales y las iniciativas con Personas Mayores, orientadas a disminuir brechas, impulsar el desarrollo local y crear valor sostenible en los territorios.



V. 5. C.

Política de Relacionamento Comunitario

NCG 461 4.2

Regimos nuestro accionar por nuestra Política de Sostenibilidad, que establece principios generales y compromisos para garantizar una gestión sostenible de nuestras actividades. En ella identificamos grupos de interés relevantes, entre los cuales la comunidad ocupa un lugar central, dada su estrecha vinculación con nuestra operación y nuestro rol como centros urbanos integrados a los territorios.

Con el objetivo de formalizar y profundizar este vínculo, contamos con una Política de Relacionamento Comunitario, que establece principios generales de conducta y compromisos que orientan una interacción cercana, transparente y sostenible con las comunidades en nuestras áreas de influencia. Esta política busca promover un modelo de relacionamiento basado en la confianza, el respeto mutuo y el desarrollo local, entendiendo a las comunidades como un activo clave para el crecimiento del negocio y la generación de valor compartido, con foco especial en grupos de interés locales y grupos en situación de mayor vulnerabilidad.

Esta política es extensible y aplicable tanto a nuestras operaciones directas como a nuestra cadena de valor. La Política de Sostenibilidad y de Relacionamento Comunitario de Plaza S.A. ha sido aprobada por el máximo órgano de gobierno (Directorio).

Mediante esta política —alineada con los desafíos sociales y ambientales de los territorios— implementamos planes y acciones proactivas orientadas principalmente a mitigar impactos. Trabajamos apoyados en matrices de riesgos y en un seguimiento permanente con los actores involucrados,



con una mirada amplia, constructiva y de largo plazo, buscando generar impactos positivos y duraderos.

Este enfoque se sustenta en estándares y marcos de referencia internacionales, como la ISO 26000 de Responsabilidad Social, los Principios Rectores sobre Empresas y Derechos Humanos de las Naciones Unidas y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Nuestros compromisos consideran la generación de oportunidades de empleo y emprendimiento, la promoción del acceso a la cultura, la evaluación y mitigación de impactos socioambientales, y la creación de espacios de diálogo activo y continuo con las comunidades.



V. 5. D. Canales de participación y diálogo

Nuestro modelo de relacionamiento con grupos de interés se basa en el establecimiento de canales de comunicación efectivos y la promoción de un diálogo constante. Esto nos permite comprender quiénes son, qué esperan y cómo perciben nuestras acciones. Para ello:

1. **Identificamos los grupos de interés relevantes, proceso que se desarrolla y valida en el marco de la materialidad, como parte de la identificación de temas doblemente materiales.**
2. **Determinamos el área responsable del relacionamiento.**
3. **Definimos objetivos, planes de acción y KPI asociados.**
4. **Establecemos canales y mecanismos de comunicación y diálogo.**
5. **Evaluamos periódicamente la percepción de nuestros grupos de interés respecto de nuestra gestión sostenible y modelo de relacionamiento.**

Nuestros canales oficiales de comunicación incluyen: relacionamiento en terreno, chats de interacción en tiempo real, diálogos comunitarios por centros urbanos, encuesta anual SSINDEX, redes sociales, página web, contact center, Canal de Integridad, Memoria Integrada Anual, retroalimentación

de programas de inversión social y correo corporativo. Contamos con equipos dedicados a apoyar el desarrollo de capacidades en las partes interesadas mediante instancias de diálogo permanente (reuniones presenciales, vía telefónica o *WhatsApp*) y acciones de acompañamiento que permiten a las comunidades comprender los proyectos, canalizar inquietudes y comunicarse de manera efectiva con nuestra organización.

Durante 2025 realizamos 34 reuniones con vecinos a nivel regional. Además, los coordinadores de comunidad, junto con los equipos de operaciones de los centros comerciales, mantienen reuniones periódicas con autoridades locales. En cada instancia reforzamos la disponibilidad de nuestros canales oficiales, incluyendo el contact center, el Canal de Integridad y el correo corporativo.

Nuestro relacionamiento se sustenta en principios de integridad, transparencia y cumplimiento normativo. Para resguardar una comunicación clara, completa y consistente, ponemos a disposición diversos canales de información corporativa, entre ellos la Memoria Integrada, informes de resultados, estados financieros, comunicaciones de eventos esenciales y espacios de relacionamiento periódico. De forma complementaria, nuestros indicadores de sostenibilidad son sometidos a procesos de auditoría externa anual.

Nuestro Canal de Integridad está también disponible para las comunidades, a través del cual es posible realizar consultas y denuncias. Complementariamente los espacios de participación y diálogo comunitario operan como un canal directo para la atención oportuna de inquietudes, reclamos y solicitudes, contribuyendo a fortalecer la confianza y la transparencia.



Mallplaza Vespucio, Chile

V. 5. E.

Plaza Emprende: fortaleciendo el ecosistema emprendedor

GRI 3-3

En Mallplaza entendemos que el desarrollo de nuestras comunidades va de la mano del fortalecimiento de quienes impulsan la economía local. Bajo esta convicción, Plaza Emprende se consolida como una de nuestras principales iniciativas de impacto social, orientada a impulsar el crecimiento y fortalecer las capacidades de emprendedores, de manera de contribuir a la sostenibilidad y proyección de sus negocios.

Los objetivos de esta iniciativa son:

- a. Generar oportunidades concretas de desarrollo, a través de la habilitación de espacios de comercialización, la entrega de herramientas digitales y de gestión mediante un robusto programa de formación, y la promoción de redes de colaboración entre los emprendedores que participan de la iniciativa.
- b. Fortalecer el ecosistema emprendedor local y regional, integrándolo activamente a nuestros centros urbanos.

Durante 2025, el programa ejecutó una robusta pa-rrilla de formación, diseñada para responder a las necesidades reales del ecosistema emprendedor, aportando herramientas concretas para la mejora de la gestión de los negocios.

A través de un formato mayoritariamente virtual, Plaza Emprende amplió su alcance territorial, be-neficiando a más de 1.399 personas emprendedo-ras únicas de Chile, Colombia y Perú.

En el período:

- > Se impartieron 20 capacitaciones
- > Se realizaron 32 sesiones en tres formatos:
 - 10 Capacitaciones Libres
 - 6 Talleres de Habilidades Comerciales
 - 4 Cursos Fortalece

Distribución regional de personas emprendedoras

Chile: 60% (683 personas)

Colombia: 31% (359 personas)

Perú: 9% (98 personas)

Esta distribución confirma el carácter regional del programa y su capacidad de generar una comu-nidad de aprendizaje transversal a los tres países donde operamos.

Contenidos orientados a la gestión y sostenibilidad del negocio

Las temáticas abordadas incluyeron postulación a fondos concursables, gestión del tiempo y pro-ductividad, marca e identidad local, inteligencia artificial aplicada a emprendimientos, innovación, fotografía y vitrinismo, comercio digital, *burnout* y formalización tributaria en Chile y Colombia.

Los Cursos Fortalece profundizaron en adjudica-ción de fondos, productividad y rentabilidad, tec-nologías y nuevas tendencias, e imagen y marca, mediante una metodología práctica, cercana y apli-cada a casos reales.

Impacto y satisfacción

El impacto del programa se reflejó en altos niveles de satisfacción y resultados concretos: ISN: 99,5% y NPS: 95,4.

- > El **97%** de quienes participaron en Capacitaciones Libres declaró sentirse más preparado/a para gestionar su emprendimiento.
- > El **96%** de quienes cursaron Cursos Fortalece indicó sentirse más preparado/a tras completar el proceso formativo.
- > El **100%** de participantes de Cursos Fortalece señaló estar más cerca de cumplir los objetivos y propósitos de su negocio.
- > Un **73%** destacó que el programa contribuyó a generar vínculos con otras personas emprendedoras.

Estos resultados reflejan no solo una alta valora-ción del programa, sino también su contribución efectiva al fortalecimiento de capacidades y a la consolidación de redes dentro del ecosistema em-prendedor.

Se registraron 1.707 personas conectadas y se alcanzaron 1.140 personas emprendedoras únicas conectadas, a las que se suman 259 participantes adicionales del Taller de Habilidades Comerciales en formato asincrónico.



Jornadas de limpieza

A lo largo del año impulsamos y coordinamos diversas jornadas de limpieza de manglares y ríos en Colombia, en coherencia con nuestro compromiso con el entorno y las comunidades, y con uno de nuestros pilares ESG: la promoción de la acción por el clima.

En Cartagena, en conjunto con el Departamento de Gestión Social de Pacaribe, dimos continuidad a los voluntariados mensuales de limpieza del manglar de la Laguna Chambacú. Durante 2025 realizamos 10 jornadas de limpieza, en las que recolectamos 1.577 kg de residuos no aprovechables y 708 kg de residuos aprovechables, de los cuales 641 kg corresponden a residuos orgánicos. En total gestionamos 331 bolsas de residuos, con el apoyo de un promedio de 30 voluntarios por jornada y la participación acumulada de 28 colaboradores de Mallplaza a lo largo del año.

De manera complementaria, continuamos con las jornadas de limpieza del río Cañaveralejo, ubicado en las cercanías de Mallplaza Cali. Estas actividades se desarrollaron en articulación con socios comerciales como IKEA y Sodimac y con diversas instituciones públicas y privadas, entre ellas la Policía Nacional, la Fuerza Aérea, Seguridad Superior, DAGMA, el Colegio Naciones Unidas, Grupo Páramo – Arena Cañaveralejo, la Alcaldía de Santiago de Cali (Mi Cali Bella), la Secretaría de Seguridad y Justicia, Ciudad Limpia y Summar.



Gracias a este esfuerzo colaborativo, realizamos 9 jornadas de limpieza durante el año, en las que recolectamos 855.890 kg de residuos no aprovechables, gestionados en 504 bolsas. Estas actividades contaron con un promedio de 40 asistentes por jornada y la participación acumulada de 42 voluntarios de Mallplaza.

Impacto a grupos de interés locales y comunidades

Durante 2025, Mallplaza identificó impactos económicos significativos asociados a iniciativas integradas a su modelo de negocio y a su estrategia socioambiental en la Región, con foco en comunidades y emprendedores.

En el ámbito comunitario, la compañía generó impactos vinculados a la mejora de la calidad de vida y la protección del medioambiente, a través del financiamiento de proyectos comunitarios con enfoque socioambiental en Chile y Colombia. Estos proyectos se alinean con parámetros de referencia externos y prioridades de los grupos de interés, contribuyendo a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) relacionados con la Reducción de las desigualdades, el Desarrollo de ciudades y comunidades sostenibles y la Acción por el clima. La valorización del impacto de estas iniciativas durante



2025 alcanzó los CLP 81.403.468, con un impacto acumulado a la fecha de CLP 247.434.546. Adicionalmente, durante el año se fortalecieron las capacidades institucionales de Mallplaza para la medición de sus iniciativas socioambientales, mediante la capacitación de equipos y la mejora del diseño de programas y procesos de medición.

Por otra parte, Mallplaza generó impactos económicos indirectos relevantes en la comunidad de emprendedores en Chile, Perú y Colombia, a través de un programa concebido como un centro de oportunidades de crecimiento para emprendimientos en distintas etapas de desarrollo. Este programa contempla la provisión de espacios de comercialización para la venta de productos, la entrega de herramientas digitales para una mejor gestión del negocio mediante un programa de formación, y la generación de redes entre emprendedores participantes. En 2025, la valorización del impacto económico de estas iniciativas fue de CLP 454.276.549, alcanzando un impacto acumulado de CLP 1.578.397.409. Al igual que en el caso de las iniciativas comunitarias, durante el período se reforzaron las capacidades internas para una medición más robusta de estos impactos.

De esta manera, los impactos económicos indirectos reportados para 2025 reflejan la contribución de Mallplaza al desarrollo económico local y regional, en coherencia con las prioridades de sus grupos de interés.

Plaza Comunidad

Este proyecto transforma los centros urbanos en plataformas de servicio, prevención, cultura y empleabilidad, fortaleciendo el vínculo con las comunidades y generando valor compartido en los territorios donde Mallplaza opera. Durante 2025 alcanzó una cobertura del 100% en Chile y Colombia y del 66,7% en Perú (considerando la transición luego de la adquisición de Open Plaza).

La iniciativa estructuró su gestión en 14 ámbitos de acción, abarcando salud y vacunación, donación de sangre y operativos médicos; cultura y acciones sociales; ciudadanía y apoyo institucional; educación; deporte; bienestar animal; seguridad; medioambiente; empleabilidad y vinculación universitaria. A través de un modelo de articulación multisectorial de alianzas con municipalidades, ministerios, hospitales, universidades y organizaciones sociales, los centros urbanos funcionaron como espacios de acceso a servicios públicos, campañas preventivas, actividades culturales, orientación ciudadana, jornadas ambientales y ferias laborales. De esta manera se pone la infraestructura y capacidad de convocatoria de Mallplaza al servicio del desarrollo territorial y la generación de empleos, ampliando su aporte social más allá de la actividad comercial.



Transporte sostenible

Promovemos activamente la movilidad sostenible en nuestros centros comerciales mediante diversas iniciativas que fomentan el uso de medios de transporte menos contaminantes. Como parte de nuestro compromiso con la reducción de emisiones y la promoción de alternativas de transporte sostenibles, implementamos infraestructura de carga para vehículos eléctricos, instalando puntos de carga rápida en Mallplaza Los Dominicos, Mallplaza Egaña y Mallplaza Norte. Esta medida representa un avance significativo en electromovilidad, porque facilita la transición a formas de transporte más limpias y eficientes.

Además, promovemos la movilidad activa mediante la provisión de 4.633 ciclisteros a nivel regional, fomentando el transporte sostenible y saludable, ya que, además de facilitar el acceso a los centros comerciales, contribuye a la reducción del tráfico y la huella de carbono asociada al transporte motorizado privado.

Asimismo, fomentamos el uso de sistemas de transporte público, ya que el 100% de nuestros centros comerciales se encuentran a menos de 10 minutos a pie desde un paradero de transporte público y compartido, garantizando una conectividad eficiente con los centros comerciales. Buscamos integrar la infraestructura con las opciones de transporte público, aprovechando la ubicación central de nuestros centros comerciales y facilitando las conexiones con las redes de metro, autobús y taxis compartidos. Adicionalmente, cuatro de nuestros malls en Chile (Mallplaza Arica, Mallplaza La Serena, Mallplaza Norte y Mallplaza Trébol) y dos en Perú (Mallplaza Comas y Mallplaza Atocongo) cuentan con pasarelas sobre nivel, asegurando un ingreso seguro a nuestros malls. De esta forma contribuimos a una mayor señalización de rutas de evacuación y zonas de peligro, proporcionando así un espacio de visita seguro donde los riesgos están controlados.



Mallplaza Egaña, Chile

Aceleradora de proyectos sociales

Como parte de nuestra estrategia de vinculación con el entorno y fortalecimiento del desarrollo territorial, impulsamos la Aceleradora de Proyectos Sociales, iniciativa desarrollada en alianza con Fundación Junto al Barrio, con quien mantenemos una colaboración de más de una década orientada al fortalecimiento de organizaciones y comunidades locales.

Durante 2025, la Aceleradora se consolidó como un mecanismo estructurado de colaboración público-privada que combina acompañamiento técnico, fortalecimiento organizacional y financiamiento concursable para la implementación de proyectos comunitarios de impacto local. A través de este modelo, promovemos el protagonismo de las comunidades en la construcción de barrios más inclusivos y sostenibles, integrando el impacto social y ambiental en los territorios donde operamos.

El programa contempla un proceso de convocatoria, formación en formulación y gestión de proyectos, acompañamiento especializado y financiamiento para la ejecución de las iniciativas seleccionadas. Las propuestas apoyadas se orientan principalmente a la recuperación y activación de espacios públicos, el mejoramiento de entornos

barriales, la implementación de equipamiento comunitario y el desarrollo de iniciativas socioambientales que fortalecen la cohesión social y el encuentro vecinal.

Más allá del financiamiento, el proceso fortaleció las capacidades de gestión de las organizaciones participantes, promoviendo mayor autonomía y sostenibilidad en el desarrollo de sus iniciativas.

A través de esta iniciativa, continuamos consolidando un modelo de intervención territorial que articula a la comunidad, la sociedad civil y nuestros centros urbanos, fortaleciendo el vínculo con los territorios como parte integral de nuestra estrategia de largo plazo y contribuyendo a la creación de valor sostenible.

En 2025, la Aceleradora apoyó 16 proyectos comunitarios en las comunas de La Florida, Cerrillos, Maipú, Estación Central, Huechuraba, San Bernardo y La Reina, beneficiando directamente a 12.229 personas (4.334 en el ciclo febrero-marzo y 7.895 en el ciclo noviembre - diciembre del año 2025).

V. 6.

Gestión responsable de proveedores y servicios externos

NCG 461 5.9, GRI 2-8, GRI 3-3

Gestionamos nuestra relación con proveedores y empresas contratistas bajo principios de transparencia, cumplimiento y responsabilidad, en línea con nuestros estándares corporativos y normativos. Esta gestión busca asegurar continuidad operacional, calidad de servicio y una cadena de suministro íntegra, incorporando criterios de evaluación y control que promueven prácticas responsables en los países donde operamos.

V. 6. A.

Pago oportuno y condiciones de relacionamiento con proveedores

NCG 461 7.1

Velamos por el cumplimiento de obligaciones laborales de nuestros contratistas como condición para la generación de estados de pago (EDP) en Chile, Perú y Colombia. En Chile, solicitamos al momento de cursar un EDP los documentos de respaldo F-30 y F-30-1 (en Perú y Colombia no aplica).

Respetamos con rigurosidad los plazos establecidos en contratos u órdenes de compra y mantenemos una política de pago por prestación de servicios, con plazos justos y en cumplimiento de la legislación vigente.

Previo a ser invitado, cualquier proveedor pasa por un proceso de evaluación tributaria ejecutado por el área de Abastecimiento, para verificar el cumplimiento de requisitos solicitados por Mallplaza. El área de Cuentas por Pagar gestiona los pagos una vez que se recibe el documento tributario correspondiente (Chile, Perú y Colombia).

Entre las acciones implementadas, destacamos:

- > Revisión de documentación para la emisión de estados de pago.
- > Reforzamiento periódico de la relación y de la correcta presentación de documentación tributaria (comunicaciones a proveedores).
- > Homologación regional de la gestión de órdenes de compra y pagos, mediante un procedimiento de aprobación de estados de pago de constructoras, incluyendo recepción, revisión, aprobación, pago y retenciones por fondo de garantías.

En relación con los plazos máximos, nuestra meta interna es cumplir con los plazos legales de cada país:

1. **Chile:** Cumplimiento de la ley de pago a 30 días, considerando que pueden existir acuerdos ratificados ante el Ministerio de Economía por plazos mayores.
2. **Perú:** Para Mypes, cumplimiento de ley de pago a 30 días.
3. **Colombia:** Por Ley de Plazos Justos, el plazo máximo para una Pyme no puede exceder 45 días.

Proveedores críticos. Consideramos como críticos a aquellos que pueden afectar las operaciones normales de la compañía por su especialización o por la escasez de alternativas. En particular:

- > Proveedores operativos sin reemplazo inmediato (limpieza, seguridad y estacionamiento).
- > Servicios básicos (agua, luz, gas y telecomunicaciones).
- > Proveedores principales de proyectos y obras de construcción en ejecución.



V. 6. B.

Estándares exigidos a contratistas y subcontratistas

NCG 461 7.2, GRI 308-1, GRI 308-2, GRI 414-1, GRI 414-2

En nuestra gestión exigimos a proveedores, contratistas y subcontratistas el estricto cumplimiento de leyes laborales y ambientales. Adicionalmente, deben adherirse al Reglamento Especial para Empresas Constructoras y Subcontratistas de Mallplaza, lo que permite integrar requisitos mínimos ambientales en la construcción y operación de proyectos, priorizando el bienestar y seguridad de las personas y el respeto por el medioambiente.

Cada contratista, según el alcance de sus servicios, debe diseñar e implementar un programa orientado a la prevención, mitigación y control de la contaminación, y al relacionamiento con la comunidad y el entorno, el cual es aprobado por el área de Sustentabilidad, en base a estándares mínimos.

Asimismo, todos nuestros contratistas deben presentar antecedentes que acrediten el pago de leyes sociales o previsionales de sus trabajadores. Esta supervisión es realizada por Operaciones o Construcción, dependiendo del contrato.

En términos de estándares, nuestros proveedores deben cumplir y respetar la normativa legal vigente, incluyendo:

1. Protección de los Derechos Humanos.
2. Cuidado de la biodiversidad biológica, los ecosistemas y la prevención de la degradación de los hábitats naturales que puedan ser ocasionados por sus actividades.
3. Libertad de afiliación, asociación y negociación colectiva.
4. Adhesión a los principios del trabajo digno.
5. Prohibición del trato injusto o discriminatorio, que falte a la dignidad y el respeto. No se toleran castigos físicos como medida disciplinaria, acoso mediante acciones sistemáticas y continuas (mobbing), discriminación, amenazas de violencia o cualquier otra forma de abuso o maltrato físico, psicológico o sexual.
6. Contar con entornos de trabajo sanos y seguros, respetando todas las normas legales y/o laborales vigentes respecto de sus trabajadores.
7. Prohibición de contratar o promover el trabajo infantil.
8. Rechazo al trabajo forzoso o bajo coacción. Este tipo de trabajo solo será admitido cuando se enmarque en programas de reinserción social y/o decretado por autoridad judicial. Sus condiciones deberán ser previamente informadas por los proveedores.
9. Lucha contra la corrupción, extorsión y soborno.
10. Rechazo a cualquier tipo de práctica anticompetitiva. Mallplaza no acepta el envío de información relativa a sus competidores y no proporcionan información sobre sus proveedores a sus competidores.



Mallplaza Los Dominicos, Chile

Procedimientos de verificación y evaluación en la cadena de suministro

Para fortalecer nuestros procesos de evaluación y garantizar integridad en la cadena de suministro, contamos con una plataforma que refuerza la revisión de riesgos sociales de los proveedores mediante la verificación de posibles causas civiles y laborales registradas en el Poder Judicial.

Todos los proveedores que mantienen relaciones comerciales con Mallplaza deben entregar información veraz, vigente y completa para su evaluación, registro y eventuales fiscalizaciones, en cumplimiento con nuestra Política de Relacionamento con Proveedores.

Con el objetivo de incorporar a los mejores socios estratégicos, Mallplaza cuenta con un procedimiento de evaluación de proveedores, que consiste en realizar diferentes revisiones y validaciones de acuerdo al proceso en que estén participando las empresas.

Este procedimiento exhaustivo considera criterios como historial de seguridad laboral, cumplimiento de normativas de salud y seguridad, responsabilidad previsional, fiabilidad y compromiso con los proyectos, así como el historial de cumplimiento contractual. Además, incluye la revisión del estado financiero, el cumplimiento normativo, la identificación de conflictos de interés y, de manera destacada, variables ESG (ambientales, sociales y de gobernanza).

El resultado de esta evaluación influye en la adjudicación de contratos y determina la línea de riesgo referencial del proveedor. Su validez es anual, por lo que se requiere una reevaluación para participar en futuras Solicitudes de Propuesta, corrigiendo cualquier incumplimiento detectado.

Dado nuestro alcance regional en Chile, Perú y Colombia, algunas variables se ajustan a la normativa específica de cada país. Para garantizar el cumplimiento y la calidad, nuestro sistema de evaluaciones y auditorías funciona de manera remota y en terreno, con revisiones documentales en temas de Salud y Seguridad Ocupacional (SSO) y Medioambiente (MA), siguiendo criterios definidos por la

Subgerencia de Prevención de Riesgos y Sustentabilidad de acuerdo con los estándares operacionales y rutinas establecidas en cada contrato. Además, se exige documentación mensual para verificar el cumplimiento de leyes sociales y certificaciones específicas para roles críticos como guardias y paramédicos.

En terreno, utilizamos plataformas para identificar trabajos críticos y no rutinarios, realizando chequeos regulares mediante listas de control semanales o diarias, complementadas con auditorías especializadas por firmas externas acreditadas, incluyendo inspecciones sanitarias y de seguridad. Estas evaluaciones se rigen por estándares industriales reconocidos y por los criterios definidos en los contratos, aplicando los estándares operacionales de Mallplaza.

Finalmente, establecemos planes de acción correctiva y de mejora, revisados en reuniones con los prevencionistas de riesgos de cada centro urbano. Cuando no se evidencian medidas eficaces para prevenir accidentes, se exigen modificaciones en los procedimientos de trabajo. Asimismo, aplicamos descuentos y multas para asegurar la adhesión a nuestras directrices de seguridad y operación.

En Mallplaza, valoramos profundamente el trabajo conjunto con nuestros proveedores. Por ello, y para asegurar una relación transparente y de excelencia, invitamos a todos quienes colaboran con nosotros a mantener su información siempre fidedigna, vigente y completa. Esto nos permite cumplir con nuestra Política de Relacionamento con Proveedores y garantizar procesos de evaluación y registro exitosos. Paralelamente, estas instancias son una oportunidad para detectar puntos críticos y establecer, en conjunto, planes de acción correctiva.

En esta misma línea de trabajo, hemos implementado la “Evaluación de Proveedores Full” para quienes participan en nuestras Solicitudes de Propuesta (RFP). Esta evaluación se realiza para todos aquellos proveedores que participan en los procesos de solicitud de propuesta que superan cierto umbral, generalmente establecido en función del monto de la propuesta.



CAPÍTULO VI

Gestión climática y desempeño ambiental



VI. 1.

Gestión ambiental

La gestión climática de Mallplaza se sustenta en un marco corporativo definido a partir de la Política Ambiental y de Cambio Climático que promueve y exige la protección del medioambiente. En ella se definen nuestros compromisos y mecanismos de cumplimiento ambientales, con el objetivo de gestionar de manera responsable los impactos de la operación, nuestra huella de carbono y avanzar hacia una mejora continua del desempeño ambiental en los países donde operamos.

Este enfoque nos permite abordar de forma estructurada los riesgos y oportunidades asociadas al cambio climático, incorporando criterios ambientales en la toma de decisiones del negocio y asegurando la consistencia de la gestión a nivel regional.

VI. 1. A

Política ambiental y cambio climático

NCG 461 4.2 | GRI 3-3, 201-2

Nuestra Política Corporativa de Medioambiente y Cambio Climático, fue aprobada por el Directorio en 2012 en Chile y 2023 en Perú y Colombia, y nuestro Sistema de Gestión Ambiental (SGA) está certificado, auditado y verificado bajo la norma ISO 14001. En ella se establecen los principios y lineamientos que orientan la gestión ambiental de Mallplaza y se define su alcance, que incluye sus propias operaciones y filiales en Chile, Colombia y Perú (antes de la adquisición de Open Plaza a finales de 2024).

Mediante esta política formalizamos nuestro compromiso con la eficiencia operativa, la protección del entorno y el cumplimiento normativo, lo que se traduce en una gestión robusta estructurada en el pilar: Promovemos la acción por el clima, del cual se desprenden compromisos y ámbitos de acción que asumimos.

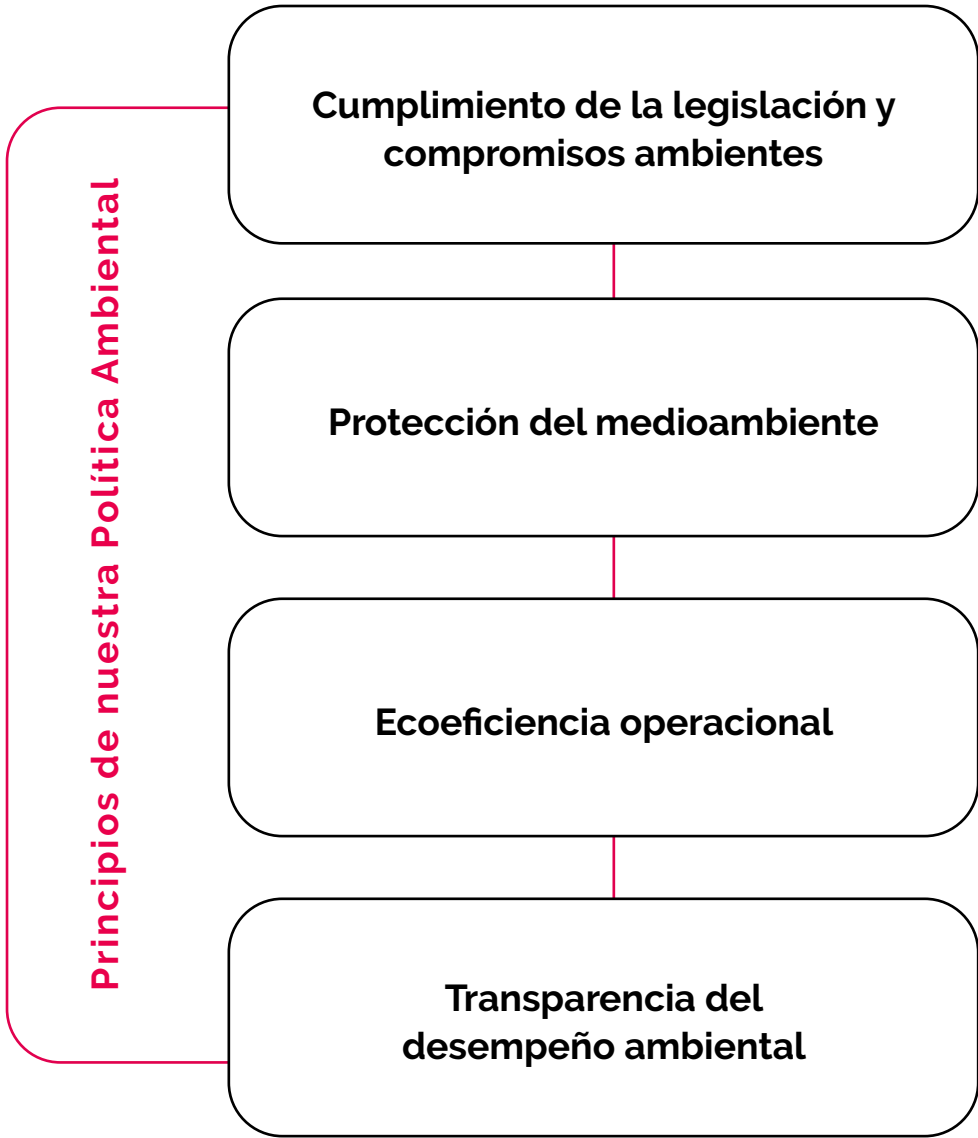


Mallplaza Los Dominicos, Chile



Pilar	Foco	Ámbito	Compromiso	ODS asociado
Promovemos la acción por el clima	Avanzar en una gestión más eficiente, sustentable y circular para contribuir a la mitigación de la emergencia climática	Eficiencia energética y huella de carbono	> Nuestro suministro eléctrico será de energías 100% renovables en 2026	
			> Disminuiremos un 22% la intensidad energética del gasto común al 2035 con línea base 2019 (kWh/GLA)	
			> En 2030 eliminaremos el uso de hidroclorofluorocarbonos (HCFC) en nuestros sistemas de clima	
			> Ser Cero Neto Alcance 1 y 2 en 2035	
		Eficiencia hídrica	> Disminuiremos un 30% la intensidad de consumo directo de agua al 2025 con línea base 2019 (m3/GLA)	
		Economía circular y gestión de residuos	> En 2025 valorizaremos el 60% de los residuos generados por nuestros centros urbanos	

Los principios que orientan nuestra gestión ambiental son el cumplimiento de la legislación y compromisos ambientales como base de la gestión ambiental; la protección del medioambiente, la ecoeficiencia operacional y la transparencia del desempeño ambiental. Estos principios permiten integrar criterios ambientales en la gestión del negocio y asegurar una aplicación consistente de la política en los distintos países donde opera la compañía.



VI. 1. B

Programa de Cumplimiento para Empleados y Proveedores

En el marco de nuestra Política Corporativa de Medioambiente y Cambio Climático, promovemos que nuestros proveedores operen bajo los estándares ambientales definidos por Mallplaza, los cuales se encuentran recogidos tanto en esta política como en el Programa de Cumplimiento para Empleados y Proveedores. Dicho programa considera mecanismos orientados a asegurar el cumplimiento de la normativa ambiental vigente, la adecuada gestión de riesgos y oportunidades asociados al medioambiente y la definición de responsabilidades específicas para su supervisión.

Este enfoque busca extender los principios de la gestión ambiental de Mallplaza a su cadena de valor, fortaleciendo prácticas responsables y coherentes con los compromisos ambientales asumidos por la compañía en los países donde opera.

Como parte de nuestro compromiso con la mejora continua del desempeño ambiental, la compañía define objetivos y metas ambientales que orientan la gestión de sus operaciones y que son monitoreados de manera sistemática, permitiendo evaluar avances, identificar brechas y promover acciones de mejora cuando corresponda.

En este contexto, nuestros colaboradores cumplen un rol fundamental en la implementación de la Política Ambiental y de Cambio Climático. Su participación abarca desde la recopilación, gestión y reporte de información ambiental relevante, hasta la aplicación de los lineamientos definidos y la identificación de eventuales desviaciones o incumplimientos en su ámbito de acción, fortaleciendo una cultura organizacional basada en la responsabilidad ambiental y el cumplimiento.

Para más detalles de la Política Ambiental y de Cambio Climático

[Revisa aquí](#)



Mallplaza Egaña, Chile



VI. 1. C

Programa de Cumplimiento Ambiental

NCG 461 8.3

De acuerdo a los lineamientos de nuestra Política, el Programa de Cumplimiento Ambiental exige el cumplimiento de las exigencias regulatorias y de los lineamientos internos definidos por la compañía. Este programa se articula con el Sistema de Gestión Ambiental y considera mecanismos de control, supervisión y mejora continua del desempeño ambiental.

El programa contempla la definición de responsabilidades, procedimientos de seguimiento y acciones orientadas a prevenir desviaciones, gestionar riesgos ambientales y fortalecer una cultura de cumplimiento en toda la organización. Los resultados del programa se reportan semestralmente al Directorio de Mallplaza.



En el proceso de implementación y mejora continua del Programa de Cumplimiento participa:

- a. Área de Sustentabilidad:** Encargada de llevar a cabo las acciones planificadas.
- b. Área de Cumplimiento:** Revisa la correcta implementación y cumplimiento del Programa de Cumplimiento.
- c. Oficial de Cumplimiento:** Persona responsable de la implementación y gestión del Programa.



VI. 1. D.

Sistema de Gestión Ambiental

Desde 2012 la compañía mantiene un Sistema de Gestión Ambiental (SGA) certificado bajo la norma ISO 14001, cuyo objetivo es buscar constantemente maneras de reducir su impacto ambiental. En noviembre de 2024, el alcance del SGA se amplió de 17 a 26 centros urbanos en Chile, Perú y Colombia, lo que representa el 100% de las operaciones de Mallplaza antes de la adquisición de Open Plaza en Perú a finales de 2024.

Durante 2025, se recertificaron los 26 centros comerciales bajo la norma ISO 14.001 con la Casa Certificadora Aenor.

Para 2026 se realizará la integración de los 11 activos de Open Plaza en Perú, por lo que se incluirán en la certificación ISO 14.001.

Este sistema garantiza una mejora continua y la estandarización de procesos en toda la cartera. La estrategia de medioambiente se materializa a través de metas específicas y criterios técnicos de diseño orientados en eficiencia hídrica y energética, implementando tecnologías de bajo consumo (grifería eficiente) y cumplimiento de metas de desempeño enfocadas en reducir la intensidad energética respecto a la línea base de 2019. También se considera la gestión orientada a la descarbonización, integrando criterios de reducción de emisiones de carbono tanto en el diseño de nuevos proyectos y

en ampliaciones como en la adquisición de equipos y normas de mantenimiento. En relación a la gestión de residuos existe una definición de metas claras para la gestión de residuos definiendo porcentajes de valorización, orientando la operación hacia una gestión "Zero Waste" (Cero Residuos).

En los procesos de adquisición de activos, Mallplaza integra una evaluación ambiental exhaustiva. Este *Due Diligence* verifica el cumplimiento normativo y la vigencia de instrumentos de gestión esenciales, tales como resoluciones de calificación ambiental (RCA) y declaraciones de im-

pacto ambiental (DIA), licencias ambientales y permisos sectoriales específicos.

Para sustentar esta gestión, la compañía dispone de informes de desempeño energético e hídrico (comparativa vs. 2019), matriz de cumplimiento legal y expedientes de *Due Diligence* de adquisiciones recientes, registros de comunicación en el Portal de Tiendas y manuales de normas operativas para locatarios. De igual manera se realizan auditorías internas basadas en los requisitos exigidos por el sistema de gestión.

Contamos con un Programa de Cumplimiento Ambiental, inserto en la Gerencia de Operaciones y a cargo de un oficial de cumplimiento. Sus objetivos son establecer, comunicar y guiar las conductas esperadas en relación con el medioambiente.

Establecer los mecanismos que den cumplimiento a las exigencias legales y a los compromisos adquiridos, gestionar los riesgos que se manifiestan en su relación con el medioambiente, designar un colaborador en calidad de oficial de cumplimiento.



Mallplaza Oeste, Chile



VI. 2.

Riesgos y oportunidades climáticas

NCG 461 4.2 | GRI 3-3, 201-2 | SASB IF-RE-410A.2, IF-RE-450A.2

La gestión de riesgos y oportunidades asociados al cambio climático forma parte de nuestro Modelo Integral de Riesgos, los que analizamos según su tipo:

RIESGOS FÍSICOS

- > Riesgo físico agudo
- > Riesgo físico crónico

RIESGOS DE TRANSICIÓN

- > Riesgo reputacional
- > Riesgo regulatorio y legal
- > Riesgo tecnológico
- > Riesgo de mercado

Este enfoque integral de gestión ambiental de Mallplaza se articula con su Política de Medioambiente y Cambio Climático, el Sistema de Gestión Ambiental y la hoja de ruta corporativa de huella de carbono. Todo esto nos permite identificar, evaluar y gestionar los riesgos climáticos que pueden

afectar la continuidad operativa, el desempeño ambiental y los resultados del negocio, así como reconocer oportunidades para fortalecer la eficiencia, la resiliencia de los activos y la creación de valor de largo plazo. Además, permiten definir Indicadores clave de riesgo (KRIs), su monitoreo continuo y la implementación de controles internos robustos para su mitigación.

Para más información:

[Revisa aquí](#)

Identificación y gestión de riesgos climáticos

Nuestras operaciones están expuestas tanto a riesgos físicos como a riesgos de transición asociados al cambio climático; por lo que analizamos estos riesgos de manera transversal, e integramos criterios ambientales en los procesos de gestión y toma de decisiones.

Entre los riesgos físicos, se consideran aquellos derivados de eventos climáticos extremos y de cambios en las condiciones ambientales, tales como interrupciones en el suministro eléctrico, afectaciones a la infraestructura y variaciones en la disponibilidad de recursos, particularmente en contextos de estrés hídrico. Estos factores pueden incidir en la continuidad operacional de los centros urbanos y en el consumo de recursos energéticos e hídricos.

En cuanto a los riesgos de transición, se identifican aquellos asociados a cambios regulatorios, exigencias normativas más estrictas, evolución de estándares ambientales, disponibilidad y costo de fuentes energéticas, y expectativas crecientes de inversionistas, clientes y otros grupos de interés en materia de desempeño ambiental y acción climática.

La identificación y evaluación de estos riesgos se vincula con los procesos de gestión ambiental y de riesgos corporativos, permitiendo priorizar acciones preventivas y definir medidas de control y mitigación cuando corresponda.



Oportunidades asociadas al cambio climático

Junto con la gestión de riesgos, hemos identificado oportunidades asociadas al cambio climático que pueden contribuir a fortalecer la eficiencia operativa, reducir impactos ambientales y avanzar en sus compromisos ESG. Una de ellas es la optimización del consumo energético, el incremento progresivo del uso de energías renovables, la estandarización de prácticas ambientales a nivel regional y el fortalecimiento de los sistemas de gestión y control. Asimismo, la adopción de criterios ambientales en el diseño, operación y mantención de los activos permite mejorar su desempeño y resiliencia frente a escenarios climáticos cambiantes.

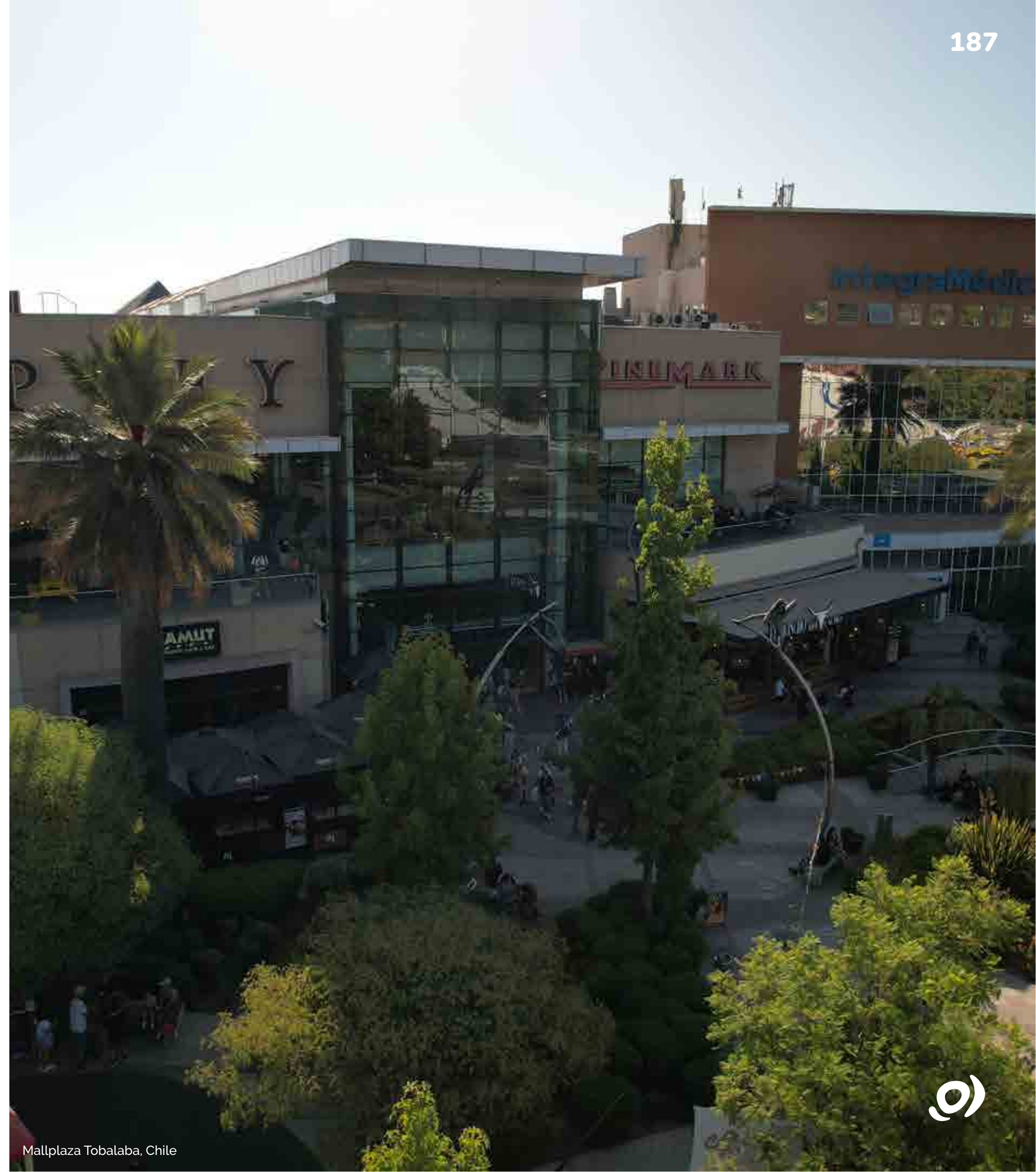
La definición de metas de reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y el avance hacia su alineamiento con iniciativas internacionales basadas en la ciencia constituyen también una oportunidad para consolidar una gestión climática más robusta y transparente, en coherencia con los lineamientos del Grupo Falabella y las expectativas del mercado.

Integración en la gestión y toma de decisiones

El enfoque de Mallplaza permite incorporar consideraciones climáticas en la planificación, operación y mejora continua de los centros urbanos.

Los resultados cuantitativos asociados a emisiones, consumo energético, eficiencia hídrica y otros aspectos ambientales se presentan en los apartados específicos de este capítulo, mientras que la gestión de riesgos y oportunidades se aborda desde una perspectiva estratégica, orientada a fortalecer la resiliencia del negocio y su sostenibilidad de largo plazo.

Durante el 2025, se revisaron los riesgos específicos de cambio climático y se actualizaron los modelos de evaluación en conjunto con el Grupo Falabella, alineando la metodología a las recomendaciones del TCFD y el estándar IFRS S2. Este proceso focalizó el análisis en modelos climáticos validados por la ciencia para enriquecer la priorización según su probabilidad e impacto inherente, permitiendo avanzar hacia una evaluación con base objetiva que incorpora tanto la sensibilidad de cada negocio como el monitoreo de requerimientos regulatorios en coordinación con la gestión de cumplimiento. Finalmente, se espera contar con los resultados de esta evaluación y sus dimensiones locales para su integración definitiva en los procesos de gobernanza y reporte del Grupo y de Mallplaza.



Mallplaza Tobalaba, Chile

VI. 3.

Emisiones y energía

NCG 461 4.2 | GRI 305-1, 305-2, 305-3 302-1, 302-3, 302-4 | IF-RE-130A.5

Del total de nuestros centros urbanos, 26 cuentan con un sistema de gestión de energía certificado bajo el estándar ISO 50001:2018, este considera:

- 1. Política energética compartida con colaboradores externos e internos
- 2. Planificación energética de sistemas energointensivos
- 3. Diseño y control operacional para maximizar el desempeño energético
- 4. Seguimiento de metas e indicadores de eficiencia energética
- 5. Mejora continua a través de auditorías y nuevos proyectos

Las herramientas de gestión utilizadas para optimizar estos procesos se componen por BMS (Building Management System), un hardware para el control y automatización de los sistemas eléctricos, que permite eficientizar el consumo energético de HVAC, iluminación y el PME (Power Monitoring Expert) de Schneider como sistema de medición digital e inteligente. Este permite la lectura eléctrica de los locales comerciales en tiempo real y el análisis energético de las conexiones generales o sectoriales.

En todos nuestros centros urbanos contamos con controles permanentes y continuos de nuestros equipos en operación, para maximizar la eficiencia energética.

En relación a la gestión de las emisiones de Gases de Efecto Invernadero, esto forma parte del enfoque climático de Mallplaza y se desarrolla en coherencia con los compromisos nacionales e internacionales. Participamos activamente en

el Programa HuellaChile y HuellaPerú, iniciativas de cada país respectivamente, para articular los esfuerzos del sector privado para contribuir al cumplimiento de las metas establecidas en el marco del Acuerdo de París.

De manera complementaria, formamos parte del Comité de Sostenibilidad de la Cámara de Comercio de Santiago, organismo registrado en HuellaChile, desde donde participamos en instancias de coordinación sectorial y en el intercambio de buenas prácticas en gestión climática. Asimismo, integramos Acción Empresas, capítulo local del Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible (WBCSD), entidad reconocida por HuellaChile y que participa en una alianza público-privada junto al Ministerio del Medioambiente y la Corporación de Fomento de la Producción (CORFO), orientada a acelerar la implementación de prácticas de mitigación y adaptación al cambio climático a través del Programa Transforma Cambio Climático.

También participamos en la Cámara Chilena de la Construcción, institución que ha manifestado su compromiso con los objetivos del Acuerdo de París, incorporando criterios ambientales y de descarbonización a través de su pilar ESG y su contribución a la Estrategia Nacional de Huella de Carbono.



VI. 3. A.
Emisiones

Mallplaza ha definido 2021 como el año base para sus objetivos de reducción de emisiones de Gases de Efecto Invernadero (GEI) en su ruta hacia el Cero Neto (Alcances 1 y 2) para el año 2035, en coherencia con los estándares internacionales y los lineamientos del Grupo Falabella. Esta estandarización ha permitido la comparabilidad de resultados. A fines de 2021 y principios de 2022, Mallplaza llevó a cabo un recálculo de su huella de carbono para los años 2020 y 2021. El objetivo principal de este cambio fue alinear los criterios de medición con las demás unidades de negocio del Grupo Falabella. Este ajuste metodológico permitió estandarizar la contabilidad de emisiones a nivel corporativo y facilitó la planificación de metas de reducción basada en la ciencia (Science Based Targets Initiative - SBTi).

Durante 2025 avanzamos en nuestra hoja de ruta de sostenibilidad comprometiéndonos a validar las metas de reducción de emisiones de los 3 alcances con la iniciativa SBTi, organización internacional que impulsa acciones climáticas corporativas alineadas con la ciencia. Con este hito, reafirmamos nuestro compromiso de avanzar hacia una operación cada vez más eficiente y responsable.

Los gases incluidos en el cálculo corresponden a CO₂, CH₄, N₂O y HFC, en línea con los estándares de reporte utilizados.

Durante 2025, Mallplaza reportó emisiones totales de Gases de Efecto Invernadero (GEI) por **22.293,14 tCO₂e** bajo el método de ubicación y **2.819,23 tCO₂e** bajo el método de mercado, considerando los Alcances 1 y 2.

Para alcance 3 en 2025 se obtuvo un total de 540.025 tCO₂e, donde en el 87,3% de esto se explica por el traslado de visitantes. Cabe destacar, que para el 2025 se definió el método de ubicación para el cálculo del alcance 3, motivo por el que no es comparable con el año anterior. Sin embargo, este año se evidenció una reducción en las emisiones de la categoría 3 actividades relacionadas con combustible y energía (no incluidas en alcance 1 y 2) en un 18,64%, en la categoría 6 viajes de negocios en un 16,17% y en la categoría 5 residuos generados en operaciones en un 3,84%.

Las variaciones observadas respecto de períodos anteriores se explican principalmente por cambios en la operación, ajustes metodológicos orientados a mejorar la calidad de la información y condiciones externas que incidieron en el consumo energético, tales como interrupciones en el suministro eléctrico y procesos de recambio o puesta en marcha de equipos.

Regional

Alcance	Unidad de medida	2025	2024
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	285,140	3.038
Alcance 2 (met. Ubicación)		22.008,00	21.755
Alcance 2 (met. Mercado)		2.534,09	2.340
Alcance 3		540.025,20	451.375
	Total (met. ubicación)	562.318,34	476.168
	Total (met. mercado)	542.844,43	456.753

Chile

Alcance	Unidad de medida	2025	2024
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	134,26	2.516
Alcance 2 (met. Ubicación)		17.277,47	17.103
Alcance 2 (met. Mercado)		7,18	18
Alcance 3		361.855,85	307.784
	Total (met. ubicación)	379.267,58	327.403
	Total (met. mercado)	361.997,29	310.318

Perú

Alcance	Unidad de medida	2025	2024
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	77,12	356
Alcance 2 (met. Ubicación)		1.846,23	1.783
Alcance 2 (met. Mercado)		631,37	581
Alcance 3		90.898,75	59.023
	Total (met. ubicación)	92.822,10	61.162
	Total (met. mercado)	91.607,24	59.960

1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Colombia

Alcance	Unidad de medida	2025	2024
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	73,76	166
Alcance 2 (met. Ubicación)		2.884,30	2.869
Alcance 2 (met. Mercado)		1.895,54	1.741
Alcance 3		87.270,60	84.568
	Total (met. ubicación)	90.228,66	87.603
	Total (met. mercado)	89.239,90	86.475



Emisiones evitadas para terceros

SASB IF-RE-410A.3

Estamos comprometidos con el cuidado del medioambiente y con el cumplimiento de la normativa ambiental aplicable a nuestras operaciones. En esta línea, promovemos que nuestros socios comerciales, junto con sus trabajadores, contratistas y subcontratistas, se adhieran a los estándares ambientales definidos y cumplan con las regulaciones vigentes en los países donde operamos. Para apoyar este proceso, contamos con una Guía Práctica de Cumplimiento para Socios Comerciales, que establece lineamientos y medidas orientadas a prevenir incumplimientos ambientales en el desarrollo de sus actividades.

De manera complementaria, impulsamos acciones orientadas a la reducción de la huella de carbono, la prevención de la contaminación, el uso eficiente de los recursos naturales y el cuidado de la biodiversidad, promoviendo prácticas responsables en nuestra cadena de valor.

Ofrecemos soluciones que contribuyen a la reducción de emisiones de GEI a nuestros socios comerciales presentes en nuestros centros urbanos que cuentan con certificaciones de energía renovable, mediante la compra de electricidad renovable certificada de baja emisión y la generación de energía *in situ* a través de paneles solares.

VI. 3. B.
Consumo de energía

SASB IF-RE-130A.2, SASB IF-RE-130A.1, IF-RE-130A.3
GRI 3,3 302-1, 302-3

La gestión del consumo energético es un componente clave de nuestra estrategia ambiental y se orienta a mejorar la eficiencia operativa, reducir la huella ambiental de nuestras operaciones y avanzar progresivamente hacia el uso de fuentes de energía más limpias. Es por ello que Mallplaza cuenta con un sistema de gestión de energía certificado en ISO 50.001:2018 en 26 centros comerciales en Chile, Perú y Colombia cuyo objetivo es mejorar continuamente el desempeño energético de cada centro comercial, definiendo indicadores y metas cuantificables, las cuales se analizan de forma mensual, tomando medidas operacionales y ejecutando nuevos proyectos para lograr mejoras en eficiencia energética.

El buen trabajo desarrollado fue reconocido con el Premio de Excelencia Energética otorgado por la Agencia de Sostenibilidad Energética, para nuestros centros comerciales en Chile. Además, durante el año 2025 se realizaron actividades de capacitación y concientización a los equipos como "La Hora del Planeta", permitiendo construir una cultura interna en torno a la eficiencia.



Mallplaza Vespucio, Chile



Durante 2025, nuestro consumo total de energía alcanzó 373.859,8 MWh, de los cuales 339.850,6 MWh corresponden a energía proveniente de fuentes renovables y 34.009,2 MWh a energía no renovable. De este modo, la energía renovable representó aproximadamente el 90,9% del consumo total, reflejando el avance sostenido en la incorporación de fuentes de menor intensidad de carbono en nuestras operaciones.

El seguimiento del consumo energético considera la totalidad de nuestros centros urbanos en Chile, Perú y Colombia, asegurando una cobertura completa del **100% del perímetro operativo, tanto en superficie construida como arrendable**. Esta cobertura integral nos permite contar con información consistente y comparable para la gestión y el análisis del desempeño energético a nivel regional.

Como es habitual, el consumo energético está influido por factores operacionales y externos, tales como la demanda asociada a la actividad de los centros urbanos y las condiciones climáticas, particularmente los episodios de altas temperaturas, que incrementan los requerimientos de climatización. Estos elementos son considerados en nuestros procesos de planificación y en la identificación de medidas orientadas a mejorar la eficiencia energética. El cálculo del consumo energético se realiza de acuerdo con la normativa local aplicable en cada país. En el caso de Chile, se utiliza la norma NCh 4-2003, junto con los pliegos técnicos del Re-

glamento de Instalaciones de Consumo (RIC). Los factores de conversión se basan en la normativa vigente y en los criterios de diseño de Mallplaza, considerando una pérdida máxima de voltaje del 2% y factores de demanda diferenciados según tipo de uso, tales como locales comerciales, iluminación y climatización.

Dado este contexto, en cuanto a la variación del consumo energético entre 2024 y 2025, hubo un aumento del 0,8% en Chile y una disminución de 0,6% en Perú y de 2,7% en Colombia, con un aumento total regional del 0,2%. El motivo de este leve aumento, se debió a que en el año 2025 ingresaron nuevos locales en Mallplaza Comas, hubo un incremento de áreas comunes en general y al factor que se mantiene constante correspondiente a las altas temperaturas por el cambio climático como condición externa. Sin embargo, las medidas de eficiencia energética desarrolladas en el año contribuyeron en mantener casi constante el consumo en relación al año 2024.

Certificaciones y calificaciones energéticas

SASB IF-RE-130A.4

LEED*

Mallplaza Egaña 2015

Categoría Gold

Mallplaza Arequipa 2017

Categoría Silver

Mallplaza Copiapó 2018

Categoría Gold

Mallplaza Manizales 2018

Categoría Silver

Mallplaza Buenavista 2020

Categoría Silver

Mallplaza Comas 2023

Categoría: Certificado

Mallplaza Cali 2024

Categoría Silver.

EDGE**

Mallplaza Dominicos 2023

Categoría: Avanzado

Mallplaza Arica 2023

Categoría: Avanzado

En cuanto a nuestros activos en uso u operacionales, 9 cuentan con certificaciones LEED o EDGE, lo que equivale al 24,3% de nuestros centros urbanos.

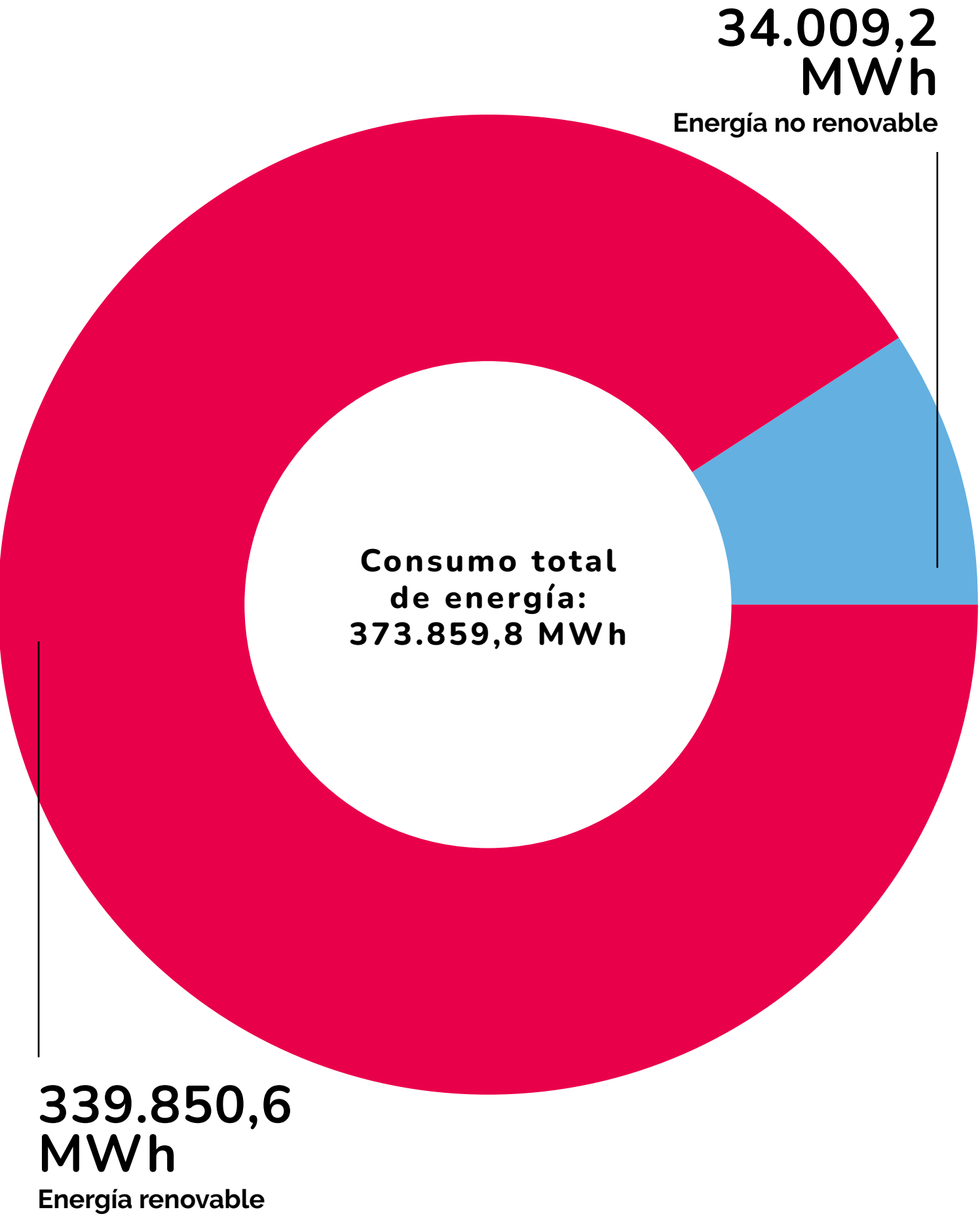
*

Además, las medidas que hemos implementado en nuestros centros urbanos con certificaciones LEED contribuyen al uso eficiente del agua.

**

Esto sin considerar que en Mallplaza no contamos certificaciones Energy Star.





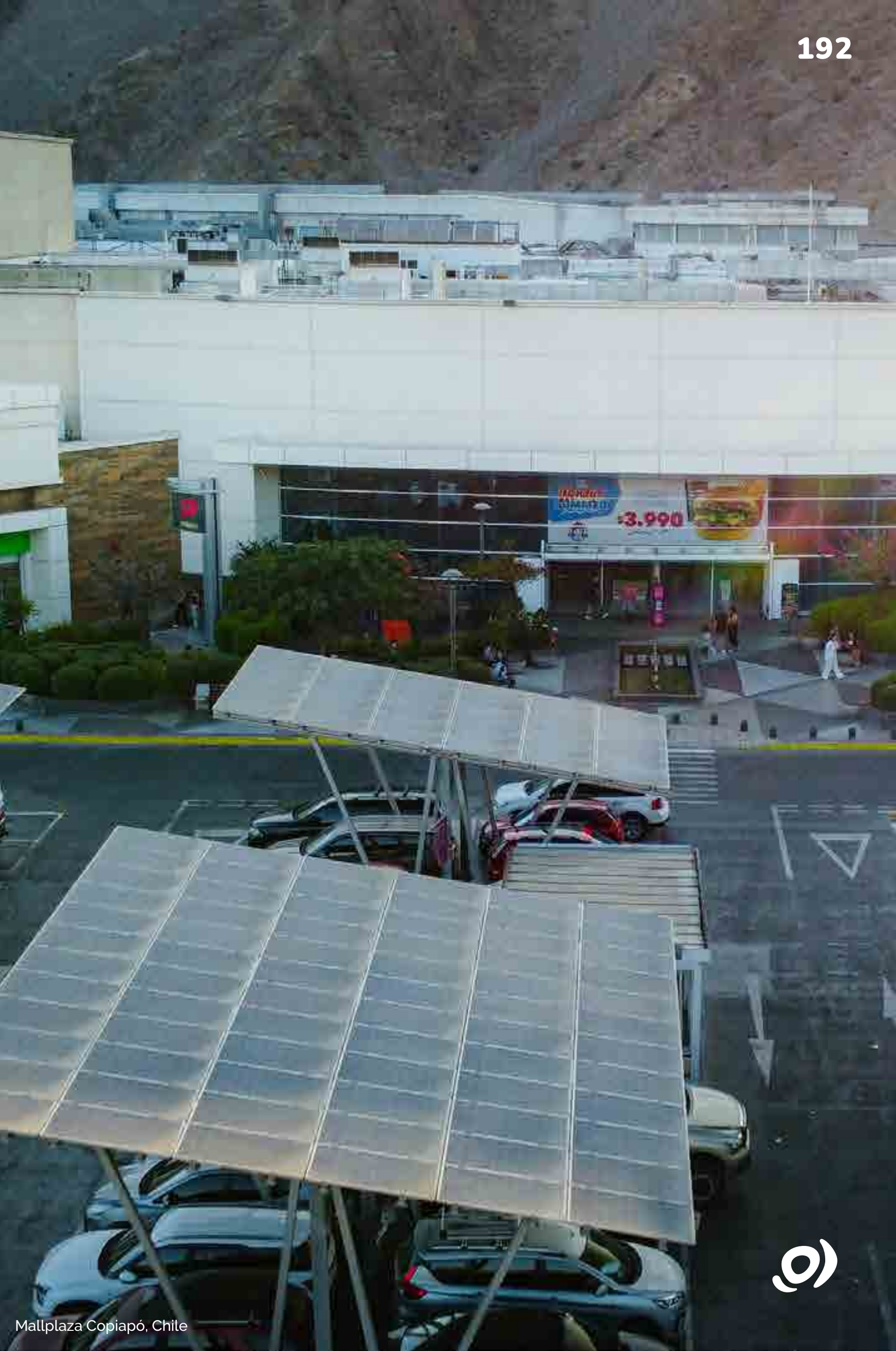
La energía renovable representó aproximadamente el 90,9% del consumo total.

Innovación tecnológica y transición en sistemas de climatización

Además de las gestiones asociadas al monitoreo y gestión del consumo energético, avanzamos en la incorporación de soluciones tecnológicas orientadas a mejorar la eficiencia energética de nuestros centros urbanos.

Asimismo, en línea con nuestro compromiso de eliminar el uso de hidroclorofluorocarbonos (HCFC) en los sistemas de climatización al año 2030, continuamos avanzando en el recambio progresivo de refrigerantes. Al 2025 identificamos un total de 188 equipos a nivel regional, de los cuales 28 ya cuentan con el recambio del gas R22, lo que representa un avance del 15%. Este proceso de cambio en el gas, ha evolucionado hacia un plan de renovación tecnológica. Esto significa que estamos priorizando el reemplazo de máquinas antiguas por modelos más modernos y eficientes, cumpliendo así con las normas ambientales y reduciendo el gasto de energía en nuestras operaciones.

Los avances en eficiencia energética, innovación tecnológica y transición de refrigerantes se revisan periódicamente como parte de nuestra gestión ambiental, y su evolución es considerada en la planificación de nuevas iniciativas orientadas a fortalecer el desempeño energético de nuestras operaciones.





Mallplaza Vespucio, Chile

Consumo de energía renovable

Un 13,5% del portafolio de Mallplaza cuenta con proyectos de autogeneración de energía renovable *in situ*, considerando la operación de plantas solares en Mallplaza Cartagena, Mallplaza Arequipa, Mallplaza Calama, Mallplaza Copiapó y Mallplaza Vespucio. Para el año 2025 la energía renovable total producida en el sitio fue de un 4% lo que considera energía autogenerada en comparación con el consumo total de los centros comerciales con sistemas solares instalados.

Durante el año 2025 se desarrolló un proyecto de energía solar fotovoltaica en Mallplaza Vespucio, con una potencia de 1,23 MWp y una generación de 2,1 GWh/Año. Se proyecta para el 2026 continuar con nuevos proyectos en esta línea.

Durante 2025, Mallplaza avanzó en el incremento del uso de energía renovable en sus operaciones, tanto a través de contratos de suministro como mediante iniciativas orientadas a mejorar la matriz energética de sus activos. La información desagregada por país se presenta en los cuadros correspondientes.

	2025	2024	2023
Chile	99,30%	98,50%	98,50%
Perú	89,2%	90,00%	90,30%
Colombia	27,3%	21,80%	20,00%
Regional	90,9%*	89,90%	90,40%

* La data de Perú 2025 incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza.



Consumo energético de terceros

SASB IF-RE-410A.2, IF-RE-410A.3 | GRI 3-3, 302-1

Nuestra estrategia ESG en materia de eficiencia en el uso de recursos naturales considera de manera explícita el rol de nuestros socios comerciales y se basa en una relación colaborativa, orientada a promover prácticas responsables en el consumo de energía y agua. Para ello, impulsamos una comunicación activa y el establecimiento de acuerdos que permiten compartir información relevante, definir estándares de eficiencia energética y promover el uso de equipamiento eficiente en los locales comerciales.

En este marco, los criterios de diseño y habilitación de locales incorporan requisitos específicos orientados a asegurar un uso eficiente de la energía, favoreciendo la adopción de tecnologías y equipamientos que contribuyan a reducir el consumo energético y las emisiones asociadas.

Como parte de nuestra gestión operativa, realizamos una medición diferenciada del consumo energético, separando el uso correspondiente a las

áreas comunes de los centros urbanos del consumo asociado a los socios comerciales. Esta separación permite optimizar la gestión energética de las áreas comunes bajo nuestra administración y, al mismo tiempo, asegurar que los socios comerciales paguen en función de su consumo real, fomentando una mayor conciencia y responsabilidad sobre el uso de la energía.

La gestión del consumo energético de terceros se integra al enfoque general de eficiencia energética de Mallplaza y forma parte de los esfuerzos orientados a fortalecer el desempeño ambiental de la operación en su conjunto.

Monitoreamos el consumo energético del 87,9% de nuestra superficie total construida. El 12,1% restante de la superficie total no es supervisado por Mallplaza debido a que corresponde a área de locales con empalmes eléctricos propios. Este segmento no integrado representa el 31,4% del área total arrendable.



Mallplaza Los Dominicos, Chile



VI. 4. Eficiencia hídrica

NCG 461 4.2 | GRI 303-3, 303-4, 303-5 | SASB IF-RE-140A.1, IF-RE-140A.4, IF-RE-410A.2, IF-RE-410A.3, IF-RE-450A.2, IF-RE-140A.2, IF-RE-140A.3

La gestión eficiente del recurso hídrico es un eje relevante del desempeño ambiental de Mallplaza, considerando la naturaleza de sus operaciones y los contextos territoriales en los que se emplazan sus centros urbanos. Este enfoque se articula con la Política de Medioambiente y Cambio Climático y con el Sistema de Gestión Ambiental, permitiendo identificar riesgos, oportunidades y medidas orientadas a optimizar el uso del agua y reducir impactos asociados.

Gestión y monitoreo del consumo de agua

Gestionamos el uso del agua de nuestras operaciones a través de mecanismos de control, seguimiento y mejora continua, considerando tanto el consumo directo asociado a la operación de los centros urbanos como la implementación de iniciativas orientadas a la eficiencia hídrica.

La gestión hídrica se aborda de manera coherente con la normativa local aplicable en cada país y se integra al Sistema de Gestión Ambiental certificado bajo la norma ISO 14001.

Durante 2025, la extracción total de agua a nivel regional se concentró mayoritariamente en operaciones ubicadas en zonas clasificadas como de estrés hídrico, lo que refuerza la relevancia de una gestión preventiva y focalizada del recurso. El 87% del total de agua consumida proviene de zonas con estrés hídrico alto y extremadamente alto.

Por otro lado, el 100% de los centros urbanos en Chile y el 89,6% en Perú se encuentran en zonas con estrés hídrico alto o extremadamente alto. En el caso de Colombia no se presenta ninguno en zonas con esta condición.

El consumo total de agua durante el ejercicio, alcanzó los 4.183.037 m³, de los cuales 1.815.626 m³ corresponden al consumo directo de Mallplaza, traducándose en una intensidad hídrica de 0,77 m³/m² GLA.

En cuanto a la variación del consumo hídrico entre 2024 y 2025, hubo un aumento del 5,5% en Perú, 3,8% en Colombia y una disminución de 1,2% en Chile, con un aumento total regional del 0,8% respecto al año anterior.

Monitoreamos el consumo hídrico del 87,9% de nuestra superficie total construida. El 12,1% restante de la superficie total no es supervisado por Mallplaza, correspondiente al 0,1% de los arrendatarios. Este segmento no integrado representa el 31,4% del área total arrendable.

Durante el 2025, cumplimos nuestra meta de reducir en un 30% la intensidad hídrica de consumo directo, alcanzando en diciembre un indicador regional de 0,066 m³/GLA (equivalente a 134.682 m³/mes). Este resultado es producto de una estrategia basada en:

1. Estandarización de griferías (<=2 L/min) en 28 centros comerciales.
2. Automatización del riego para paisajismo, eliminando el riego manual.
3. Implementación del sistema de aprovechamiento de aguas lluvias en Mallplaza Cali.
4. Optimización de la planificación de riego y fortalecimiento del control de fugas.
5. Ejecución de auditorías hídricas para supervisar los planes de mitigación.

Este desempeño no solo optimiza nuestro consumo directo, sino que reduce nuestra exposición al riesgo hídrico en las instalaciones ubicadas en zonas de alto estrés.



Eficiencia hídrica y mejora continua

Mallplaza ha definido lineamientos orientados a la mejora continua del desempeño hídrico, incorporando criterios de eficiencia en la operación y mantenimiento de sus activos. Estos lineamientos consideran tanto la reducción del consumo absoluto como la gestión de la intensidad hídrica, en función de la superficie y características de los centros urbanos.

Durante 2025, la compañía avanzó en la implementación de medidas orientadas a optimizar el uso del agua y en el seguimiento de metas asociadas a eficiencia hídrica, las cuales se encuentran alineadas con su hoja de ruta ambiental.

Medidas de eficiencia hídrica

En línea con nuestro enfoque de mejora continua, hemos implementado medidas orientadas a la optimización del uso del agua en nuestros centros urbanos, las que incluyen acciones de monitoreo, control operativo y mejoras en infraestructura cuando corresponda.

2025

Tipo de programa de eficiencia hídrica implementado	% del portafolio cubierto	Ahorros estimados (m³)	% Estimado de ROI (Return on Investment)	Descripción del programa
Sistema de aguas lluvias (Categoría: Reutilización de aguas pluviales y grises)	3%	9.418	48%	En Mallplaza Cali se implementó un sistema de recuperación de aguas lluvias que disminuye el consumo de áreas comunes. Durante 2025, se observó un ahorro de 9.418 m3.
Accesorios de alta eficiencia (Categoría: Uso de artefactos de alta eficiencia.)	94%	21.339	43%	Reemplazo y ajustes de griferías en 28 centros comerciales, para asegurar su eficiencia hídrica.
Eficiencia hídrica en paisajismo (Categoría: Uso de artefactos de alta eficiencia.)	22%	519	17%	Durante el año 2025 se realizan diversos proyectos para mejorar el sistema de riego de paisajismo. Los proyectos consideraron eliminar el riego manual e instalar sistemas de riego tecnificado y automatizado con controladores.



Mallplaza Norte, Chile



Riesgos hídricos y continuidad operacional

La gestión del recurso hídrico considera la identificación de riesgos asociados a la disponibilidad de agua y a eventuales escenarios de estrés hídrico, integrando estos aspectos dentro de la gestión ambiental y de riesgos de la compañía.

Avanzamos en la revisión de datos hídricos para formalizar una evaluación de riesgos integral, considerando aspectos operativos, impactos ambientales y regulatorios. Entre los riesgos identificados se encuentran:

1. Riesgo en extracción:

- > Estrés hídrico
- > Aumento de costos
- > Permisos

2. Riesgos de consumo:

- > Ineficiencias operativas
- > Riesgos de cumplimiento de metas

3. Aguas vertidas

- > Riesgos de contaminación
- > Riesgo reputacional
- > Costos de tratamiento

Con el objetivo de mitigar los riesgos identificados, establecimos diferentes controles y planes de acción, entre los más relevantes se encuentran:

- > Monitoreo mensual de extracción hídrica.
- > Seguimiento mensual de costos de extracción.
- > Seguimiento de normativa y cambios en clasificación de zonas de estrés hídrico
- > Planes de eficiencia hídrica en el consumo
- > Seguimiento mensual de consumo y metas.
- > Capacitaciones a colaboradores.
- > Revisión periódica de cisternas de agua y plantas de tratamiento.

Enfoque en zonas de estrés hídrico

Dado que una parte significativa de las operaciones de Mallplaza se ubica en zonas con estrés hídrico, la gestión del agua incorpora un enfoque preventivo, priorizando el control de consumos, la detección de desviaciones y la implementación de buenas prácticas operacionales.

Los resultados y avances en materia de eficiencia hídrica se revisan periódicamente en el marco del Sistema de Gestión Ambiental, y su evolución se reporta de forma transparente y coherente con los criterios establecidos por los estándares de reporte aplicables.



VI. 5. Gestión de residuos

NCG 461 4.2 | GRI 3-3, 306-1, 306-2, 306-3, 306-4, 306-5 | SASB IF-RE-150A.1

La gestión de residuos es un componente relevante de nuestro desempeño ambiental y se aborda de manera integrada dentro del Sistema de Gestión Ambiental, con foco en la prevención, reducción, valorización y correcta disposición de los residuos generados en la operación de nuestros centros urbanos. Este enfoque se articula con la Política y considera tanto los residuos generados directamente por la operación como aquellos asociados a iniciativas colaborativas con locatarios, visitantes y comunidades. Estas se revisan periódicamente en el marco del Sistema de Gestión Ambiental, y su evolución se reporta de forma transparente y coherente con los estándares, resguardando la calidad, consistencia y trazabilidad de la información.

Prevención y reducción de residuos

Gestionamos los residuos generados en nuestros centros urbanos mediante mecanismos de segregación, control y seguimiento, promoviendo prácticas orientadas a la valorización y al cumplimiento de la normativa ambiental vigente en cada país

donde operamos. Estas acciones se desarrollan en coherencia con los lineamientos del Sistema de Gestión Ambiental certificado bajo la norma ISO 14001.

Realizamos un monitoreo sistemático de la generación de residuos en Chile, Perú y Colombia, diferenciando entre residuos peligrosos y no peligrosos. Para este monitoreo se utilizan plataformas digitales (Pryma para Chile y Colombia; y Recylink para Perú) donde se carga y gestiona mensualmente la data.

Los residuos son retirados de cada local y de los espacios comunes todos los días, luego son trasladados a las salas definidas donde son separados en valorizables y no valorizables, para después ser retirados por la empresa externa autorizada según el tipo de residuo. Una vez al mes se envía la información del ticket de pesaje y el certificado de disposición final.

Desde 2025 los residuos orgánicos de locales de comida y restaurantes también son derivados a una sala especial desde donde son retirados y llevados a la planta de compostaje industrial Armony en RM y Ecoclean en la zona sur.

En el caso de los residuos generados durante los procesos de construcción, Mallplaza cuenta con requerimientos especiales para las empresas contratistas que son estipuladas y exigidas por contrato.

Este seguimiento permite evaluar el desempeño ambiental, identificar tendencias y apoyar la toma de decisiones en materia de prevención y gestión.

Valorización de residuos y economía circular

En línea con nuestro enfoque de sostenibilidad, impulsamos acciones orientadas a la valorización de residuos, promoviendo la recuperación de materiales reciclables y la gestión diferenciada de residuos orgánicos, en coordinación con gestores autorizados y actores especializados.

Estas acciones forman parte de nuestro avance hacia la incorporación de principios de economía circular en la operación de los centros urbanos, que fomenten la reducción del envío de residuos a disposición final y ayuden a fortalecer la trazabilidad de los flujos gestionados.

Durante 2025 avanzamos en la valorización de residuos en los centros urbanos, fortaleciendo la gestión conjunta con proveedores de servicios ambientales y alineando sus niveles de servicio (SLA) exigidos a la meta corporativa. Además, implementamos mecanismos de incentivo al desempeño, entre ellos, el Concurso de Valorización desarrollado en Chile entre octubre y diciembre, para premiar

a los equipos con mayor incremento respecto del mismo periodo del año anterior. Incorporamos proveedores especialistas para reforzar la clasificación en andenes y formalizamos, a través de procedimiento interno, la evaluación obligatoria de factibilidad de valorización de residuos de escombros.

Estas acciones permitieron acelerar mejoras operativas y aumentar los volúmenes valorizados que derivaron en que, en diciembre, el desempeño regional alcanzara un 94,8% de cumplimiento de la meta.

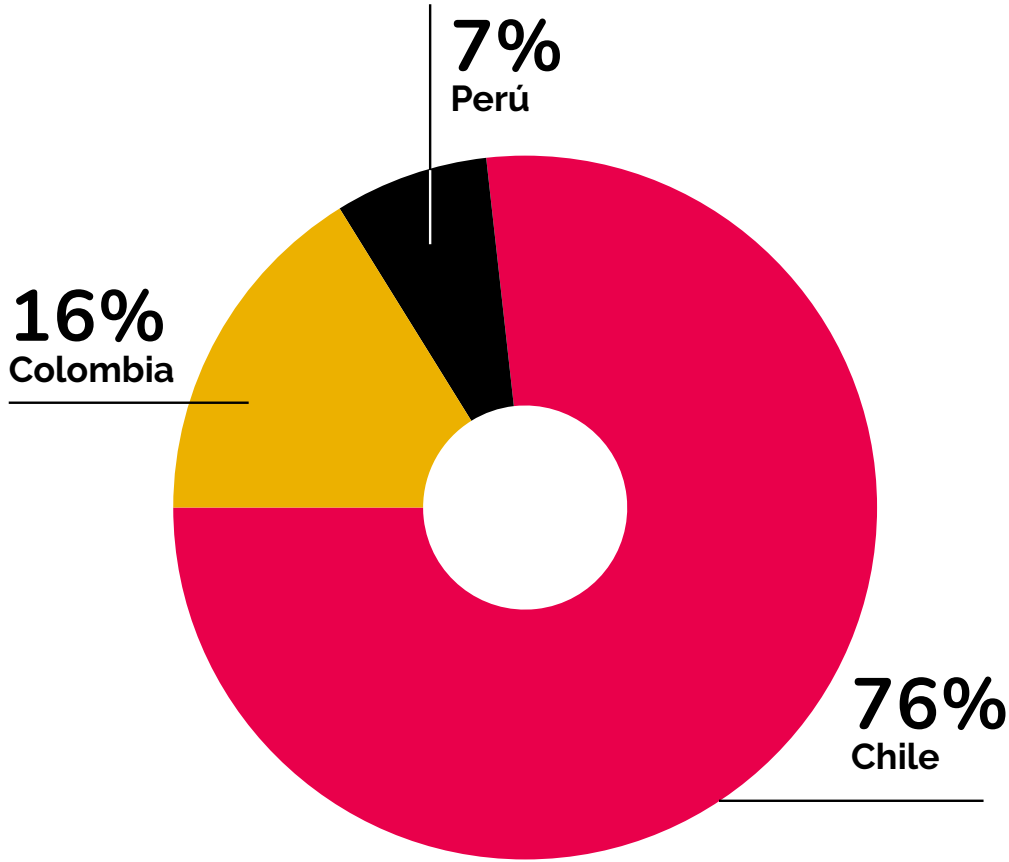
La brecha restante se concentra principalmente en la valorización de residuos orgánicos, dado que, si bien se avanzó en la implementación de biodigestores y en la activación de servicios de retiro y compostaje para incrementar la fracción desviada de relleno sanitario, se evidenciaron brechas para seguir avanzando. Ello se tradujo en plan de acción para el primer trimestre del 2026:

1. Campaña de concientización referente a la segregación de residuos con socios comerciales
2. Incluir en contratos de SSCC la obligatoriedad de entregar residuos segregados y en condiciones de valorizar (segregación en el origen)
3. Desarrollar capacidad de procesamiento de residuos en las regiones donde actualmente no contamos con centros de valorización
4. Maximizar la generación de energía de residuos asimilables a domicilio.



Generación total de residuos

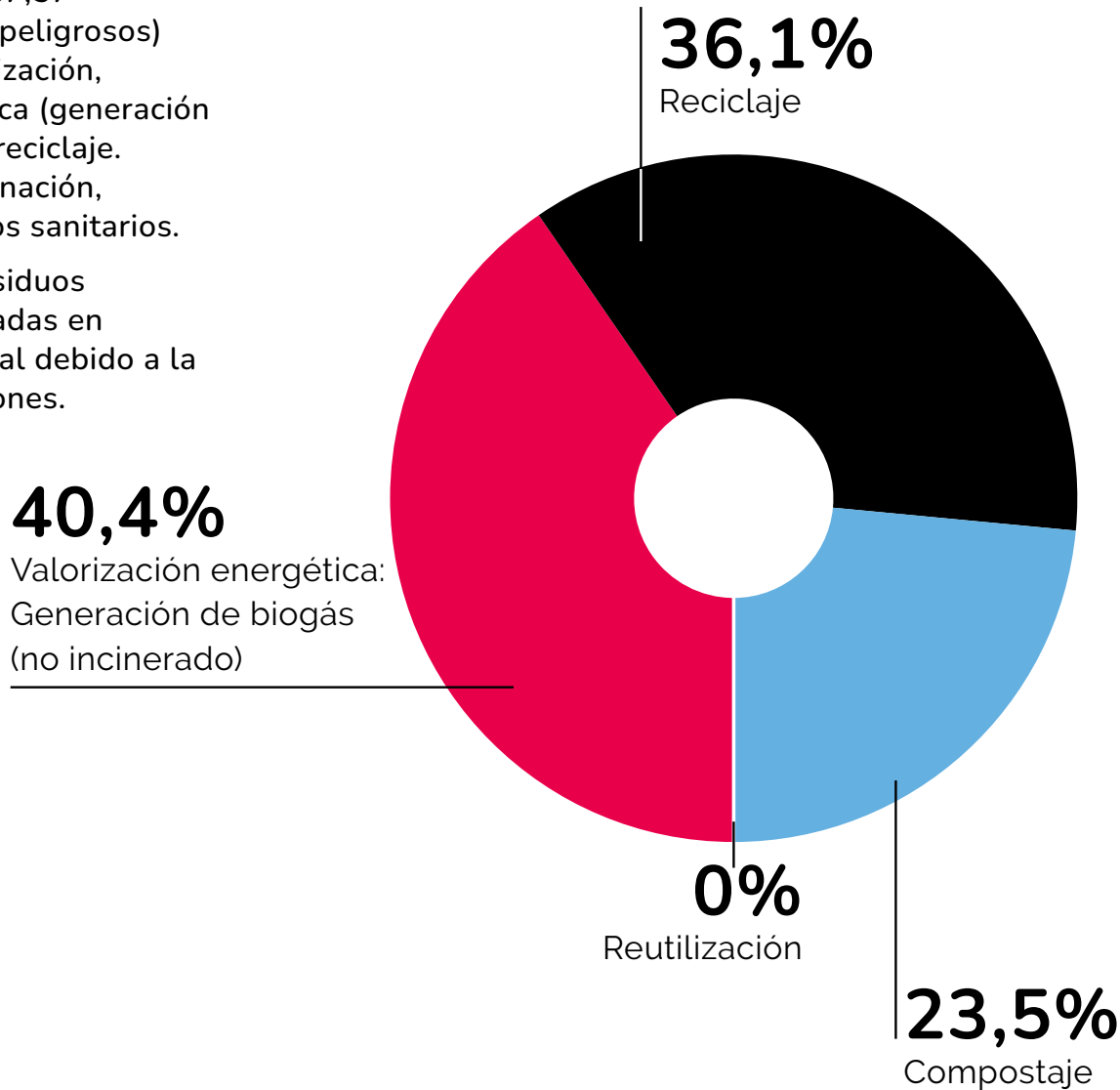
Los residuos que generamos en 2025 alcanzaron un total de 32.424,86 toneladas de residuos a nivel regional, distribuido de la siguiente forma en nuestras operaciones:



Valorización de residuos no peligrosos:

Del total, el 46,2% (14.987,57 toneladas de residuos no peligrosos) fueron destinadas a valorización, principalmente a energética (generación de biogás), compostaje y reciclaje. El resto se destinó a eliminación, principalmente, en rellenos sanitarios.

Nuestra generación de residuos peligrosos (de 9,03 toneladas en 2025) es una cifra marginal debido a la naturaleza de las operaciones.



VI. 5. A.
Prevención de residuos

Proyecto Plaza 0

Como parte de nuestro enfoque de prevención y reducción en origen, durante 2025 mantuvimos la iniciativa Plaza 0 en Mallplaza Vespucio y Mallplaza Egaña, orientada a disminuir la generación de residuos asociados a envases de un solo uso. Entre mayo y noviembre de 2025, esta iniciativa permitió evitar la generación de 6,03 toneladas de residuos de envases de un solo uso.

Residuos evitados a través de Plaza 0 (2025)

6,03 ton

Periodo: mayo–noviembre
Centros urbanos: Mallplaza Vespucio y Mallplaza Egaña

VI. 5. B.
Iniciativas colaborativas y vinculación con el entorno

Desafío Santiago Circular

Durante 2025, participamos en el Desafío Santiago Circular (DSC), iniciativa orientada a promover soluciones colaborativas para la reducción y valorización de residuos, robusteciendo el trabajo conjunto con actores públicos y privados.



Mallplaza Egaña, Chile

Revitalizando la ciudad y las comunidades

Durante 2025 trabajamos en la ampliación y transformación de Mallplaza Vespucio y Mallplaza Mirador Biobío en Concepción con el objetivo de revitalizar cada zona respectivamente, transformando y potenciando activos existentes, y potenciarlos como espacios más seguros, funcionales y centros de vida ciudadana integrados a su entorno. Estos proyectos buscan ir más allá del rol comercial, consolidando los centros como verdaderos hubs urbanos que mejoran la calidad de vida de la comunidad, manteniendo un enfoque innovador y sostenible.

Mallplaza Vespucio

Creación de espacios públicos de valor con la incorporación de un parque urbano público de más de 12.000 m2 a cielo abierto integrado con el entorno y ofreciendo a la comunidad un área funcional y segura para el esparcimiento y la convivencia. Mejora de la funcionalidad urbana y de servicios con la incorporación de una zona de conveniencia y un segundo supermercado Santa Isabel respondiendo a las necesidades de la comunidad y mejorando el acceso a servicios esenciales. Al estar colindante a dos estaciones de Metro, el centro se consolidó como un *hub* eficiente que responde a los altos flujos de visitas, simplificando el acceso a comercio, servicios y entretenimiento para los residentes. La incorporación de una planta solar y sistemas de gestión avanzados apunta hacia un modelo de centro urbano sostenible y conectado, lo que beneficia indirectamente la calidad de vida futura de la comunidad.

Mallplaza Premium Outlets Biobío

La transformación hacia un formato *outlet* incorporó una propuesta que beneficia a la comunidad con una oferta comercial más amplia y de primer nivel. La ampliación de superficie arrendable consolida una oferta de entretenimiento líder en la ciudad, que junto con la disponibilidad de servicios esenciales, mejora la calidad de vida al ofrecer opciones de recreación y conveniencia integradas en un solo lugar.



Mallplaza Vespucio, Chile

VI. 6.

Construcción sostenible

GRI 3-3 | SASB IF-RE-130A.5, IF-RE-410A.3, IF-RE-450A.1

La construcción y ampliación de centros urbanos forma parte del modelo de crecimiento de Mallplaza y se desarrolla incorporando criterios de sostenibilidad orientados a reducir impactos ambientales, promover el uso eficiente de recursos y asegurar el cumplimiento de la normativa ambiental vigente, estándares y prácticas consistentes a lo largo del ciclo de vida de los proyectos en cada país donde operamos.

Enfoque ambiental en proyectos de construcción

Incorporamos consideraciones ambientales en las distintas etapas de nuestros proyectos de construcción, desde el diseño hasta la ejecución, con cuidado en la prevención de impactos, la gestión responsable de residuos de obra, el control de emisiones y ruidos, y la coordinación con contratistas y proveedores.

Estas prácticas buscan asegurar que los proyectos se desarrollen de manera coherente con los linea-

mientos ambientales corporativos y con los compromisos definidos en materia de sostenibilidad.

Mallplaza posee 19 instalaciones a nivel regional ubicadas en zonas de inundación de 100 años. Para Chile corresponden a 7 centros urbanos, los cuales representan el 27% del GLA del país. Respecto a Perú, cuenta con 9 centros urbanos cuya superficie corresponde al 49% del GLA de Perú. Por último en Colombia se cuenta con 3 centros urbanos siendo el 54% del GLA del país.

Integración con el Sistema de Gestión Ambiental

La gestión ambiental de los proyectos de construcción se articula con el Sistema de Gestión Ambiental de Mallplaza, lo que permite aplicar procedimientos de control, seguimiento y mejora continua durante las fases constructivas. De esta manera facilitamos la identificación de posibles desviaciones ambientales y la implementación de medidas correctivas cuando corresponda, contribuyendo a una ejecución responsable de los proyectos.

El enfoque de construcción sostenible se revisa periódicamente, considerando la evolución de los estándares ambientales, las mejores prácticas del sector y los aprendizajes obtenidos en los proyectos desarrollados. Este proceso busca fortalecer el desempeño ambiental de los nuevos activos y su adecuada integración con los territorios donde se emplazan.

Trabajo conjunto

Nuestra estrategia de sostenibilidad se basa en una comunicación activa con nuestros socios comerciales que tiene líneas de trabajo e información conjunta.

- > **Respecto del uso consciente de energía y agua:** Mallplaza les transparenta sus consumos mensuales de manera que puedan entenderlos y generen planes de acción si son necesarios para hacer la operación más eficiente. Para el año 2026 implementamos dentro del Portal de comunicación un módulo para que puedan revisar su consumo eléctrico y la potencia utilizada en sus tiendas.
- > **Respecto de los residuos:** Con especial foco en las tiendas de gastronomía hemos generado una forma de gestión de los residuos de manera de separarlos y poder reciclar la mayor cantidad posible. Para ello tenemos reuniones bimensuales y utilizamos el Portal para fomentar prácticas al respecto.

- > **Respecto de la energía:** Se han definido criterios de diseño para la habilitación de locales en cuanto al uso de la iluminación de manera de tener equipos eficientes en las tiendas desde el inicio de sus operaciones. Además, Mallplaza cuenta con un sistemas de control centralizado (BMS), que permite monitorear los sistemas de climatización e iluminación y un sistema de gestión de energía, certificado en ISO 50.001:2018, habilitando una operación eficiente con ambientes confortables para socios comerciales y visitantes. Asimismo, Mallplaza cuenta con contratos de suministro energético respaldados por energías de fuentes renovables, con el cual se alimenta tanto locales comerciales como áreas comunes, disminuyendo el impacto en la huella de carbono para nuestros socios.
- > **Respecto de los plásticos:** En Chile a través de la iniciativa Plaza Cero invitamos a los socios comerciales a eliminar el uso de plásticos de un solo uso, sumándose a nuestra operación circular y logrando disminuir sus costos, ser más eficiente y tener una gestión más amigable con el medioambiente.

CAPÍTULO VII

Acerca de la memoria



Alcance de la memoria

GRI 2-3, 2-14, GRI 2-4

En Mallplaza valoramos reportar anualmente a todos nuestros públicos de interés los aspectos más relevantes de nuestra gestión, durante el periodo del 1 de enero al 31 de diciembre de 2025.

La presente Memoria Integrada entrega información sobre el desempeño anual de la compañía en las áreas Ambiental, Social y de Gobernanza (ESG) así como del resultado económico obtenido en el mismo período.

La información presentada está alineada con los estándares de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) de Chile, de la Norma de Carácter General N°461 (NCG 461) y del Sustainability Accounting Standards Board (SASB). Además, hemos utilizado como referencia los Estándares del Global Reporting Initiative (GRI), asegurando una presentación acorde e íntegra de la información. Esta Memoria Integrada es, también, una Comunicación de Progreso (CoP) para la Red Pacto Global Chile de las Naciones Unidas, a la cual adherimos desde 2019.

En cuanto a su estructura, nuestra Memoria Integrada está en línea con las prioridades estratégicas de sostenibilidad de Mallplaza, plasmando nuestro compromiso con prácticas empresariales responsables y transparentes. A su vez, consideramos otros índices relevantes para nuestros inversionistas, tales como el DJSI (Dow Jones Sustainability Index) y el MSCI (Morgan Stanley Capital International) ESG Rating.

Respecto de los 11 activos sumados al portafolio tras la adquisición de Open Plaza Perú que no fueron reportados en 2024 fueron incluidos en la reportabilidad 2025, distinguiendo los resultados de Perú con y sin los nuevos activos.

Antes de su publicación, nuestra Memoria Integrada ha recibido la aprobación del Directorio de Plaza S.A.

Para consultas o sugerencias acerca de esta Memoria, por favor contactar:

> Teléfono:
(56 2) 225857000

> Fax:
(56 2) 225857001

> Correo electrónico:
inversionistas@mallplaza.com

> Sitio web:
<https://corporativo.mallplaza.com/>



CAPÍTULO VIII

Información corporativa



VIII. 1.

Identificación de la entidad

GRI 2-1, 2-2

Plaza S.A. es una sociedad anónima abierta inscrita bajo el registro número 1.028 en la Comisión para el Mercado Financiero (CMF). Nuestro Rol Único Tributario (RUT) es el 76.017.019-4 y el domicilio es Américo Vespucio N°1737 pisos 9, comuna de Huechuraba, ciudad de Santiago, Región Metropolitana, Chile.

La empresa 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 esa 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 nuestros estatutos se acordó en la Junta Extraordinaria de Accionistas celebrada el 26 de abril de 2024, cuya acta se redujo a escritura pública ante el notario don Mauricio Bertolino Rendic, con fecha 29 de abril de 2024.

Un extracto de dicha escritura fue inscrita a fojas 37.084 número 15.424 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago del año 2024 y publicado en el Diario Oficial del 4 de mayo del mismo año.

Para revisar en detalle
la estructura de la propiedad:

Click aquí



VIII. 2.

Perfil Plaza S.A. (Objeto social)

NCG 461 6.1.I, 6.2.I,6.2.II | GRI 2-6

De acuerdo con sus estatutos, Plaza S.A. tiene por objeto:

1. El desarrollo, construcción, administración, gestión, explotación, arrendamiento y subarrendamiento, en todos los casos con o sin muebles, de centros urbanos del tipo mall, entendiéndose por tal un conjunto de locales comerciales contruidos en un mismo paño físico de terreno en el cual existen, al menos, dos tiendas por departamento y en el que puede existir cualquier otro tipo de desarrollo comercial, inmobiliario y una variedad de tiendas de diversos rubros, además de otras orientadas a la entretención, servicios o de otro tipo, sin limitación alguna, tanto en Chile como en el extranjero, sea directamente o a través de sociedades en las cuales participe.

2. El desarrollo, construcción, administración, gestión, explotación, arrendamiento y subarrendamiento –en todos los casos con o sin muebles- de inmuebles destinados a la venta y comercialización de vehículos motorizados y prestación de servicios afines, tanto en Chile como en el extranjero, sea directamente o a través de sociedades en las cuales participe.
3. La prestación de servicios a las sociedades en las cuales participamos en materia de investigaciones y estudios de mercado, asesorías para inversión y servicios en materias financieras, comerciales, contables, de procesamiento electrónico de datos, administración de redes y bases de datos, soporte técnico informático, desarrollo e implementación de sistemas, de gerencia y de administración de empresas, análisis económicos y evaluación de proyectos, servicios de publicidad y marketing, tanto en Chile como el extranjero.

La sociedad no sufrió modificaciones estatutarias durante el año 2025.



Mallplaza Vespucio, Chile



VIII. 3.

Marco normativo

NCG 461 6.1.III, 6.1. IV | GRI 2-6

Plaza S.A. es la sociedad holding bajo la cual se agrupan todas las sociedades propietarias de los centros urbanos que operan bajo la marca Mallplaza (tanto en Chile como en Perú y Colombia), además de los negocios que operan bajo las marcas AutoPlaza y Motorplaza (en Chile y Perú, respectivamente). La actividad comercial de la sociedad es desarrollada a través de las filiales mediante el arrendamiento de locales en los centros urbanos, así como la prestación de servicios asociados a ellos, tales como arriendo de espacios publicitarios, uso de estacionamientos y actividades de difusión de los centros urbanos.

La industria está regulada por normas específicas en materias de índole laboral.

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.

En primer lugar, de conformidad a lo dispuesto en 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 N° 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 a 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, los centros urbanos de Mallplaza funcionan todos los días del año, salvo los días feriados obligatorios e irrenunciables, donde sólo abren restaurantes,

cines, pubs y discotecas, y permanecen totalmente cerrados en fechas de elecciones populares y plebiscitos regidos por la citada ley.

Por otra parte, la Ley N° 20.967 regula el cobro del servicio de estacionamiento. En virtud de lo anterior, entre otras materias, los centros urbanos deben optar por cobrar por minuto efectivo de uso, o bien, cobrar por tramo vencido, no pudiendo establecerse un tramo inicial inferior a media hora. Según el artículo 203 del Código del Trabajo, se le aplica la obligación de contar con sala cuna a todos aquellos centros urbanos 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 gas-

tos 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, tiene convenios con distintos jardines infantiles a los que paga directamente los gastos por el cuidado de los niños.

Ninguno de los países en los que opera Mallplaza, ni siquiera dentro del Grupo Falabella, son jurisdicciones en las que las empresas estén obligadas legalmente a alinearse con una taxonomía de sostenibilidad. Mallplaza no ha realizado hasta el momento ningún mapeo voluntario de su alineamiento con una taxonomía de sostenibilidad y, por lo tanto, no cuenta con informes públicos al respecto.



Mallplaza Egaña, Chile

Marco legal y cambios normativos

NCG 461 6.1.III, 6.1.IV | GRI 2-6

En Mallplaza nos apegamos de manera irrestricta a la normativa legal vigente y constantemente revisamos el marco regulatorio para asegurarnos de cumplir con los nuevos protocolos establecidos. Por eso, nuestra Gerencia Legal, Riesgo y Cumplimiento se mantiene atenta a los cambios normativos que pueden afectar la operación de nuestro negocio, realizando un seguimiento mensual de los diferentes proyectos de ley.

Todas las modificaciones normativas o regulatorias, así como todos los proyectos de ley que nos impactan, son analizados por el Comité de Riesgo y Cumplimiento y el Comité de Directores, con el fin de anticiparnos y asegurar el cumplimiento de manera eficiente.

Asimismo, contamos con diversas políticas y programas de cumplimiento cuyos avances y funcionamiento son revisados por el Directorio y el Comité de Directores. Para reforzar aún más esta estructura, contamos con un Comité de Riesgo y Cumplimiento, y con una Área de Cumplimiento, cuyo objetivo es implementar y gestionar estos programas en Chile, Perú y Colombia.

Ninguno de los países en los que opera Mallplaza, ni siquiera dentro del Grupo Falabella, son jurisdicciones en las que las empresas estén obligadas legalmente a alinearse con una

taxonomía de sostenibilidad. Mallplaza no ha realizado hasta el momento ningún mapeo voluntario de su alineamiento con una taxonomía de sostenibilidad y, por lo tanto, no cuenta con informes públicos al respecto.

Entidades reguladoras que cuentan con atribuciones fiscalizadoras en:

Chile

- > Comisión para el Mercado Financiero
- > Unidad de Análisis Financiero
- > Servicio de Impuestos Internos
- > Inspección del Trabajo
- > Superintendencia de Salud
- > Superintendencia de Medioambiente
- > Servicio Nacional del Consumidor
- > Fiscalía Nacional Económica

Perú

- > SUNAFIL
- > Defensa Civil
- > Policía Nacional del Perú
- > Ministerio de Salud
- > SUNAT
- > INDECOPI
- > Superintendencia del Mercado de Valores



Mallplaza Vespucio, Chile

Colombia

- > Superintendencia de Sociedades
- > UIAF Colombia
- > Superintendencia de Industria y Comercio
- > Inspección del Trabajo y Seguridad
- > Ministerio del Medioambiente



VIII. 4.

Actividades y negocio

NCG 461 6.1.I, 6.1.IV, NCG 461 6.2.IV, 6.2.V, 6.4.I | GRI 2-1, 2-6

Plaza S.A. es la sociedad holding bajo la cual se agrupan todas las sociedades propietarias de los centros urbanos que operan bajo la marca Mallplaza (tanto en Chile como en Perú y Colombia), además de los negocios que operan bajo las marcas AutoPlaza y Motorplaza (en Chile y Perú, respectivamente).

La actividad comercial de la sociedad es desarrollada a través de las filiales mediante el arrendamiento de locales en los centros urbanos, así como la prestación de servicios asociados a ellos, tales como arriendo de espacios publicitarios, uso de estacionamientos y actividades de difusión de los centros urbanos.

Así, bajo esta figura los clientes de la sociedad son los arrendatarios de locales comerciales (socios comerciales), no representando ninguno de ellos, en forma individual, el 10% o más de los ingresos de la sociedad. Sin perjuicio que, considerando a Grupo Falabella como un solo cliente, supera el 10% pero no excede el 20% de los ingresos de la compañía.

Sector industrial

NCG 461 6.1.I, 6.1.II, 6.2.I, 6.2.II | GRI 2-6

La principal marca de la sociedad Plaza S.A. es “Mallplaza”, la cual se encuentra registrada ante el Departamento de Propiedad Industrial del Ministerio de Economía junto a otras marcas propias en diferentes clases.

Como compañía, participamos en el sector inmobiliario de uso comercial, llevando a cabo acciones orientadas al diseño, construcción y administración de centros urbanos, lo que permite ofrecer al mercado un conjunto de tiendas denominadas “ancla”, que se suman a una gran variedad de tiendas y servicios independientes de diversos rubros (como vestuario, electrónica, decoración, hogar, entre otros), además de otras orientadas a la entretenición (food court, cines, restaurantes, cafés y bibliotecas) y servicios (centros médicos, centros educativos, bancos, correos y farmacias).



Mallplaza Los Dominicos, Chile



Mallplaza Vespucio, Chile



Esta variedad de productos, servicios y entretenimiento es el principal atributo como marca de Mallplaza, además de ofrecer gran accesibilidad, estacionamientos, seguridad y un posicionamiento publicitario atractivo para los grupos de interés.

De acuerdo con estudios cuantitativos realizados en hogares de las áreas de influencia de los distintos centros urbanos Mallplaza, los formatos que se constituyen como competencia de Plaza S.A. son los centros urbanos tipo mall, power centers, outlets malls, lifestyle malls, strip centers y el comercio tradicional ubicado en las principales arterias y distritos de las diferentes comunas. De esta forma, la participación de mercado de Mallplaza en el comercio minorista en Chile se estima en 3,8%; para determinar dicha participación, se consideran las ventas totales efectuadas dentro de los centros urbanos Mallplaza, excluyendo ventas en los sectores automotriz, supermercado, tienda hogar y salud.

Propiedad y concesiones

NCG 461 6.2.VI, 6.2.VII, 6.4.I, 6.4.III

A través de sus sociedades filiales, Plaza S.A. es propietaria de casi la totalidad de los centros urbanos, siendo la única excepción Mallplaza Antofagasta, caso que se detalla a continuación.

Con fecha 20 de mayo de 2004 se suscribió un contrato de concesión con Empresa Portuaria de Anto-

fagasta, la que faculta a la compañía a desarrollar, mantener y explotar exclusivamente la denominada Área de Concesión Portuaria de una superficie inicial de 71.020 m2, pudiendo verse incrementada en el futuro por incorporación de nuevas áreas opcionales. Con base en esto, Plaza Antofagasta S.A. construyó y actualmente administra el Centro Comercial Mallplaza Antofagasta.

El plazo de duración de esta concesión es de 30 años contados desde la fecha de entrega del terreno. Como contraprestación, la filial Plaza Antofagasta S.A. debe pagar mensualmente a Empresa Portuaria de Antofagasta un canon que corresponde al monto mayor entre un denominado Monto Mínimo Mensual, Monto Comercial Mensual y el Monto Mínimo Asegurado Mensual, más un pago por contribuciones que corresponde a un porcentaje del Impuesto Territorial que debe pagar la zona concesionada.

Además, como compañía contamos con terrenos en Chile (ubicados en las regiones de Valparaíso y del Libertador Bernardo O'Higgins), que en total suman aproximadamente 28 hectáreas.

Plaza S.A. y sus filiales no tienen patentes de propiedad registradas a su nombre.



Open Plaza Atocongo, Perú



VIII. 5.

Propiedad, accionistas y control

NCG 461 2.3.1, 2.3.2

La matriz directa de Plaza S.A., dueña del 53,05% de sus acciones, es Desarrollos Inmobiliarios SpA, que es a su vez filial indirecta de la sociedad anónima abierta Falabella S.A. Durante el año 2025 no se produjeron cambios en el control de la sociedad.

Información sobre grupo controlador

NCG 461 2.3.1

Al 31 de diciembre de 2025, Falabella S.A. no posee un controlador, conforme a las disposiciones contenidas en el Título XV de la Ley N°18.045, tras la terminación con fecha 1 de julio de 2025, por expiración de su plazo de vigencia, del pacto de accionistas en cuyo virtud un grupo controlador había controlado a dicha sociedad desde el 23 de octubre de 2003.

Ninguna institución gubernamental posee más del 5% de los derechos de voto totales.

Procedimientos para la participación de los accionistas

NCG 461 3.7.IV, 11

A partir de la Junta Ordinaria de Accionistas de la Sociedad celebrada con fecha 23 de abril de 2020, y según lo dispuesto en la Norma de Carácter General N° 461 y el Oficio Circular N° 1.141 (ambos de la Comisión para el Mercado Financiero), el Directorio de la Sociedad puso a disposición de los accionistas de la Sociedad medios tecnológicos para que aquellos accionistas que quisieran participar de la Junta de forma remota y votar electrónicamente en la misma, lo pudieran hacer.



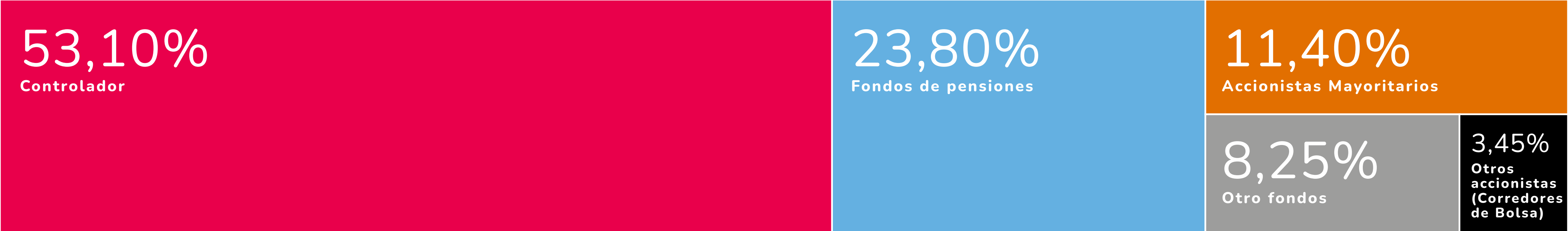
Principales accionistas

NCG 461 2.3.3

Composición accionaria de los 10 accionistas mayoritarios* de Plaza S.A. al 31 de diciembre de 2025.

Nombre o razón social	Rut	Dirección	Comuna	Ciudad	Acciones	% acciones
Desarrollos Inmobiliarios SpA	99.593.960-6	Huérfanos 1011, oficina 118	Santiago	Santiago	1161849244	53,05%
Inversiones Avenida Borgoño Limitada	79.566.150-6	Gertrudis Echeñique 30 OF. 172	Las Condes	Santiago	197439955	9,02%
Banchile Corredores de Bolsa S.A.	96.571.220-8	Enrique Foster Sur 20, piso 6	Las Condes	Santiago	59447149	2,71%
BCI DE B S.A	96.519.800-8	Magdalena 140, Piso 14	Las Condes	Santiago	53553765	2,45%
AFP Habitat S.A. para Fondos de Pensión C	98.000.100-8	Avenida Providencia 1909, piso 9	Providencia	Santiago	50733976	2,32%
Bolsa de Comercio de Santiago, Bolsa de Valores	90.249.000-0	Banderas 63	Santiago	Santiago	41532310	1,90%
AFP Provida S.A. para Fondo de Pensión C	76.265.736-8	Agustinas 640, piso 18	Santiago	Santiago	37746440	1,72%
Banco Santander por cuenta de inversión extranjera	97.036.000-k	Matías Cousiño 167, piso 1	Santiago	Santiago	35594345	1,63%
AFP Capital S.A. Fondo de Pensión tipo C	98.000.000-1	Avenida Suecia 211, piso 10	Providencia	Santiago	34539038	1,58%
AFP Habitat S.A. Fondo de Pensión tipo B	98.000.100-8	Avenida Providencia 1909, piso 9	Providencia	Santiago	30039097	1,37%

Porcentaje de participación de los principales accionistas 2025



0,00% ADRs u otros certificados emitidos en el extranjero



Comentarios de accionistas

NCG 461 11

En la Junta Ordinaria de Plaza S.A. 2025, se le dio la palabra a Adolfo Troncoso Cortes quien, en representación de AFP Capital, comentó lo siguiente: “En representación de los fondos de pensiones administrados por AFP Capital, quisiéramos destacar la positiva evolución que hemos observado en las prácticas ASG de las compañías en las que invertimos los ahorros de nuestros afiliados y pensionados. En AFP Capital, estamos próximos a publicar nuestro cuarto Reporte de Inversión Sostenible. Desde ya, dejamos cordialmente extendida la invitación a revisarlo. A partir de la información pública disponible, valoramos positivamente la incorporación de riesgos climáticos en la gestión de riesgos bajo la metodología TCFD, así como el hecho de que la compensación de los principales ejecutivos considere incentivos vinculados al cambio climático. Con miras a seguir avanzando en esta línea, confiamos en que su organización continuará fortaleciendo estos esfuerzos, en particular en la promoción de la equidad de género tanto a nivel del Directorio como del equipo ejecutivo.

Finalmente, y en el marco de nuestro rol como inversionistas institucionales, solicitamos que quede consignada en acta la visión de AFP Capital respecto a la gestión ASG de su compañía. Muchas gracias Señor Presidente

Acciones y otros valores

NCG 461 2.3.4.I, 2.3.4.II, 2.3.4.III.A, 2.3.4.III.C

Plaza S.A. tiene solo una serie de acciones (2.190.000.000), y el número total de accionistas al 31 de diciembre de 2025 fue de 161.

Política de dividendos

La Política de Dividendos aprobada por la Junta Ordinaria de Accionistas celebrada el día 22 de abril de 2025 acordó distribuir durante el curso de cada ejercicio a lo menos el 40% de las utilidades líquidas distribuibles de cada ejercicio, en la medida que la situación de los negocios sociales así lo permita y teniendo en consideración los proyectos y planes de desarrollo de la Sociedad.

Dividendo

Tipo de Dividendo	Fecha de Pago	Monto (CLP)	Valor por acción
Dividendo Provisorio	16-09-2025	\$ 61.320.000	\$ 28
Dividendo Definitivo	30-04-2025	\$ 47.150.700	\$ 21,53
Dividendo Provisorio	17-12-2024	\$ 48.180.000	\$ 22
Dividendo Definitivo	30-04-2024	\$ 79.016.000	\$ 40,31

* Los dividendos mencionados fueron pagados con cargo a las utilidades generadas durante el ejercicio fiscal correspondiente al año indicado en la columna "Año".



Mallplaza Vespucio, Chile

Transacciones en bolsa

NCG 461 2.3.4.III.B

Plaza S.A. cotiza en la Bolsa de Santiago, Bolsa Electrónica de Chile.

Chile - Bolsa de Santiago - 2025

Período	Precio Cierre (\$)	Presencia Bursátil	Acciones (Volumen)	Monto Transado (CLP)
1º trimestre	1.964,90	100,00%	126.293.568	\$231.600.609.373
2º trimestre	2.078,80	100,00%	229.386.138	\$480.424.874.660
3º trimestre	2.600,00	100,00%	199.434.483	\$448.257.829.256
4º trimestre	3.186,10	100,00%	270.299.410	\$808.618.550.848
Total 2025			825.413.599	\$1.968.901.864.137

Chile - Bolsa Electrónica 2025

Período	Precio Cierre (\$)	Presencia Bursátil	Acciones (Volumen)	Monto Transado (CLP)
1º trimestre	1.950,10	100,00%	2.597.096	\$4.849.046.494
2º trimestre	2.060,00	100,00%	9.066.586	\$19.292.634.740
3º trimestre	2.574,50	100,00%	3.048.229	\$6.892.052.259
4º trimestre	2.555,20*	100,00%	2.644.893	\$7.695.258.779
Total 2024			17.356.804	\$38.728.992.272

Perú - Bolsa de Valores de Lima (PEN)

Fecha Precio	Cierre	Volumen	Monto Transado
31-12-2025	0,30	5.917,00	1.775
30-09-2025	0,30	832,00	250
30-06-2025	0,30	375,00	113
31-03-2025	0,30	30.838,00	9.251

* Corresponde al precio del 26 de diciembre de 2024 y no al precio de cierre del 30 de diciembre de 2024, fecha en la cual no se registraron operaciones, a diferencia de la Bolsa de Santiago.

** La presencia bursátil es la misma para ambas ya que es independiente de la bolsa.

*** Cabe destacar que la presencia no necesariamente debe ser del 100%, ya que, si el monto es inferior a 1.000 UF, no aporta.



Otros valores

NCG 461 2.3.5

Con fecha 18 de abril de 2024, la Sociedad realizó colocación de bonos desmaterializados y al portador en el mercado local con cargo a la línea de bonos N°1149 de fecha 19 de julio del 2023, dichos bonos corresponden a la Serie AD por una suma total de UF 1.500.000, con vencimiento el día 1 de octubre de 2028 con una tasa de colocación del 3,99% anual y la Serie AE por una suma total de UF 1.500.000, con vencimiento el día 1 de abril de 2033 con una tasa de colocación del 4,21% anual.

Con fecha 18 de agosto de 2022, la Sociedad realizó colocación de bonos desmaterializados y al portador en el mercado local con cargo a la línea de bonos N°979 de fecha 15 de noviembre del 2019, dichos bonos corresponden a la Serie AA por una suma total de UF 1.000.000, con vencimiento el día 1 de agosto de 2027 con una tasa de colocación del

3,14% anual y la Serie AC por una suma total de UF 3.000.000, con vencimiento el día 1 de agosto de 2047 con una tasa de colocación del 3,39% anual.

Con fecha 7 de abril de 2022, la Sociedad realizó la segunda colocación de bonos desmaterializados y al portador en el mercado local con cargo a la línea de bonos N° 980 de fecha 15 de noviembre del 2019, dichos bonos corresponden a la Serie Z por una suma total de UF 3.000.000, con vencimiento el día 1 de abril de 2043 con una tasa de colocación del 3,60% anual.

Con fecha 23 de septiembre de 2020, la Sociedad publicó un aviso de rescate voluntario de bonos desmaterializados correspondiente a la Serie C entregando la opción de canjear tales bonos por los correspondientes a la Serie U, con cargo a la línea de bonos N° 767 de fecha 23 de septiembre de 2013, por un valor nominal de UF 2.727.272, y una tasa de carátula del 3,60% anual. La operación tuvo una concurrencia del 87,58% equivalente a un monto colocado de UF 2.388.636 de la Serie U.

Con fecha 19 de junio de 2020, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie S por UF 4.000.000 a una tasa de colocación del 1,30% anual, con una única amortización de capital al vencimiento el día 1 de diciembre de 2029.

Con fecha 5 de febrero de 2020, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie P por UF 2.000.000 a una tasa de 2,08% anual, con una única amorti-

zación de capital al vencimiento el día 15 de enero de 2045. Con fecha 3 de octubre de 2013, la Sociedad colocó en el mercado nacional Serie N por UF 3.000.000 a una tasa de colocación de 3,80% de interés anual a un plazo de 22 años con una única amortización de capital al vencimiento de dicho plazo.

Con fecha 7 de junio de 2012, la Sociedad colocó en el mercado nacional Serie K por UF 3.000.000 a una tasa de 3,9% anual a un plazo de 22 años con una única amortización de capital al vencimiento de dicho plazo.

Con fecha 7 de junio de 2011, la Sociedad colocó en el mercado nacional bono serie H por UF 2.500.000 a una tasa de 3,5% de interés anual y a un plazo de 22 años, con amortizaciones de capital a partir del año 2032.

Con fecha 26 de octubre de 2010, la Sociedad colocó en el mercado nacional dos Series de bonos a un plazo de 21 años. La Serie D por un monto de UF 3.000.000 y la Serie E por un monto de UF 2.000.000, ambas series a una tasa de 3,85% de interés anual con amortizaciones iguales de capital los años 2030 y 2031. El 19 de mayo de 2009, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie C por UF 3.000.000 a una tasa de 4,5% anual y a un plazo de 21 años, con amortizaciones de capital a partir del año 2019.



VIII. 6. Patrimonio

NCG 461 2.3.4.III.C

- > Número de accionistas depositantes: 161
- > Número de acciones depositadas: 2.190.000.000
- > Número de acciones suscritas y pagadas: 2.190.000.000



Mallplaza Iquique, Chile



VIII. 7.

Hechos esenciales

NCG 461 10

HECHO ESENCIAL N°1/2025 PLAZA S.A. INSCRIPCIÓN REGISTRO DE VALORES 1028

26 DE MARZO DE 2025

I. CONVOCATORIA A JUNTA ORDINARIA DE ACCIONISTAS 2025.

El Directorio convocó a los accionistas de la Sociedad a junta ordinaria (en adelante, la “Junta Ordinaria”), para el día martes 22 de abril de 2025, a partir de las 10:00 en las oficinas de Mallplaza Norte, ubicadas en Américo Vespucio N°1737, Piso 7, comuna de Huechuraba, Santiago.

Conforme a lo dispuesto en la Norma de Carácter General N°435 de la CMF, que ha autorizado el uso de medios tecnológicos que permitan la participación y votación en juntas de sociedades anónimas abiertas, de accionistas que no se encuentren físicamente presentes en el lugar de su celebración, la Sociedad pondrá a disposición de sus accionistas los referidos medios tecnológicos para que los accionistas también puedan participar de la Junta Ordinaria y votar de forma remota.

Con respecto al sistema de votación aplicable en la Junta Ordinaria, las materias sometidas a decisión de la Junta Ordinaria se llevarán individualmente a votación a través del sistema de votación mediante dispositivo electrónico, que contempla la Sección I Letra B de la Norma de Carácter General N°273 de la CMF.

Cada accionista que asista presencialmente a la Junta Ordinaria podrá acceder al sistema de votación electrónica provisto por DCV Registros S.A., filial del Depósito Central de Valores S.A. (en adelante, “DCV”), a través de su propio dispositivo electrónico con acceso a internet y que cumpla con los requerimientos técnicos para participar en forma remota de la Junta Ordinaria o, en caso de no contar con uno en el lugar de la Junta Ordinaria, con el dispositivo electrónico que la Sociedad le proveerá para efectos de votación en el mismo lugar de la Junta Ordinaria.

Tanto la votación de los accionistas que asistan presencialmente en la Junta Ordinaria como de aquellos que participen de forma remota se reali-

zará dentro del mismo sistema de votación electrónica, asegurando la fidelidad, integridad y simultaneidad de la votación de todos los asistentes a la Junta Ordinaria (sin importar si es de forma presencial a través de los dispositivos electrónicos o de forma remota).

II. MATERIAS DE LA JUNTA ORDINARIA.

Corresponderá a la Junta Ordinaria conocer todos los asuntos que de acuerdo a la ley son de su competencia.

Las materias de la tabla de la Junta Ordinaria son las siguientes:

1. Pronunciamiento de la Junta Ordinaria sobre la Memoria de la Sociedad correspondiente al ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2024 (en adelante, respectivamente la “Memoria” y el “Ejercicio 2024”).
2. Pronunciamiento de la Junta Ordinaria sobre el Balance General consolidado y auditado de la Sociedad correspondiente al Ejercicio 2024 (en adelante, el “Balance”).



3.

Pronunciamiento de la Junta Ordinaria sobre el estado de resultados consolidado y auditado de la Sociedad correspondiente al Ejercicio 2024.

4.

Pronunciamiento de la Junta Ordinaria sobre el informe de los auditores externos de la Sociedad correspondiente al Ejercicio 2024.

5.

Pronunciamiento sobre la distribución de las utilidades líquidas distribuibles del Ejercicio 2024 (en adelante, las "Utilidades 2024").

6.

Pronunciamiento de la Junta Ordinaria sobre el destino que se dará a la parte de las Utilidades 2024 no distribuidas a los accionistas de la Sociedad.

7.

Pronunciamiento de la Junta Ordinaria sobre la política de pago de dividendos de la Sociedad para el ejercicio que terminará al 31 de diciembre de 2025 (en adelante, el "Ejercicio 2025").
8.

Elección de Directorio de la Sociedad para el periodo estatutario de tres años.

9.

Determinación por la Junta Ordinaria de la cuantía de la remuneración de los miembros del Directorio para el tiempo que transcurra entre la realización de la Junta Ordinaria y de aquella junta ordinaria de accionistas que conforme a la Ley N.º 18.046, sobre Sociedades Anónimas (en adelante, la "LSA") se efectúe en el primer cuatrimestre de 2025 (en adelante, el "Período 2025/2026").

10.

Designación por la Junta Ordinaria sobre los auditores externos de la Sociedad para el Ejercicio 2025.

11.

Designación por la Junta Ordinaria de las clasificadoras de riesgo de los títulos valores emitidos por la Sociedad para el Período 2025/2026.

12.

Recepción por la Junta Ordinaria de la cuenta del Directorio de las operaciones entre partes relacionadas celebradas durante el Ejercicio 2024 reguladas en el Título XVI de la LSA.

13.

Recepción por la Junta Ordinaria de la cuenta de la gestión del Comité de Directores de la Sociedad establecido en cumplimiento de, y conformidad con, el artículo 50 bis de la LSA (en adelante, el "Comité de Directores"), durante el Ejercicio 2024.
14.

Determinación por la Junta Ordinaria de la remuneración que recibirán los directores de la Sociedad que sean miembros del Comité de Directores, de acuerdo a la ley y en adición a aquellas dietas que les correspondan en cuanto miembros del Directorio, para el Período 2025/2026.

15.

Determinación por la Junta Ordinaria del presupuesto del Comité de Directores, para el Período 2025/2026, para los gastos de funcionamiento de dicho comité y la contratación de asesorías y servicios en materias de su competencia.

16.

Determinación por la Junta Ordinaria del diario en que se efectuarán las publicaciones de la Sociedad que la ley ordena durante el Período 2025/2026.



III. PROPUESTA DE DIVIDENDOS.

Se propondrá a la Junta Ordinaria: i/ el pago de un dividendo definitivo y final con cargo a las utilidades líquidas distribuibles del Ejercicio 2024 de \$21,53 por acción, el que sumado al dividendo provisorio de \$22,0 por acción aprobado por el Directorio con fecha 27 de noviembre de 2024 y pagado el día 17 de diciembre del mismo año, da un total de \$43,53 por acción con cargo a las utilidades del Ejercicio 2024 y equivalente al 40% de las utilidades del mencionado ejercicio; ii/ que el dividendo propuesto se pague el día 30 de abril de 2025 a los accionistas inscritos en el registro de accionistas al 24 de abril de 2025 del presente año; y, iii/ que el pago del dividendo propuesto sea efectuado a través de depósitos bancarios o retiro directo por los accionistas del respectivo vale vista a su nombre en cualquiera de las sucursales del Banco de Crédito Inversiones.

IV. PROPUESTAS A LA JUNTA ORDINARIA DE ACCIONISTAS.

Todas las propuestas que el Directorio llevará para ante la Junta Ordinaria respecto de las materias indicadas más arriba, así como los documentos que explican, fundamentan y detallan los asuntos que se someterán al conocimiento y aprobación de la Junta Ordinaria, y la explicación del sistema de votación que se empleará en la Junta Ordinaria, se encontrarán a disposición de los accionistas a

partir del 2 de abril en el sitio web de la Sociedad (<https://corporativo.mallplaza.com/inversionistas/junta-de-accionistas/>). Hernán Silva Villalobos

Asimismo, a partir de esa fecha los accionistas de la Sociedad podrán obtener, en el domicilio social, ubicado en Av. Américo Vespucio 1737, piso 9, Huechuraba, Santiago, copia de los documentos antes indicados.

V. PARTICIPACIÓN EN LA JUNTA ORDINARIA.

Tendrán derecho a participar en la Junta Ordinaria los titulares de acciones que se encuentren inscritos en el registro de accionistas de la Sociedad hasta la medianoche del quinto día hábil previo a la Junta Ordinaria, esto es, hasta la medianoche del día 14 de abril de 2025. La calificación de poderes, si procediese, se efectuará el día de la Junta Ordinaria a la hora en que ésta se inicie.

Los accionistas con derecho a participar de la Junta Ordinaria deberán registrarse previamente conforme a las instrucciones que se publicarán a partir del día 2 de abril de 2025, en el sitio web de la Sociedad.

Este registro podrá realizarse hasta las 14:00 horas del día 21 de abril de 2025. Los accionistas así registrados recibirán por correo electrónico, a la dirección proporcionada con ocasión de su enrolamiento, el vínculo y clave de acceso que les permitirán participar de la Junta Ordinaria y votar electrónicamente en la misma.

VI. AVISOS DE CITACIÓN A LA JUNTA ORDINARIA.

El primer aviso de citación a la Junta Ordinaria se publicará en el diario electrónico <http://www.latercera.com> el día 2 de abril de 2025.

VII. PUBLICACIÓN DEL BALANCE, ESTADOS FINANCIEROS Y MEMORIA

De acuerdo a lo establecido en el artículo 75 de la LSA y en el oficio circular N°444 de la CMF, la Memoria y el Balance serán puestos a disposición de los accionistas a partir del día 2 de abril de 2025 por medio de su publicación en el sitio web de la Sociedad.



Mallplaza La Serena, Chile



HECHO ESENCIAL N°2/2025 PLAZA S.A.
INSCRIPCIÓN REGISTRO DE VALORES 1028
22 DE ABRIL DE 2025

En la Junta Ordinaria de Accionistas de Plaza S.A. celebrada con fecha 22 de abril de 2025 se adoptaron los siguientes acuerdos:

- a.** Aprobar la Memoria, el Balance y el Estado de Resultados del Ejercicio 2024, así como el informe emitido por los auditores externos de la Sociedad.
- b.** Aprobar un dividendo definitivo y final por la suma de \$47.150.700.000, correspondiente a \$21,53 por acción, el que sumado al dividendo provisorio de \$48.180.000.000 equivalente a \$22 por acción aprobado por el Directorio con fecha 27 de noviembre de 2024 y pagado el día 17 de diciembre del mismo año, alcanzan una distribución total de \$95.330.700.000 equivalente al 40% de las utilidades del mencionado ejercicio, lo que da un total de \$43,53 por acción con cargo a las utilidades del Ejercicio 2024.

El dividendo definitivo se pagará el día 30 de abril de 2025 a los accionistas titulares de acciones inscritos en el Registro de Accionistas al día 24 de abril de 2025. Al efecto se acompaña a la presente Formulario N°1 de la Circular 660 de la Comisión para el Mercado Financiero.

- c.** Designar como directores de la sociedad para el período estatutario a las siguientes personas: Sergio Cardone Solari, Carlo Solari Donaggio, Paul Fürst Gwinner, Alejandro Puentes Bruno, Ian Fürst Garmendia, Dafne González Lizama, Pablo Eyzaguirre Court, Enrique Ostalé Cambiaso y a don Manuel Ovalle Edwards como director independiente.
- d.** Aprobar la remuneración del Directorio y del Comité de Directores para el ejercicio 2025
- e.** Designar como auditores externos a la firma Deloitte Auditores y Consultores Limitada.
- f.** Designar como Clasificadores de Riesgo a las empresas a las Clasificadora de Riesgo Humphreys Limitada y Feller Rate Clasificadora de Riesgo Limitada, sin perjuicio de poder contratar adicionalmente una tercera clasificadora de una trayectoria similar a las anteriores a nivel nacional e internacional.



HECHO ESENCIAL N°3/2025 PLAZA S.A.
INSCRIPCIÓN REGISTRO DE VALORES 1028
20 DE AGOSTO DE 2025

El Directorio de Plaza S.A., en sesión extraordinaria de fecha 20 de agosto de 2025, tomó conocimiento y aceptó la renuncia voluntaria del señor Fernando de Peña Iver a su cargo de Gerente General de la Sociedad, quien se mantendrá en ese cargo hasta el día 31 de diciembre de 2025.

En la misma sesión, el Directorio acordó designar como Gerente General, en reemplazo del señor De Peña, a contar del día 1 de enero de 2026, a don Pablo Pulido Sierra, quien actualmente se desempeña como Gerente de la operación de Mallplaza en Chile y Colombia.

El Directorio de la Sociedad desea expresar su más profundo agradecimiento al señor de Peña por haber liderado, por 35 años, la formación, desarrollo y expansión de Mallplaza.

HECHO ESENCIAL N°4/2025 PLAZA S.A.
27 DE AGOSTO DE 2025

En sesión de Directorio de fecha 27 de agosto de 2025, se aprobó el reparto de un dividendo provisorio con cargo a las utilidades del ejercicio 2025 de \$28 (veintiocho pesos) por acción. El citado divi-

dendo se pagará el día 16 de septiembre de 2025, a los accionistas titulares de la serie única que se encuentren inscritos en el Registro de Accionistas al día 10 de septiembre de 2025. Se adjunta a la presente el Formulario N°1 de la Circular N°660 antes mencionada.

HECHO ESENCIAL N°5/2025 PLAZA S.A.
10 DE DICIEMBRE DE 2025

Con fecha 9 de diciembre de 2025, la Sociedad ha tomado conocimiento del hecho que el Directorio de su matriz Falabella S.A. aprobó la Política de Elección de Directores en Filiales de la misma, la que es aplicable a todas sus filiales, incluyéndose entre ellas a Plaza S.A. La política antes aludida fue establecida conforme a lo dispuesto en el artículo 92 bis de la ley N°18.046, sobre Sociedades Anónimas, y la Norma de Carácter General 533 de la CMF, y puesta en conocimiento de la Sociedad y a disposición de los accionistas de Falabella S.A. y el público en general en el sitio web de Falabella <https://investors.grupofalabella.com>, así como en las oficinas de Falabella S.A. ubicadas en Avenida Presidente Riesco N°5685, piso 4, comuna de Las Condes, Santiago



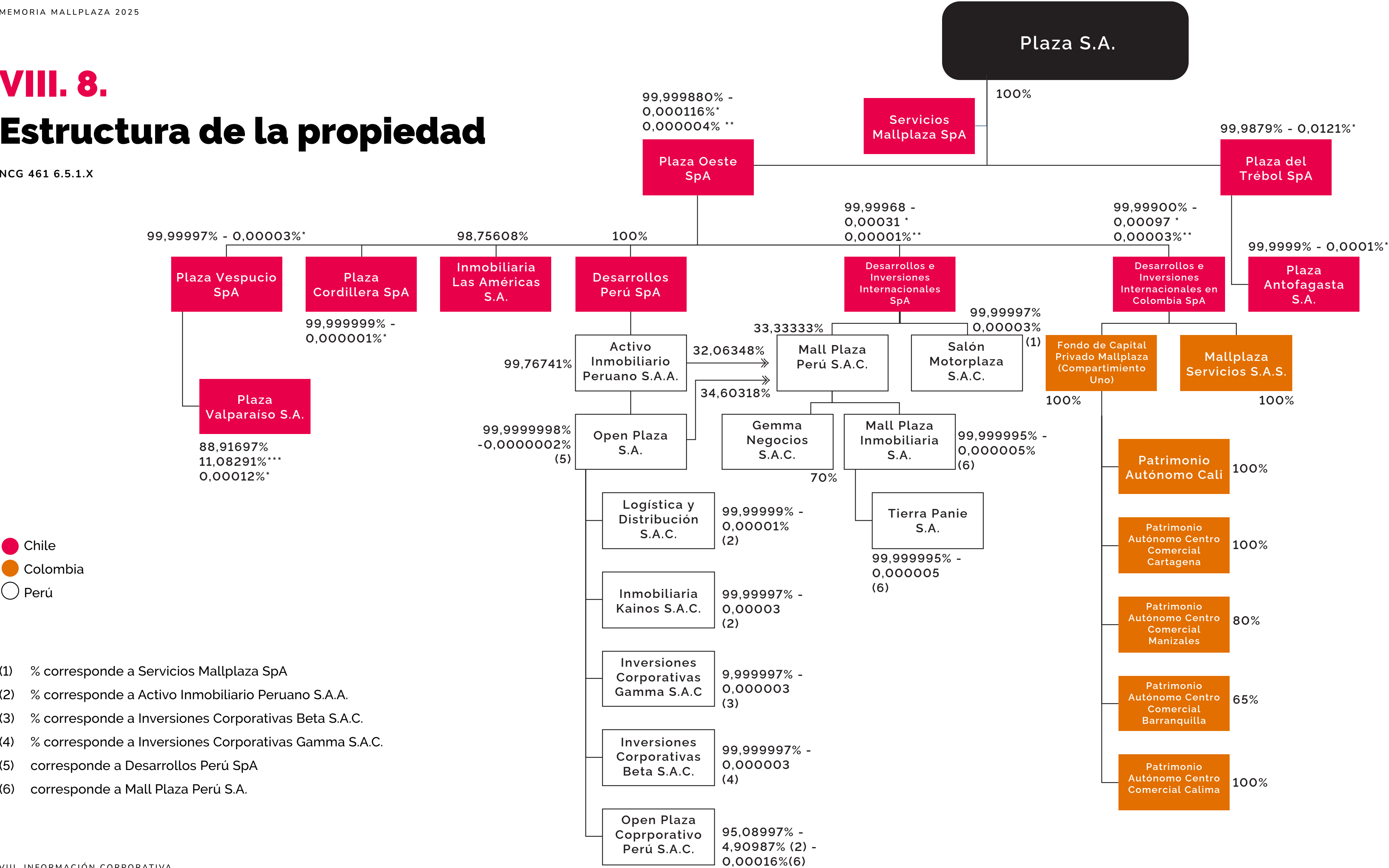
Open Plaza Pucallpa, Perú



VIII. 8.

Estructura de la propiedad

NCG 461 6.5.1.X



VIII. 9.

Información sobre filiales y subsidiarias

NCG 461 6.5.1.I, 6.5.1.II, 6.5.1.III, 6.5.1.IV, 6.5.1.V, 6.5.1.VI, 6.5.1.VII, 6.5.1.VIII, 6.5.1.IX

Nombre Organización	Servicios Mallplaza SpA
Domicilio	Santiago Chile.
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 2.519.872.033 / Moneda: CLP
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	A través de un Comité de Administración donde son parte de él Fernando de Peña Iver, Hernán Silva Villalobos y Derek Schwietzer Tang.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	0,12%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Plaza Oeste SpA
Domicilio	Santiago Chile.
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 927.507.000.164 / Moneda: CLP
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	52,53%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	Fusión por absorción de Desarrollos e Inversiones Internacionales Dos SpA por acuerdo de Junta de fecha 01 de diciembre de 2025 (que surge de la división de Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA).



Nombre Organización	Plaza del Trébol SpA
Domicilio	Santiago Chile.
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 22.708.775.184 / Moneda: CLP
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	13,99%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	Fusión por absorción de Plaza La Serena SpA de fecha 16 de junio de 2025.



Nombre Organización	Plaza Valparaíso
Domicilio	Santiago Chile.
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 29.688.727.954 / Moneda: CLP
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Fernando de Peña Iver (Director), Oscar Munizaga Delfin (Director y Gerente General), Cristián Somarriva Labra
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	2,97%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Plaza Cordillera SpA
Domicilio	Santiago Chile.
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 449.377.082 / Moneda: CLP
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	-0,23%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Inmobiliaria Mall Las Américas S. A
Domicilio	Iquique, Chile.
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 5.824.837.241 / Moneda: CLP
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Fernando de Peña Iver (Director), Oscar Munizaga Delfin (Director y Gerente General), Cristián Somarriva Labra (Director)
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	98,75%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	1,03%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Plaza Vespucio SpA.
Domicilio	Santiago, Chile.
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 3.725.583.546 / Moneda: CLP
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	6,92%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Plaza Antofagasta S.A.
Domicilio	Antofagasta, Chile.
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 5.229.502.223 / Moneda: CLP
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Fernando de Peña Iver (Director), Oscar Munizaga Delfin (Gerente General y Director), Cristián Somarriva Labra (Director)
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	1,29%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Desarrollos e Inversiones Internacionales en Colombia SpA
Domicilio	Santiago,Chile.
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito 319.674.524.863 / Moneda: CLP
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	6,65%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Desarrollos Perú SpA
Domicilio	Santiago,Chile.
Capital suscrito y pagado	Capital pagado: 431.370.349.997 / Moneda: CLP
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	9,73%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA
Domicilio	Santiago,Chile.
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito 84.637.477.761 / Capital pagado: 83.662.857.117 / Moneda: CLP
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	2,60%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Mall Plaza Perú S.A.C*
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 838.605.176,00 / Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Se realizó Junta General de Accionistas de fecha 10 de diciembre de 2025, en la cual se revocó el directorio. El Gerente General Cristián Somarriva es quien representará y administrará a la Sociedad.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99,84%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	7,39%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	No tiene directorio. Está siendo administrada a través de gerencia.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.

* La Junta aprobó el cambio de sociedad, el cual se encuentra en proceso de formalización.



Nombre Organización	Salón Motor Plaza Perú S. A.*
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 3.619.396 / Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Se realizó Junta General de Accionistas de fecha 10 de diciembre de 2025, en la cual se revocó el directorio. El Gerente General Cristián Somarriva es quien representará y administrará a la Sociedad.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	0,07%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	No tiene directorio. Está siendo administrada a través de gerencia.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.

* La Junta aprobó el cambio de sociedad, el cual se encuentra en proceso de formalización.



Nombre Organización	Mall Plaza Inmobiliaria S. A.C.*
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado 260.045.255 / Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Por Junta General de Accionistas celebrada el 04 de diciembre de 2025, se nombró como Gerente General a Cristián Somarriva. Se realizó Junta General de Accionistas de fecha 22 de diciembre de 2025, en la cual se revocó el directorio. El Gerente General Cristián Somarriva es quien representará y administrará a la Sociedad.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99,84%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	1,46%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	No tiene directorio. Está siendo administrada a través de gerencia.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.

* La Junta aprobó el cambio de sociedad, el cual se encuentra en proceso de formalización.



Nombre Organización	Gemma Negocios S. A.C
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 14.822.450 / Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Fernando de Peña Iver (Director), Oscar Munizaga Delfin (Director), Cristián Somarriva Labra (Director), Hernán Silva Villalobos (Director) , Juan Carlos Córdova del Carpio (Director). Gerente General: Mauricio Mendoza Jenkin.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	69,78%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	-0,10%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad Plaza S.A.; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Gerente Negocios Complementarios Plaza S.A; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	N/A
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Tierra Panie S.A
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 21.168,540.00 /Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Por Junta General de Accionistas celebrada el 22 de diciembre de 2025, se nombró como Gerente General a Cristián So-marriva.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsi-diaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99,84%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de acti-vos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se deter-minará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado se-gún el método de la participación	0,05%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	No tiene directorio, está siendo administrada a través de gerencia.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	N/A
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que in-fluyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la ope-ración y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Open Plaza Corporativo Perú S.A.C.
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 625.495. Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Se realizó Junta General de Accionistas de fecha 16 de diciembre de 2025, se nombró como Gerente General a Cristián Somarriva, quien representará y administrará a la Sociedad.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99.77%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	0,00%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	No tiene directorio, está siendo administrada a través de gerencia.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Logística y Distribución S.A.C.
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 13.959.982. Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Se realizó Junta General de Accionistas de fecha 17 de diciembre de 2025, se nombró como Gerente General a Cristián Somarriva, quien representará y administrará a la Sociedad.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99,77%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	0,14%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	No tiene directorio, está siendo administrada a través de gerencia.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Activo Inmobiliario Peruano S.A.A. (Por Junta General de Accionistas, celebrada el 26 de mayo de 2025 se modificó la razón social)
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 3,910,402,341. Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Por nombramiento de Directorio celebrado el 26 de febrero de 2025 se nombró como Gerente General a don Cristián Somarriva. Por Junta General de Accionistas celebrada el 30 de diciembre de 2025, renunció Fernando de Peña Iver, y se nombró a Pablo Pulido Sierra, quedando como directores Pablo Pulido Sierra, Oscar Munizaga Delfín y Juan Xavier Roca Mendenhall;
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99.77%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	9,70%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Pablo Pulido Sierra (Director); Oscar Munizaga Delfin (Director); Juan Xavier Roca Mendenhall (Director); Cristián Somarriva (Gerente General).
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Inmobiliaria Kainos S.A.C
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 3.383.785 Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Se realizó Junta General de Accionistas de fecha 17 de diciembre de 2025, se nombró como Gerente General a Cristián Somarriva, quien representará y administrará a la Sociedad.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99,99%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	0,17%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	No tiene directorio, está siendo administrada a través de gerencia.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Inversiones Corporativas Beta S.A.C.
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 36.972.285 Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Se realizó Junta General de Accionistas de fecha 18 de diciembre de 2025, se nombró como Gerente General a Cristián Somarriva, quien representará y administrará a la Sociedad.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99,77%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	0,27%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	No tiene directorio, está siendo administrada a través de gerencia.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Inversiones Corporativas Gamma S.A.C
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital y suscrito y pagado: 36.765.827 Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Se realizó Junta General de Accionistas de fecha 18 de diciembre de 2025, se nombró como Gerente General a Cristián Somarriva, quien representará y administrará a la Sociedad.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99,77%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	0,20%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	No tiene directorio, está siendo administrada a través de gerencia.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Open Plaza S.A.C (Por Junta General de Accionistas de fecha 19 de diciembre de 2025 se transformó a una S.A.C.)*
Domicilio	Lima, Perú
Capital suscrito y pagado	Capital suscrito y pagado: 590.765.918 Moneda: Sol Peruano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	El Gerente General, se nombró en Junta General de Accionistas de 07 de julio 2025, a don Cristián Somarriva. Se realizó Junta General de Accionistas de fecha 19 de diciembre de 2025, en la cual se revocó el directorio por lo que el Gerente General administra la sociedad.
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	99,77%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	7,20%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	No hay Directorio, es administrada a través de gerencia.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.

*La junta aprobó el cambio de sociedad, el cual se encuentra en proceso de formalización.



Nombre Organización	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena.
Domicilio	Bogotá, Colombia
Capital suscrito y pagado	Capital pagado: 83.123.533.782 / Moneda: Peso Colombiano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Administrado por Itaú Asset Management Colombia S.A. Sociedad Fiduciaria y entregado por mandato la administración y operación a Mallplaza Servicios S.A.S
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	1,02%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	N/A
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Mallplaza Servicios S.A.S. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo del centro urbano.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos
Domicilio	Bogotá, Colombia
Capital suscrito y pagado	Capital pagado: 115.531.180.310 / Moneda: Peso Colombiano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Administrado por Itaú Asset Management Colombia S.A. Sociedad Fiduciaria y entregado por mandato la administración y operación a Mallplaza Servicios S.A.S
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	80,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	0,42%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	N/A
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Mallplaza Servicios S.A.S. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo del centro urbano.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Patrimonio Autónomo Holding Mallplaza NQS
Domicilio	Bogotá, Colombia
Capital suscrito y pagado	Capital pagado: 287.881.775.193 / Moneda: Peso Colombiano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Administrado por Itaú Asset Management Colombia S.A. Sociedad Fiduciaria y entregado por mandato la administración y operación a Mallplaza Servicios S.A.S
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	2,68%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	N/A
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Mallplaza Servicios S.A.S. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo del centro urbano.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Fondo de Capital Privado Mallplaza.
Domicilio	Bogotá, Colombia
Capital suscrito y pagado	Capital pagado: 1.481.692.596.082 / Moneda: Peso Colombiano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Fondo de capital por medio del cual Desarrollos e Inversiones Internacionales en Colombia SpA
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Administrado por Corredores Davivienda S.A. Comisionista de Bolsa
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	6,59%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	A través de los comités de Inversiones, participan Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A., Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas Plaza S.A.; Gonzalo Estay Díaz Gerente de Administración de Plaza S.A., Rodrigo Sirhan, Gerente de Finanzas y Relación con Inversionistas de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Mallplaza Servicios S.A.S., es el gestor profesional del Fondo de Capital Privado Mallplaza
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Patrimonio Autónomo Mallplaza Cali.
Domicilio	Bogotá, Colombia
Capital suscrito y pagado	Capital pagado: 676.356.641.782 / Moneda: Peso Colombiano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Administrado por Itaú Asset Management Colombia S.A. Sociedad Fiduciaria y entregado por mandato la administración y operación a Mallplaza Servicios S.A.S
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	1,42%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	N/A
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Mall Plaza Servicios S. A.S
Domicilio	Bogotá, Colombia.
Capital suscrito y pagado	Capital pagado: 5.484.972.000 / Moneda: Peso Colombiano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración de centros urbanos
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Pablo Pulido (Representante Legal Principal-Administrador), Oscar Munizaga Delfín (Representante Legal Segundo Principal-Administrador) Rafael Jamarillo (Representante Legal Tercer Principal-Administrador). Suplentes: Daniela Gonzalez; Derek Tang, Luisa Fernanda Moreno y Mario Manjarres. Miembros de Juntas Directivas: Pablo Pulido (Presidente y Director); Oscar Munizaga (Director) Derek Tang (Director). Suplentes: Hernán Silva y Cristián Somarriva
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	100,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	0,07%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente de Desarrollos y Negocios Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Derek Schwietzer Tang, Gerente de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente División Perú Plaza S.A; Ana Karina Navarrete Fuentes, Contralora Plaza S.A; Renato Fernández Baeza, Gerente de Comunicaciones Externas, Asuntos Públicos y Sostenibilidad; Plaza S.A; Pablo Pulido Sierra, Gerente División Chile y Colombia Plaza S.A; Christopher Banfield Erazo, Negocios Complementarios Plaza S.A.; María Sol de Cabo, Gerente de Personas y Cultura Plaza S.A; Hernán Silva Villalobos, Gerente Legal, Riesgo y Cumplimiento de Plaza S.A.
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos, además de los servicios de gerenciamiento y dirección.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



Nombre Organización	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Barranquilla
Domicilio	Bogotá, Colombia.
Capital suscrito y pagado	Capital pagado: 240.388.010.869 / Moneda: Peso Colombiano
Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla.	Desarrollo y administración del centro comercial en Barranquilla
Nombre y apellidos del o los directores, administradores, en su caso, y gerente general.	Administrado por Itaú Asset Management Colombia S.A. Sociedad Fiduciaria y entregado por mandato la administración y operación a Mallplaza Servicios S.A.S
Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria o asociada y variaciones ocurridas durante el último ejercicio.	65,00%
Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz. En las subsidiarias el monto de la inversión se determinará considerando la participación de la matriz sobre los activos netos informados en los estados financieros usados en la consolidación y en las asociadas el valor determinado según el método de la participación	0,96%
Indicación del nombre y apellidos del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz o entidad inversora que desempeñen algunos de esos cargos en la subsidiaria o asociada.	N/A
Descripción clara y detallada de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias o asociadas durante el ejercicio y de la vinculación futura proyectada para con éstas.	Mallplaza Servicios S.A.S. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo del centro urbano.
Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias o asociadas que influyan significativamente en las operaciones y resultados de la matriz o entidad inversora.	No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.



CAPÍTULO IX

Anexos



Glosario

ACA	Alianza para la Acción Climática.
ACCEP	Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú.
Acecolombia	Asociación de Centros Comerciales de Colombia.
ADRs	Recibos de depósito americanos.
ADTV 180	Corresponde el Volumen transado.
AFFO	Fondos Ajustados de Operaciones.
ANDA	Asociación Nacional de Avisadores de Chile.
ARL	Administradora de Riesgos Laborales.
ASECH	Asociación de Emprendedores de Chile.
B2C	Negocio a consumidor.
BMS	Sistema de gestión de edificios.
C&C Click&Collect	Compra en línea y recoge en tienda.
CCHCC	Cámara Chilena de Centros Comerciales.
CCS	Cámara de Comercio de Santiago.
CCTV	Circuito Cerrado de Televisión.
CDP	Proyecto de Divulgación de Carbono.
CEO	Gerente General.
Cidere	Corporación Industrial para el Desarrollo Regional del Biobío.
CL	Chile.
CLP	Peso chileno.
CMF	Comisión del Mercado Financiero de Chile.
CNE	Comisión Nacional de Energía de Chile.
CO2	Dióxido de Carbono.
COGRID	Comité de Gestión del Riesgo de Desastres.

CoP	Comunicación de Progreso.
CORFO	Corporación de Fomento de la Producción.
COSO	Comité de Organizaciones Patrocinadoras de la Comisión Treadway.
COP	Peso Colombiano.
COPA	Comunidad Portuaria de Antofagasta.
CSA	Evaluación de Sostenibilidad Corporativa
CSF	Marco de Ciberseguridad.
DD.HH.	Derechos Humanos.
DIA	Declaración de Impacto Ambiental.
DJBICI	Índices de Sostenibilidad Dow Jones de “Mejores en su Clase”.
DJSI	Índice de Sostenibilidad Dow Jones.
DEC	Asociación para el Desarrollo de la Experiencia de Cliente.
DLP	Prevención de pérdida de datos.
DRP	Plan de recuperación ante desastres.
DSC	Desafío Santiago Circular.
EBITDA	Ganancias antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones.
EC	Encuesta Cultura
EDGE	Excelencia en el diseño para mayores eficiencias.
EDP	Estados de Pago.
EE.FF.	Estados Financieros.
eNPS	Puntuación de promotor neto del empleado.
EPP	Elementos de Protección Personal.
ERM	Gestión de riesgos empresariales.
ESG	Ambiental, Social y de Gobernanza.
ETM	Emprende Tu Mente.
FENALCO	Federación Nacional de Comerciantes.



FFO	Fondos de las operaciones.
GAFI-BASILEA	Grupo de Acción Financiera Internacional a través del Instituto sobre Gobernabilidad de Basilea.
G20	Grupo de los 20.
GCP	Plataforma en la nube de Google.
GEI	Gases de Efecto Invernadero
GJ	Gigajoule (unidad de energía)
GLA	Área total arrendable.
GRI	Iniciativa de informes globales.
HCFC	Hidroclorofluorocarbonos.
HVAC	Calefacción, ventilación y aire acondicionado.
IA	Inteligencia Artificial.
IBA	Asociación Internacional de Abogados.
Icare	Instituto Chileno de Administración de Empresas.
ICSC	Consejo Internacional de Centros Comerciales.
IFRS	Normas internacionales de información financiera.
IIA	Instituto de Auditores Internos.
IPCC	Panel Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático.
ISSB	Consejo de Normas Internacionales de Sostenibilidad
ISN	Índice de Satisfacción Neta.
ISO	Organización Internacional de Normalización.
KCIs	Indicadores clave de control.
kgCO ₂ e	Kilogramos de dióxido de carbono equivalente.
KPIs	Indicadores clave de rendimiento.
KRIs	Indicadores clave de riesgo.
kWh	Kilovatio-hora.
LAFT	Riesgo de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo.

LATAM	Latinoamérica.
LEED	Liderazgo en Diseño Energético y Ambiental.
LGBTIQ+	Lesbianas, gays, transexuales, bisexuales y intragénero, queer.
LTIFR	Tasa de lesiones con tiempo perdido
m ²	Metro cuadrado.
m ³	Metro cúbico.
M&A	Fusiones y adquisiciones.
MBA	Maestría en Administración y Dirección de empresas.
MERCO	Monitor Empresarial de Reputación Corporativa.
MILA	Mercado Integrado Latinoamericano.
MM	Millones.
MPD	Modelo de Prevención de Delitos
MSCI	Morgan Stanley Capital Internacional.
MW	Megavatio.
MWh	Megavatio-hora.
NCG	Norma de Carácter General.
NIIF	Normas Internacionales de Información Financiera.
NIST	Instituto Nacional de Estándares y Tecnología.
NPS	Puntuación neta del promotor.
OCDE	Organización para la cooperación y el Desarrollo Económicos.
ODS	Objetivos de Desarrollo Sostenible.
OIT	Organización Internacional del Trabajo.
OPR	Transacciones con Partes Relacionadas.
PCG	Potencial de Calentamiento Global.
PEC	Personal Externo.
PLAFT	Programa de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo.



PME	Experto en monitoreo de energía.
PsD	Personas en situación de discapacidad.
RCA	Resolución de Calificación Ambiental
RFP	Solicitudes de Propuesta.
RIC	Reglamento de Instalaciones de Consumo.
ROI	Retorno de la inversión.
RUT	Rol Único Tributario.
S.A	Sociedad Anónima.
S.A.A	Sociedad Anónima Abierta.
S.A.C	Sociedad Anónima Cerrada.
SASB	Junta de Normas de Contabilidad en Sostenibilidad.
SBTi	Iniciativa de objetivos basados en la ciencia.
SGA	Sistema de Gestión Ambiental.
SGE	Sistema de Gestión de la Energía.
SGSI	Sistema de Gestión de Seguridad de la Información.
SLA	Acuerdo de nivel de servicio.
SOL	Moneda de Perú.
SROI	Retorno Social de la Inversión.
SSCC	Socios Comerciales.
SSINDEX	Índice de Sostenibilidad de los Grupos de Interés.
SSO	Salud y Seguridad Ocupacional.
SST	Seguridad y Salud en el trabajo.
S&P	Standard & Poor's Global
TCFD	Grupo de trabajo sobre divulgaciones financieras relacionadas con el clima.
tCO ₂ e	Tonelada de dióxido de carbono equivalente.
TI	Tecnología de la Información.

UAF	Unidad de Análisis Financiero.
UF	Unidad de Fomento.
USD	Dólar Estadounidense
VPF	Proceso de creación y validación de proveedores
WBCSD	Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible.
YoY	Año sobre Año.



Índice NCG 461

Tema	Subtema	Indicador	Página
1. Índice de contenidos	1. Índice de contenidos	1. Índice de contenidos	257-268
2. Perfil de la Identidad	2.1 Misión, visión, propósito y valores	2.1 Misión, visión, propósito y valores	3, 86
	2.2 Información histórica	2.2 Información histórica	16 - 24
	2.3 Propiedad	2.3.1 Situación de control	211
	2.3 Propiedad	2.3.2 Cambios importantes en la propiedad o control	211
	2.3 Propiedad	2.3.3 Identificación de socios o accionistas mayoritarios	93- 95, 103- 104, 212, 276
	2.3.4 Acciones, sus características y derechos	2.3.4 i. Descripción de las series de acciones	213
	2.3.4 Acciones, sus características y derechos	2.3.4.ii. Política de dividendos	213
	2.3.4 Acciones, sus características y derechos	2.3.4.iii.a. Información estadística: Dividendos	213
	2.3.4 Acciones, sus características y derechos	2.3.4.iii.b. Información estadística: Transacciones en bolsas	214
	2.3.4 Acciones, sus características y derechos	2.3.4.iii.c. Información estadística: Número de accionistas	213, 216
	2.3.5 Otros Valores	2.3.5 Otros Valores	215
3. Gobierno Corporativo	3.1 Marco de gobernanza	3.1. Organigrama	105, 109
	3.1 Marco de gobernanza	3.1.i. Funcionamiento del gobierno corporativo	86
	3.1 Marco de gobernanza	3.1.ii. Enfoque de sostenibilidad en los negocios	61 - 67
	3.1 Marco de gobernanza	3.1.iii. Detección y gestión de conflictos de interés, libre competencia, corrupción, lavado de activos y financiamiento del terrorismo.	110 - 120, 123, 278

Tema	Subtema	Indicador	Página
3. Gobierno Corporativo	3.1 Marco de gobernanza	3.1.iv. Identificación y relación con grupos de interés	72 - 77, 113
	3.1 Marco de gobernanza	3.1.v. Promoción de la innovación	47 - 48
			Respuesta: La Compañía no ha efectuado desembolsos significativos relacionados a actividades de investigación y desarrollo durante los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025
	3.1 Marco de gobernanza	3.1.vi. Detección y reducción de barreras organizacionales	150 - 153
	3.1 Marco de gobernanza	3.1.vii. Preservación de la diversidad en la organización	92, 101 - 102, 105 - 106, 150 - 153
	3.2 Directorio	3.2.i. Identificación de los integrantes del Directorio	87, 271 - 272
	3.2 Directorio	3.2.ii. Ingreso de los miembros del Directorio	93 - 95, 270
	3.2 Directorio	3.2.iii. Política de contratación de asesorías	96 - 98
	3.2 Directorio	3.2.iv. Matriz de conocimientos, habilidades y experiencia de los miembros del Directorio	89, 91
	3.2 Directorio	3.2.v. Inducción de nuevos integrantes al Directorio	93
	3.2 Directorio	3.2.vi. Periodicidad de reuniones con Riesgos, Auditoría Interna y Auditoria Externa	66 - 67, 96 - 98
	3.2 Directorio	3.2.vii. Cómo se informan respecto de materias de sostenibilidad	66 - 67, 96 - 98
	3.2 Directorio	3.2.viii. Visitas a terreno	96
	3.2 Directorio	3.2.ix Evaluación del Directorio	99



Tema	Subtema	Indicador	Página
3. Gobierno Corporativo	3.2 Directorio	3.2.ix.a Áreas de capacitación	Respuesta: Durante 2025 no se realizó evaluación al Directorio, por lo que no hubo una detección de aquellas áreas en que sus integrantes pueden capacitarse, fortalecerse y continuar perfeccionándose.
	3.2 Directorio	3.2.ix.b. Detección y reducción de barreras organizacionales	Respuesta: Durante 2025 no se realizó evaluación al Directorio, por lo que no hubo una detección y reducción barreras organizacionales, sociales o culturales que pudieren estar inhibiendo la natural diversidad de capacidades, visiones, características y condiciones que se habría dado en su composición de no existir esas barreras
	3.2 Directorio	3.2.ix. c. Contratación de asesorías de expertos para evaluación del desempeño y funcionamiento del Directorio	Respuesta: Durante 2025 no se realizó evaluación al Directorio, por lo que no se considera la eventual contratación de asesoría de un experto ajeno a la sociedad para la evaluación del desempeño y funcionamiento del Directorio, además de la detección e implementación de eventuales mejoras o áreas de fortalecimiento
	3.2 Directorio	3.2.x. Sobre reuniones ordinarias	96 - 98
	3.2 Directorio	3.2.xi. Plan de continuidad operacional	108

Tema	Subtema	Indicador	Página
3. Gobierno Corporativo	3.2 Directorio	3.2.xii.a. Sistema de información que le permita acceder a cada integrante, de manera segura, remota y permanente, a: Actas y documentos disponibles para cada sesión de Directorio	96 - 98
	3.2 Directorio	3.2.xii.b. Sistema de información que le permita acceder a cada integrante, de manera segura, remota y permanente, a: Minuta que sintetiza las materias de cada sesión	96 - 98
	3.2 Directorio	3.2.xii.c.Sistema de información que le permita acceder a cada integrante, de manera segura, remota y permanente, a: Sistema de denuncias	113 Respuesta: El Directorio puede acceder al Canal de Integridad de manera segura, remota y permanente
	3.2 Directorio	3.2.xii.d. Sistema de información que le permita acceder a cada integrante, de manera segura, remota y permanente, a: Texto definitivo del acta de cada sesión	96 - 98
	3.2 Directorio	3.2.xiii.a Número total de directores	87 - 88, 274
	3.2 Directorio	3.2.xiii.b Número de directores por nacionalidad	87 - 88, 274
	3.2 Directorio	3.2.xiii.c Número de directores según rango de edad	87 - 88, 274
	3.2 Directorio	3.2.xiii.d Número de directores por antigüedad	87 - 88, 274
	3.2 Directorio	3.2.xiii.e Número de directores en situación de discapacidad	87 - 88, 274
	3.2 Directorio	3.2.xiii.f. Brecha salarial por sexo en función de la media y la mediana.	93



Tema	Subtema	Indicador	Página
3. Gobierno Corporativo	3.3 Comités del Directorio	3.3.i. Descripción del rol y funciones del Comité de Directores	100
	3.3 Comités del Directorio	3.3.ii. Identificación de los miembros del Comité de Directores	100
	3.3 Comités del Directorio	3.3.iii. Ingresos de los miembros de cada comité en forma comparativa	93 - 94, 100, 270
	3.3 Comités del Directorio	3.3.iv. Identificación de las principales actividades del Comité de Directores	100, 375
	3.3 Comités del Directorio	3.3.v. Políticas para la contratación de asesorías y gastos del Comité de Directores	96 - 98, 375
	3.3 Comités del Directorio	3.3.vi. Periodicidad con la que el Comité de Directores se reúne con las unidades de Riesgo, Auditoría Interna y Auditoría Externa	96 - 98
	3.3 Comités del Directorio	3.3.vii.Periodicidad con que cada comité reporta al Directorio	100
	3.4 Ejecutivos principales	3.4.i. Identificación de los principales ejecutivos	101 - 102
	3.4 Ejecutivos principales	3.4.ii. Remuneración de los principales ejecutivos	103 - 104, 277
	3.4 Ejecutivos principales	3.4.iii. Planes de compensación o beneficios especiales	103 - 104, 277 Respuesta: No hay planes de compensación que considere pagos basados en opciones sobre acciones.
	3.4 Ejecutivos principales	3.4.iv. Porcentaje de participación en la propiedad del emisor que posean los ejecutivos y directores	93 - 95, 103 - 104, 271 - 272
	3.5 Adherencia a códigos nacionales o internacionales	3.5. Adherencia a códigos nacionales o internacionales	86

Tema	Subtema	Indicador	Página
3. Gobierno Corporativo	3.6 Gestión de riesgos	3.6.i. Directrices del Directorio sobre las políticas de gestión de riesgo	124 -132
	3.6 Gestión de riesgos	3.6.ii. Cómo es el proceso de gestión de riesgos implementado en la entidad, indicando cómo se identifican los riesgos, cómo se determinan aquellos relativamente más significativos y cómo se establecen las respuestas o tratamiento de los riesgos	125 - 132
	3.6 Gestión de riesgos	3.6.iii. Cuál es el rol del directorio, u órgano de administración, y alta gerencia en el proceso de gestión de riesgos.	67, 125 - 132
	3.6 Gestión de riesgos	3.6.iv.Los riesgos y oportunidades que se hubiere determinado pudieran afectar de manera material el desempeño de sus negocios y su condición financiera, describiendo de forma precisa, clara y resumida sus efectos actuales y previstos, y los planes de acción establecidos para la gestión de los mismos. Esto incluye riesgos de ciberseguridad, operacionales, liquidez, crédito, reputacional, legal, entre otros.	131 - 138
	3.6 Gestión de riesgos	3.6.v.Unidad de gestión de riesgos encargada de la detección, cuantificación, monitoreo y comunicación de riesgos	125 - 129
	3.6 Gestión de riesgos	3.6.vi. Unidad de auditoría interna responsable de los procedimientos de la gestión de riesgos	125 - 129
	3.6 Gestión de riesgos	3.6.vii. Código de Ética	111 - 112



Tema	Subtema	Indicador	Página
3. Gobierno Corporativo	3.6 Gestión de riesgos	3.6.viii. Programas de divulgación de información y capacitación sobre la gestión de riesgos	125 - 129
	3.6 Gestión de riesgos	3.6.ix.Canal de denuncias para personal, accionistas, clientes, proveedores	113
	3.6 Gestión de riesgos	3.6.x. Plan de sucesión	107
	3.6 Gestión de riesgos	3.6.xi. Procedimientos para revisión de estructuras salariales y políticas de compensación e indemnización del gerente general y demás ejecutivos principales por parte del Directorio	103
	3.6 Gestión de riesgos	3.6.xii. Procedimientos para aprobación de estructuras salariales por parte de los accionistas	103
	3.6 Gestión de riesgos	3.6.xiii. Modelo de prevención de delitos conforme a Ley N°20.393	123
	3.7 Relación con los grupos de interés y el público en general	3.7.i. Unidad de relaciones con los grupos de interés y medios de prensa	66 - 67, 72, 113, 140
	3.7 Relación con los grupos de interés y el público en general		140
	3.7 Relación con los grupos de interés y el público en general	3.7.ii. Procedimiento de mejoramiento continuo en procesos de difusión de revelaciones al mercado	Respuesta: Cabe señalar que en Mallplaza no contamos con un procedimiento de mejoramiento continuo para detectar e implementar eventuales mejoras en los procesos de elaboración y difusión de las revelaciones que realiza la entidad al mercado, pero estamos trabajando en su implementación.
	3.7 Relación con los grupos de interés y el público en general	3.7.iii. Procedimiento para que accionistas se informen sobre diversidad de capacidades de candidatos a directores	92

Tema	Subtema	Indicador	Página
3. Gobierno Corporativo	3.7 Relación con los grupos de interés y el público en general	3.7 iv. Mecanismo de voto remoto para accionistas	92, 211
4. Estrategia	4.1 Horizontes de tiempo	4.1 Horizontes de tiempo	Respuesta: Corto plazo: menos de 12 meses Mediano plazo: entre 1 y 5 años Largo plazo: más de 5 años Para mayor información, ver los Estados Financieros
	4.2 Objetivos estratégicos	4.2 Objetivos estratégicos	14, 63, 65, 169, 181, 186, 188, 195, 198
	4.3 Plan de Inversión	4.3 Plan de Inversión	34 - 52, 388 - 394
5. Personas	5.1 Dotación de personal	5.1.1. Número de personas por sexo	142, 283 - 284
	5.1 Dotación de personal	5.1.2. Número de personas por nacionalidad	286 - 287
	5.1 Dotación de personal	5.1.3. Número de personas por rango de edad	288 - 289
	5.1 Dotación de personal	5.1.4. Antigüedad laboral	289 - 290
	5.1 Dotación de personal	5.1.5. Número de personas con discapacidad	154, 291
	5.2 Formalidad laboral	5.2. Formalidad laboral	292
	5.3 Adaptabilidad laboral	5.3. Adaptabilidad laboral	293 - 294
	5.3 Adaptabilidad laboral		Respuesta: En Mallplaza no contamos con jornada de teletrabajo completo.
	5.4 Equidad salarial por sexo	5.4.1 Política de equidad	150 - 153
	5.4 Equidad salarial por sexo	5.4.2. Brecha salarial	150 - 153, 321
	5.5 Acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo	5.5 Acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo	114 - 115, 150 - 153, 278, 281



Tema	Subtema	Indicador	Página
5. Personas	5.6 Seguridad laboral	5.6. Seguridad laboral	157 - 158, 324 -327
	5.7 Permiso postnatal	5.7 Permiso postnatal	149, 318 - 319
	5.8 Capacitación y beneficios	5.8. Descripción de los beneficios y dependencia del vínculo laboral	148, 315 - 317
	5.8 Capacitación y beneficios	5.8.i. Monto total de recursos destinados a capacitaciones	146 - 148, 312
	5.8 Capacitación y beneficios	5.8.ii. Número total de personal capacitado	146 - 148, 312 - 314
	5.8 Capacitación y beneficios	5.8.iii. Promedio anual de horas de capacitación	147 - 148, 312 - 314
	5.8 Capacitación y beneficios	5.8.iv. Temáticas de las capacitaciones	146 - 148
	5.9 Política de subcontratación	5.9 Política de subcontratación	160 - 161, 177 - 179
6. Modelo de Negocio	6.1 Sector Industrial	6.1.i. Naturaleza de los productos y/o servicios de la entidad	15, 206, 209 - 210
	6.1 Sector Industrial	6.1.ii. Competencia que enfrenta la entidad en el sector industrial	209 - 210
	6.1 Sector Industrial	6.1.iii. Marco legal que regule la industria	207 - 208
	6.1 Sector Industrial	6.1.iv. Entidades reguladoras nacionales o extranjeras con atribuciones fiscalizadoras	208 - 210
	6.1 Sector Industrial	6.1.v. Principales grupos de interés que se hubieren identificado	72 - 77
	6.1 Sector Industrial	6.1.vi. Afiliación a gremios, asociaciones u organizaciones	32
	6.2 Negocios	6.2.i. Principales bienes producidos y/o servicios prestados y los principales mercados	15, 206, 209 - 210
	6.2 Negocios	6.2.ii. Canales de venta y métodos de distribución	47 - 48, 206, 209 - 210

Tema	Subtema	Indicador	Página
6. Modelo de Negocio			331
	6.2 Negocios	6.2.iii. Número de proveedores que representen en forma individual, al menos el 10% del total de compras	Respuesta: En total contamos con un proveedor en Perú y dos en Colombia, que representen en forma individual, al menos el 10% del total de compras efectuadas en el periodo por el suministro de bienes y servicios de Mallplaza.
	6.2 Negocios	6.2.iv. Número de clientes que concentren en forma individual, a lo menos, un 10% del ingreso del segmento	209 - 210, 331 Respuesta: En total contamos con un cliente en Perú, que representen en forma individual, al menos el 10% del total de los ingresos del segmento en el periodo por el suministro de bienes y servicios de Mallplaza.
	6.2 Negocios	6.2.v.Principales marcas utilizadas en la comercialización de los bienes y servicio	209 - 210
	6.2 Negocios	6.2.vi. Patentes de propiedad de la entidad	210
	6.2 Negocios	6.2.vii. Principales licencias, franquicias, royalties y/o concesiones de propiedad de la entidad	210
	6.2 Negocios	6.2.viii. Otros factores del entorno externo que fueran relevantes para el desarrollo de los negocios de la entidad	131 - 137
	6.3 Grupos de interés	6.3 Grupos de interés	32, 72 - 77



Tema	Subtema	Indicador	Página
6. Modelo de Negocio	6.4 Propiedades e instalaciones	6.4.i. Características más relevantes de las principales propiedades	10 - 11, 209 - 210
	6.4 Propiedades e instalaciones	6.4.ii. Áreas de concesión y/o los terrenos que posee	Respuesta: No aplica, ya que Plaza S.A. no cuenta con extracción de recursos naturales
	6.4 Propiedades e instalaciones	6.4.iii. Identificar si la entidad es propietaria o arrendataria de dichas instalaciones	10 - 11, 210
	6.5.1 Subsidiarias y asociadas	6.5.1.i. Individualización, domicilio y naturaleza jurídica	223 - 252
	6.5.1 Subsidiarias y asociadas	6.5.1.ii. Capital suscrito y pagado	223 - 252
	6.5.1 Subsidiarias y asociadas	6.5.1.iii. Objeto social e indicación clara de la o las actividades que desarrolla	223 - 252
	6.5.1 Subsidiarias y asociadas	6.5.1.iv. Nombre y apellidos del o los directores y del gerente general	223 - 252
	6.5.1 Subsidiarias y asociadas	6.5.1.v. Porcentaje actual de participación de la matriz o entidad inversora en el capital de la subsidiaria y variaciones	223 - 252
	6.5.1 Subsidiarias y asociadas	6.5.1.vi. Porcentaje que representa la inversión en cada subsidiaria o asociada sobre el total de activos individuales de la sociedad matriz	223 - 252
	6.5.1 Subsidiarias y asociadas	6.5.1.vii. Identificación del director, gerente general o ejecutivos principales de la matriz que tengan cargos en la subsidiaria	223 - 252
	6.5.1 Subsidiarias y asociadas	6.5.1.viii. Descripción de las relaciones comerciales habidas con las subsidiarias durante el ejercicio	223 - 252
	6.5.1 Subsidiarias y asociadas	6.5.1.ix. Relación sucinta de los actos y contratos celebrados con las subsidiarias	223 - 252

Tema	Subtema	Indicador	Página
6. Modelo de Negocio	6.5.1 Subsidiarias y asociadas	6.5.1.x. Cuadro esquemático en que se expongan las relaciones de propiedad directa e indirecta entre la matriz y las subsidiarias	222
	6.5.2. Inversión en otras propiedades	6.5.2.i.Individualización de ellas y naturaleza jurídica	Respuesta: Con fecha a 31 de diciembre de 2025, no existe ninguna sociedad en la que tengamos una inversión mayor al 20% del activo y que no sea subsidiaria o asociada.
	6.5.2. Inversión en otras propiedades	6.5.2.ii. Porcentaje de participación	Respuesta: Con fecha a 31 de diciembre de 2025, no existe ninguna sociedad en la que tengamos una inversión mayor al 20% del activo y que no sea subsidiaria o asociada.
	6.5.2. Inversión en otras propiedades	6.5.2.iii. Descripción de las principales actividades que realicen	Respuesta: Con fecha a 31 de diciembre de 2025, no existe ninguna sociedad en la que tengamos una inversión mayor al 20% del activo y que no sea subsidiaria o asociada.
	6.5.2. Inversión en otras propiedades	6.5.2.iv. Porcentaje del activo total individual de la sociedad que representan estas inversiones	Respuesta: Con fecha a 31 de diciembre de 2025, no existe ninguna sociedad en la que tengamos una inversión mayor al 20% del activo y que no sea subsidiaria o asociada.
	7.1 Pago a proveedores	7.1. Política de pago a proveedores	177
	7.1 Pago a proveedores	7.1.i. Número de facturas pagadas	330
	7.1 Pago a proveedores	7.1.ii. Monto total	330



Tema	Subtema	Indicador	Página
7. Proveedores	7.1 Pago a proveedores	7.1.iii. Monto total intereses por mora en pago de facturas	330
	7.1 Pago a proveedores	7.1.iv. Número de proveedores	330
	7.1 Pago a proveedores	7.1.v. Número de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago	330
	7.2. Evaluación de proveedores	7.2. Evaluación de proveedores	178 - 179, 333
8. Cumplimiento legal y normativo	8.1. En relación con clientes	8.1. Procedimientos destinados a prevenir y detectar incumplimientos regulatorios en relación con clientes	117 - 118, 122, 279
	8.2 En relación con sus trabajadores	8.2. Procedimientos destinados a prevenir y detectar incumplimientos regulatorios en relación con trabajadores	122 , 279
	8.3 Medioambiental	8.3. Procedimientos destinados a prevenir y detectar incumplimientos regulatorios en relación con el medioambiente	122, 184, 280 - 281
	8.4 Libre competencia	8.4. Procedimientos destinados a prevenir y detectar incumplimientos regulatorios en relación con la libre competencia	118, 122 - 123, 280
	8.5 Otros	8.5. Procedimientos destinados a prevenir y detectar incumplimientos regulatorios relacionados a la Ley N°20.393 que establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas	120, 122, 280
9. Sostenibilidad	9.1 Métricas SASB	9.1 Métricas SASB	264
	9.2 Verificación Independiente	9.2 Verificación Independiente	373 - 374
10. Hechos relevantes o esenciales	10. Hechos relevantes o esenciales	10. Hechos relevantes o esenciales	217 - 221

Tema	Subtema	Indicador	Página
11. Comentarios de accionistas y del Comité de Directores	11. Comentarios de accionistas y del Comité de Directores	11. Comentarios de accionistas y del Comité de Directores	213
12. Estados Financieros	12. Estados Financieros	12. Estados Financieros	376 - 427



Índice SASB IF-RE

Tema	Parámetro de contabilidad	Código	Página
Gestión de la energía	Cobertura de datos de consumo energético en forma de porcentaje de la superficie total, por subsector inmobiliario	IF-RE-130a.1	190 - 191, 351
	1) Energía total consumida por área de la cartera que disponga de cobertura de datos, 2) porcentaje de electricidad de la red 3) porcentaje de renovables, por subsector inmobiliario	IF-RE-130a.2	190 - 191, 353
	Variación porcentual en condiciones similares del consumo energético del área de la cartera que disponga de cobertura de datos, por subsector inmobiliario	IF-RE-130a.3	190 - 191, 354
	Porcentaje de la cartera cualificada que (1) tenga una calificación energética y (2) cuente con la certificación ENERGY STAR, por subsector inmobiliario	IF-RE-130a.4	191, 356
	Descripción de cómo se integran las consideraciones de gestión de la energía de los edificios en el análisis de las inversiones inmobiliarias y la estrategia operativa	IF-RE-130a.5	188 , 201
Gestión del agua	Cobertura de datos del agua extraída, expresada en porcentaje, de (1) la superficie útil total y (2) la superficie útil en regiones en las que se produzca un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto, por subsector inmobiliario	IF-RE-140a.1	195 - 197, 358 - 359
	1) Total de agua extraída por área de la cartera que disponga de cobertura de datos y 2) porcentaje en las regiones con estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto, por subsector inmobiliario	IF-RE-140a.2	195 - 197, 359
	Variación porcentual similar en el agua extraída para el área de la cartera con cobertura de datos, por subsector inmobiliario	IF-RE-140a.3	195 - 197, 359
	Descripción de los riesgos de la gestión del agua y análisis de las estrategias y las prácticas para mitigarlos	IF-RE-140a.4	195 - 197, 361 - 362

Tema	Parámetro de contabilidad	Código	Página
Gestión de los efectos de los arrendatarios sobre la sostenibilidad	1) Porcentaje de nuevos contratos de arrendamiento que contengan una cláusula de recuperación de los costes de las mejoras estructurales relacionadas con la eficiencia de los recursos y 2) superficie útil alquilada conexas, por subsector inmobiliario	IF-RE-410a.1	366 Respuesta: No contamos con contratos que incorporen una cláusula de recuperación de los costos de las mejoras estructurales relacionadas con la eficiencia de los recursos.
	Porcentaje de arrendatarios que se miden o submiden por separado en cuanto (1) al consumo de electricidad de la red y (2) al agua extraída, por subsector inmobiliario	IF-RE-410a.2	186 - 187, 194, 195 - 197, 357, 362
	Análisis del método para medir, incentivar y mejorar los efectos de los arrendatarios sobre la sostenibilidad	IF-RE-410a.3	190, 194, 195 - 197, 201
Adaptación al cambio climático	Superficie de propiedades ubicadas en zonas de inundación de 100 años, por subsector inmobiliario	IF-RE-450a.1	201
	Descripción del análisis de la exposición al riesgo de cambio climático, grado de exposición sistemática de la cartera y estrategias para mitigar los riesgos	IF-RE-450a.2	130 - 131, 136, 186, 195 - 197
Parámetro de actividad	Numero de inmuebles, por subsector inmobiliario	IF-RE-000.A	10 - 11, 367
	Superficies de suelo alquilable, por subsector inmobiliario	IF-RE-000.B	10 - 11, 367
	Porcentaje de inmuebles administrados indirectamente, por subsector inmobiliario	IF-RE-000.C	10 - 11, 367
	Tasa de ocupación media, por subsector inmobiliario	IF-RE-000.D	10 - 11, 367



Índice GRI

Ámbito	Título	Indicador	Tema material / Descripción	Página
General	GRI 2: Contenidos generales	2-1	Detalles organizacionales	10, 205, 209 - 210
		2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	205
		2-3	Período de informe, frecuencia y punto de contacto	203
		2-4	Actualización de la información	203 Respuesta: En los casos que existe actualización de información, se indica en pie de página para comprender los motivos.
		2-5	Verificación externa	373 - 374
		2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	206 - 209
		2-7	Empleados	283 - 284, 292
		2-8	Trabajadores que no son empleados	160 - 161, 177 - 179
		2-9	Estructura y composición de la gobernanza	86 - 91, 96 - 98, 100, 271 - 272
		2-10	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	92
		2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	87
		2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos	66 - 67, 125 - 127
		2-13	Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos	66 - 67, 125 - 127

Ámbito	Título	Indicador	Tema material / Descripción	Página
General	GRI 2: Contenidos generales	2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	78 - 84, 203
		2-15	Conflictos de interés	116
		2-16	Comunicación de inquietudes críticas	96
		2-17	Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno	89 - 91
		2-18	Evaluación de desempeño del máximo órgano de gobierno	99
		2-19	Políticas de remuneración	93 - 94, 103 - 104
		2-20	Proceso para determinar la compensación total anual	93 - 94, 103 - 104
		2-21	Ratio de compensación total anual	Respuesta: No rastreamos la relación de la compensación media o promedio de los empleados ni la compensación anual total del Director Ejecutivo.
		2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	4 - 5, 6 - 7
		2-23	Compromisos de política	69 -70, 110 - 112, 114 - 119
		2-24	Incorporación de compromisos de política	69 -70, 110 - 112, 114 - 119
		2-25	Procesos para remediar impactos negativos	61 - 64, 70 - 71, 72 - 77, 78 - 81, 113
		2-26	Mecanismos para solicitar asesoramiento y plantear inquietudes	113
		2-27	Cumplimiento de la legislación y las normativas	120, 122 - 123, 279 - 280



Ámbito	Título	Indicador	Tema material / Descripción	Página
General	GRI 2: Contenidos generales	2-28	Afiliación a asociaciones	32
		2-29	Enfoque para la participación de las partes interesadas	72 - 77
		2-30	Convenios de negociación colectiva	231 Respuesta: En Mallplaza no contamos con sindicatos ni acuerdos de negociación colectiva
Materialidad	GRI 3: Temas materiales (2021)	3-1	Proceso para determinar los temas materiales	78 - 84
		3-2	Listado de temas materiales	78 - 84
Social	Impacto en las comunidades	3-3	Gestión de los temas materiales	166 - 170
		202-2	Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local	Respuesta: Los altos ejecutivos están todos ubicados en Chile, donde se encuentra la matriz.
		202-2	Definición altos ejecutivos	Respuesta: Los altos ejecutivos son el Vicepresidente Ejecutivo y sus reportes directos.
		202-2	Definición geográfica local	Respuesta: Local se refiere a donde está localizada la matriz, en este caso, Chile
		202-2	Definición ubicación de operaciones significativas	Respuesta: Ubicaciones de operación significativas es donde Mallplaza tiene sus operaciones, en este caso, Chile, Perú y Colombia.

Ámbito	Título	Indicador	Tema material / Descripción	Página
Social	Impacto en las comunidades	413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo	72 - 77, 336
		413-2	Operaciones con impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las comunidades locales	72 - 77, 341
	Fomentar el emprendimiento y economía local	3-3	Gestión de los temas materiales	171 - 172
	Experiencia y fidelización de clientes	3-3	Gestión de los temas materiales	163 - 165
	Atracción, retención y desarrollo de talento	3-3	Gestión de los temas materiales	143 - 147
		401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	295 - 310
		404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	313 - 314
	Condiciones laborales de trabajadores, contratistas y proveedores	3-3	Gestión de los temas materiales	142 - 156 , 157 - 159, 160 - 161, 177 - 179
		401-2	Beneficios proporcionados a empleados de tiempo completo que no se brindan a empleados temporales o de medio tiempo	142 - 145, 315 - 317
		401-3	Permiso parental	142 - 145, 319 - 320
	Diversidad, equidad e igualdad de oportunidades	3-3	Gestión de los temas materiales	150 - 156
		405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados	88, 274, 283 - 284, 288 - 289, 291
		405-2	Ratio entre el salario base y la remuneración de mujeres y de hombres	321 Respuesta: Ubicaciones de operación significativas es donde Mallplaza tiene sus operaciones, en este caso Chile, Perú y Colombia.



Ámbito	Título	Indicador	Tema material / Descripción	Página
Social	Derechos humanos	3-3	Gestión de los temas materiales	66 - 67, 69 - 71, 86, 116, 122 - 126, 166 - 168, 177 - 178
	Privacidad de datos personales	3-3	Gestión de los temas materiales	122 - 130, 132, 134
	Gestión sostenible de proveedores	3-3	Gestión de los temas materiales	70 - 71, 75, 77, 111 - 114, 116 - 118, 135, 177 - 179
		204-1	Proporción del gasto en proveedores locales	331
		308-1	Nuevos proveedores que fueron seleccionados utilizando criterios ambientales	178 - 179, 334
		308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y acciones tomadas	178 - 179, 334
		414-1	Nuevos proveedores que fueron seleccionados utilizando criterios sociales	178 - 179, 335
		414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y acciones tomadas	178 - 179, 335
	Salud y Seguridad	3-3	Gestión de los temas materiales	157 - 163, 177 - 179, 181 - 182, 195 - 197, 283 - 341
		403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo	157 - 158
		403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	133, 157 - 158
		403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	157 - 158
		403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo	157 - 158
		403-6	Promoción de salud en el trabajo	148, 157 - 158

Ámbito	Título	Indicador	Tema material / Descripción	Página
Social	Salud y Seguridad	403-7	Prevención y mitigación de los impactos para la salud y la seguridad en el trabajo directamente vinculados a través de las relaciones comerciales	157 - 158
		403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud laboral	157 - 158, 323 - 324
		403-9	Lesiones por accidente laboral	133, 157 - 158, 160 - 161, 324 - 327
		403-10	Las dolencias y enfermedades laborales	133, 157 - 158, 160 - 161, 324 - 327
Medioam-biente	Agua	3-3	Gestión de los temas materiales	181 - 182, 195 - 197, 342 - 368
		303-3	Extracción de agua	195 - 197, 360 - 361
		303-4	Vertido de agua	195 - 197, 362 - 363
		303-5	Consumo de agua	195 - 197, 360 - 361, 364
	Emisiones	3-3	Gestión de los temas materiales	181 - 190, 342 - 368
		305-1	Emisiones directas de GEI (alcance 1)	188 - 189, 343 - 344
		305-2	Emisiones indirectas de GEI asociadas a la energía (alcance 2)	188 - 189, 345 - 346
		305-3	Otras emisiones indirectas de GEI (alcance 3)	188 - 189, 347 - 349
	Residuos	3-3	Gestión de los temas materiales	181 - 182, 198 - 201, 342 - 368



Ámbito	Título	Indicador	Tema material / Descripción	Página
Medioam-biente	Residuos	306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	198 - 199
		306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	198 - 199
		306-3	Residuos generados	198 - 199, 364
		306-4	Residuos no destinados a eliminación	198 - 199, 364 - 366
		306-5	Residuos destinados a eliminación	198 - 199, 365 - 366
	Energía	3-3	Gestión de los temas materiales	181 - 182, 190 - 194, 201, 342 - 368
		302-1	Consumo de energía	188, 190 - 194, 353
		302-3	Intensidad de la energía	188, 190 - 193, 355
	Construcciones sostenibles	3-3	Construcción sostenible	201
	Cambio climático	3-3	Gestión de los temas materiales	121 - 131, 136, 181 - 201
		201-2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	130 - 131, 181, 186 - 187
Gobernanza	Gobierno corporativo	3-3	Gestión de los temas materiales	86 - 140, 270 - 282
	Desempeño económico	3-3	Gestión de los temas materiales	12, 135
	Gestión de riesgo ESG	3-3	Gestión de los temas materiales	61 - 201, 270 - 282
	Lucha contra la corrupción	3-3	Gestión de los temas materiales	116, 119 - 123, 178, 270 - 282
		205-2	Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	119 - 120, 273

Ámbito	Título	Indicador	Tema material / Descripción	Página
Gobernanza	Lucha contra la corrupción	205-3	Confirmados incidentes de corrupción y medidas adoptadas	280 Respuesta: Durante 2025 no tuvimos incidentes de corrupción ni soborno.
		206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	118, 122 - 123, 280
		415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	277 - 278
	Ciberseguridad	3-3	Gestión de los temas materiales	116, 120, 125, 130, 132, 134, 270 - 282
	Impactos económicos indirectos	3-3	Gestión de los temas materiales	166 - 176, 283 - 341
		203-2	Impactos económicos indirectos significativos	166 - 170, 341
	Continuidad operacional física y digital	3-3	Gestión de los temas materiales	108, 124 - 131, 133, 186 - 187
	Cambios normativos	3-3	Gestión de los temas materiales	122 - 130, 134



Anexos
Capítulo 3

Evaluación de los derechos humanos

REGIONAL	2025		
	A. % del total evaluado en los últimos tres años	B. % del total evaluado (columna A) donde se han identificado riesgos	C. % de riesgos (columna B) en que se han adoptado acciones de mitigación
% de FTEs de operaciones propias (incluidas las empresas conjuntas -joint ventures- en las que la empresa tiene control de gestión	100%	0%	0%
% de contratistas y proveedores de nivel I	15%		N/A
Nº de contratistas y proveedores tier 1	860	0	0
% de empresas conjuntas -joint ventures- (incluidas participaciones superiores al 10%)			

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran Perú.
2) N/A: No aplica.



Anexos
Capítulo 4

Remuneración de los miembros del Directorio

NCG 461 - 3.2.ii / NCG 461 - 3.3.iii

2025					
Remuneración miembros del Directorio	Remuneración fija	Remuneración por participación en	Remuneración por participación en	Remuneración por participación en	Total
		Comité de Directores	Indicar Comité (2)	Indicar Comité (3)	
Sergio Cardone Solari	\$123.550.548	\$-	\$-	\$-	\$123.550.548
Paul Fürst Gwinner	\$61.775.273	\$-	\$-	\$-	\$61.775.273
Manuela Sánchez Muñoz	\$18.600.224	\$23.250.282	\$-	\$-	\$41.850.506
Carlo Solari Donaggio	\$61.775.273	\$-	\$-	\$-	\$61.775.273
Alejandro Puentes Bruno	\$61.775.273	\$26.591.166	\$-	\$-	\$88.366.439
Tomás Müller Benoit	\$18.600.224	\$11.625.141	\$-	\$-	\$30.225.365
Juan Pablo Montero Schepeler	\$18.600.224	\$11.625.141	\$-	\$-	\$30.225.365
Pablo Eyzaguirre Court	\$61.775.273	\$26.591.166	\$-	\$-	\$88.366.439
Dafne González Lizama	\$61.775.273	\$-	\$-	\$-	\$61.775.273
Manuel J. Ovalle Edwards	\$47.864.098	\$53.182.336	\$-	\$-	\$101.046.434
Enrique Ostalé Cambiaso	\$47.864.098	\$-	\$-	\$-	\$47.864.098
Ian Furst Garmendia	\$47.864.098	\$-	\$-	\$-	\$47.864.098

2024					
Remuneración miembros del Directorio	Remuneración fija	Remuneración por participación en	Remuneración por participación en	Remuneración por participación en	Total
		Comité de Directores	Indicar Comité (2)	Indicar Comité (3)	
Sergio Cardone Solari	\$108.200.564				\$108.200.564
Paul Fürst Gwinner	\$54.100.280				\$54.100.280
Manuela Sánchez Muñoz	\$54.100.280	\$67.625.354			\$121.725.634
Carlo Solari Donaggio	\$54.100.280				\$54.100.280
Alejandro Puentes Bruno	\$54.100.280				\$54.100.280
Tomás Müller Benoit	\$54.100.280	\$33.812.678			\$87.912.958
Juan Pablo Montero Schepeler	\$54.100.280	\$33.812.678			\$87.912.958
Pablo Eyzaguirre Court	\$54.100.280				\$54.100.280
Dafne González Lizama	\$54.100.280				\$54.100.280

2023					
Remuneración miembros del Directorio	Remuneración fija	Remuneración por participación en	Remuneración por participación en	Remuneración por participación en	Total
		Comité de Directores	Indicar Comité (2)	Indicar Comité (3)	
Sergio Cardone Solari	\$103.788.424				\$103.788.424
Paul Fürst Gwinner	\$51.894.213				\$51.894.213
Manuela Sánchez Muñoz	\$51.894.213	\$59.549.136			\$111.443.349
Carlo Solari Donaggio	\$51.894.213				\$51.894.213
Alejandro Puentes Bruno	\$51.894.213				\$51.894.213
Tomás Müller Benoit	\$51.894.213	\$29.774.566			\$81.668.779
Juan Pablo Montero Schepeler	\$51.894.213	\$29.774.566			\$81.668.779
Pablo Eyzaguirre Court	\$51.894.213				\$51.894.213
Dafne González Lizama	\$51.894.213				\$51.894.213



Independencia del Directorio

NCG 461 – 3.2.i / GRI 2-9c / NCG 461 – 3.4.iv

Nombre director(a) (1)	2025
RUT	Sergio Cardone Solari
Profesión u oficio	5.082.229-k
Calidad de director	Ingeniero comercial
Independencia del director (Si/No)	Presidente
Fecha de su nombramiento o última reelección	No
Fecha de cesación en el cargo (si procede)	22-abr-25
Participación en Comité (s)	No aplica
% de participación en la propiedad del emisor (directa e indirectamente a través de sociedades que controle)	No
En caso de no corresponder, deberá señalarlo expresamente. Además, se deberá indicar expresamente si han existido cambios relevantes en esa participación en el último año.	No tiene participación directa. El Director tiene participación indirecta a través del controlador.

Nombre director(a) (2)	2025
RUT	Carlo Solari Donaggio
Profesión u oficio	9.585.749-3
Calidad de director	Ingeniero Civil
Independencia del director (Si/No)	Director
Fecha de su nombramiento o última reelección	No
Fecha de cesación en el cargo (si procede)	22-abr-25
Participación en Comité (s)	No aplica
% de participación en la propiedad del emisor (directa e indirectamente a través de sociedades que controle)	No
En caso de no corresponder, deberá señalarlo expresamente. Además, se deberá indicar expresamente si han existido cambios relevantes en esa participación en el último año.	No tiene participación directa.El Director tiene participación indirecta a través del controlador.

Nombre director(a) (3)	2025
RUT	Alejandro Puentes Bruno
Profesión u oficio	8.860.493-8
Calidad de director	Ingeniero Comercial
Independencia del director (Si/No)	Director
Fecha de su nombramiento o última reelección	No
Fecha de cesación en el cargo (si procede)	22-abr-25
Participación en Comité (s)	No aplica
% de participación en la propiedad del emisor (directa e indirectamente a través de sociedades que controle)	Comité de Directores
En caso de no corresponder, deberá señalarlo expresamente. Además, se deberá indicar expresamente si han existido cambios relevantes en esa participación en el último año.	No posee participación. Sin cambios relevantes en el último año.

Nombre director(a) (4)	2025
RUT	Manuel Ovalle Edwards 6.943.755-9
Profesión u oficio	6.943.755-9
Calidad de director	Ingeniero Civil
Independencia del director (Si/No)	Presidente Comité Directores
Fecha de su nombramiento o última reelección	Si
Fecha de cesación en el cargo (si procede)	22-abr-25
Participación en Comité (s)	No aplica
% de participación en la propiedad del emisor (directa e indirectamente a través de sociedades que controle)	Comité de Directores
En caso de no corresponder, deberá señalarlo expresamente. Además, se deberá indicar expresamente si han existido cambios relevantes en esa participación en el último año.	No posee participación. Sin cambios relevantes en el último año.

Nombre director(a) (5)	2025
RUT	Dafne González Lizama
Profesión u oficio	14.242.364-2
Calidad de director	Abogada
Independencia del director (Si/No)	Directora
Fecha de su nombramiento o última reelección	No
Fecha de cesación en el cargo (si procede)	22-abr-25
Participación en Comité (s)	No aplica
emisor (directa e indirectamente a través de sociedades que controle)	No
En caso de no corresponder, deberá señalarlo expresamente. Además, se deberá indicar expresamente si han existido cambios relevantes en esa	No posee participación. Sin cambios relevantes en el último año.

Nombre director(a) (6)	2025
RUT	Paul Fürst Gwinner
Profesión u oficio	6.979.383-5
Calidad de director	Ingeniero Comercial
Independencia del director (Si/No)	Director
Fecha de su nombramiento o última reelección	No
Fecha de cesación en el cargo (si procede)	22-abr-25
Participación en Comité (s)	No aplica
emisor (directa e indirectamente a través de sociedades que controle)	No
En caso de no corresponder, deberá señalarlo expresamente. Además, se deberá indicar expresamente si han existido cambios relevantes en esa	Tiene una participación directa del 1,007% e indirecta del 1,7687%. Adicionalmente, posee más de un 10% de participación en conjunto con su cónyuge y/o parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad. Respecto de 2025, si se presentaron cambios: de 1,2350% a 1,007% de participación directa y de 2,1691% al 1,7687% indirecta en abril 2025.



Nombre director(a) (7)	2025
Enrique Ostale Cambiaso	
RUT	86812789
Profesión u oficio	Ingeniero Comercial
Calidad de director	Director
Independencia del director (Si/No)	No
Fecha de su nombramiento o última reelección	22-abr-25
Fecha de cesación en el cargo (si procede)	No aplica
Participación en Comité (s)	No
% de participación en la propiedad del emisor (directa e indirectamente a través de sociedades que controle) En caso de no corresponder, deberá señalarlo expresamente. Además, se deberá indicar expresamente si han existido cambios relevantes en esa participación en el último año.	No posee acciones de Plaza S.A. directamente, ni tampoco indirectamente a través de sociedades controladas por él. Es dueño de acciones de Falabella S.A., matriz de la sociedad, que al 31 de diciembre de 2025 y en la actualidad no tiene controlador conforme a las disposiciones contenidas en el Título XV de la Ley N°18.045. Sin cambios relevantes en el último año.

Nombre director(a) (8)	2025
Ian Furst Garmendia	
RUT	207851442
Profesión u oficio	Ingeniero Comercial
Calidad de director	Director
Independencia del director (Si/No)	No
Fecha de su nombramiento o última reelección	22-abr-25
Fecha de cesación en el cargo (si procede)	No aplica
Participación en Comité (s)	No
% de participación en la propiedad del emisor (directa e indirectamente a través de sociedades que controle) En caso de no corresponder, deberá señalarlo expresamente. Además, se deberá indicar expresamente si han existido cambios relevantes en esa participación en el último año.	Tiene una participación directa del 0% e indirecta del 0,2289%. Adicionalmente, posee más de un 10% de participación en conjunto con su cónyuge y/o parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad. Si se presentaron cambios respecto al año pasado de 0,2807% al 0,2289% de participación indirecta en abril 2025.

Nombre director(a) (9)	2025
Pablo Eyzaguirre Court	
RUT	8.878.318-2
Profesión u oficio	Ingeniero Civil
Calidad de director	Director
Independencia del director (Si/No)	No
Fecha de su nombramiento o última reelección	22-abr-25
Fecha de cesación en el cargo (si procede)	
Participación en Comité (s)	Comité de Directores
% de participación en la propiedad del emisor (directa e indirectamente a través de sociedades que controle) En caso de no corresponder, deberá señalarlo expresamente. Además, se deberá indicar expresamente si han existido cambios relevantes en esa participación en el último año.	0% (no posee participación) Sin cambios relevantes en el último año.



Miembros del Directorio

Sobre los miembros del Directorio, indique:	2025
Nº de directores ejecutivos	0
Nºdirectores independiente	1
Nº de otros directores no ejecutivos	8
Nº total de directores	9

Criterios de independencia del Directorio

2025									
Indique los criterios de independencia de los miembros del Directorio:									
Señale el nombre del Director	Sergio Cardone	Paul Furst	Carlo Solari	Manuel Ovalle	Alejandro Puentes	Ian Furst	Enrique Ostale	Pablo Eyzaguirre	Dafne Gonzalez
1. El director no ha sido empleado/ejecutivo ni ha prestado servicios profesionales significativos a la sociedad (o relacionadas) en los últimos 12 a 18 meses.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	X
2. El director no debe aceptar o tener un "miembro de la familia que acepte cualquier pago de la empresa o de cualquier empresa matriz o filial de la empresa que supere los 60.000 dólares durante el año fiscal en curso", distintos de los permitidos por las definiciones de la regla 4200 de la SEC.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	X
3. El director no debe ser (ni estar afiliado a una empresa que sea) un asesor o consultor de la empresa o un miembro de la alta dirección de la empresa.	X	N/A	X	N/A	N/A	N/A	X	X	X
4. El director no debe estar afiliado a un cliente o proveedor importante de la empresa.	X	N/A	X	N/A	N/A	N/A	X	X	X
5. El director no debe tener contrato(s) de servicios personales con la sociedad ni mantener relaciones contractuales o comerciales significativas con la sociedad (o personas relacionadas), distintas a las remuneraciones por su rol de director; además, no debe ser miembro de la alta dirección de la sociedad.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
6. El director no debe estar afiliado a una entidad sin fines de lucro que reciba contribuciones significativas de la empresa.	X	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
7. El director no ha sido socio/empleado del auditor externo (ni de firmas/consultores relevantes que prestan servicios a la sociedad) en los últimos 12 a 18 meses.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
8. El director no debe tener ningún otro conflicto de intereses por el que el propio consejo determine que no puede ser considerado independiente.	X	N/A	X	N/A	N/A	N/A	X	X	X
9. El director tiene parentesco hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad con el gerente general, subgerentes, administradores o ejecutivos principales.	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
10. El director tiene parentesco hasta el segundo grado con socios o accionistas que controlen la sociedad.	X	N/A	X	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
11. El director ha sido director o ejecutivo principal de sociedades matrices, coligadas o controladoras de la sociedad.	N/A	N/A	X	N/A	N/A	N/A	X	N/A	N/A
12. El director representa a accionistas con participación igual o superior al 10% o que designen al menos un director.	X	X	X	N/A	N/A	X	X	N/A *	N/A

Pie de tabla:
1) N/A: No aplica.
2) * Electo director con los votos del controlador, pero no tiene poder de representación del controlador.



Diversidad del Directorio

NCG 461 - 3.2.xiii.a / GRI 405-1a.i / NCG 461 - 3.2.xiii.b / GRI 405-1a.iii / NCG 461 - 3.2.xiii.c / GRI 405-1a.ii / NCG 461 - 3.2.xiii.d / NCG 461 - 3.2.xiii.e

2025		Directores		Total	%
		Titular	Suplente		
Género	Hombres	8	N/A	8	89%
	Mujeres	1	N/A	1	11%
Total		9	0	9	100%
Discapacidad	Hombres	0	N/A	0	0%
	Mujeres	0	N/A	0	0%
Total		0	0	0	0%

2025		Directores Titulares		Directores Suplentes		Total	%
		Hombre	Mujer	Hombre	Mujer		
Nacionalidad	Chileno(a)	8	1	0	0	9	100%
	Extranjero(a)	0	0	0	0	0	0%
Total		8	1	0	0	9	100%
Tramo etario	>30 años	1	0	0	0	1	11%
	30 y 40 años	0	0	0	0	0	0%
	41 y 50 años	1	0	0	0	0	11%
	51 y 60 años	4	1	0	0	5	56%
	61 y 70 años	1	0	0	0	1	11%
	70 < años	1	0	0	0	1	11%
Total		8	1	0	0	9	100%
Tramo de Antigüedad	>3 años	3	0	0	0	3	33%
	3 a 6 años	0	1	0	0	1	11%
	6 a 9 años	2	0	0	0	2	22%
	9 a 12	0	0	0	0	0	0%
	12 y más años	3	0	0	0	3	33%
Total		8	1	0	0	9	100%

Pie de tabla:
1) N/A: No aplica.



Miembros independientes o no ejecutivos con experiencia en la industria

Miembros independientes o no ejecutivos con experiencia en la industria	2025
Número de miembros independientes o no ejecutivos con experiencia en la industria (por ejemplo, excluye a los ejecutivos)	1
Por favor, enumere los directores independientes o no ejecutivos incluidos en el conteo anterior:	Manuel Ovalle

Indicadores de responsabilidad de la junta directiva

Sobre la responsabilidad de la junta directiva, indique:	2025
Promedio de asistencia del directorio	97,90%
Nº de directores no ejecutivos/independientes con 4 o menos otros mandatos (*)	1
Nº de años promedio que los directores han estado en el cargo (antigüedad)	7

Responsabilidad de la junta directiva

Sobre la responsabilidad de la junta directiva, indique:	2025
¿Se requiere la aprobación de los accionistas para realizar cambios en los estatutos?	Sí
¿El plan de sucesión del CEO está en marcha?	Sí
¿Se han establecido evaluaciones del desempeño de la junta directiva?	Sí
¿Existe limitación alguna a las responsabilidades de los directores?	La responsabilidad e los directores está regulada en en la ley de sociedad anónima.
Los miembros de la junta directiva se eligen anualmente.	No, cada 3 años según los estatutos.



Identificación de socios o accionistas mayoritarios

NCG 461 - 2.3.3

Año 2025						
Nombre o razón social	Rut	Dirección	Comuna	Ciudad	Acciones	Porcentaje acciones
DESARROLLOS INMOBILIARIOS SPA	99593960-6	HUERFANOS 1011 OFICINA 118	SANTIAGO	SANTIAGO	1161849244	53,05%
INVERSIONES AVENIDA BORGONO LIMITADA	79566150-6	AVENIDA APOQUINDO 3721 PISO 17	LAS CONDES	SANTIAGO	197439955	9,02%
AFP HABITAT S A PARA FDO PENSION C	98000100-8	AVDA PROVIDENCIA 1909 PISO 9	PROVIDENCIA	SANTIAGO	59447149	2,71%
BCI C DE B S A	96519800-8	MAGDALENA 140 PISO 14	LAS CONDES	SANTIAGO	53553765	2,45%
BANCO SANTANDER POR CUENTA DE INV EXTRANJEROS	97036000-k	MATIAS COUSIÑO 167 PISO 1	SANTIAGO	SANTIAGO	50733976	2,32%
AFP PROVIDA S.A. PARA FDO. PENSION C	76265736-8	APOQUINDO 2730 PISO 13	LAS CONDES	SANTIAGO	41532310	1,90%
AFP CUPRUM S A PARA FDO PENSION C	76240079-0	Av.APOQUINDO 3.600 PISO 11	SANTIAGO	SANTIAGO	37746440	1,72%
BANCO DE CHILE POR CUENTA DE STATE STREET	97004000-5	ESTADO 260 PISO 2	SANTIAGO	SANTIAGO	35594345	1,63%
AFP CAPITAL S A FONDO DE PENSION TIPO C	98000000-1	AVDA. SUECIA 211 PISO 10	PROVIDENCIA	SANTIAGO	34539038	1,58%
AFP HABITAT S A FONDO TIPO A	98000100-8	AV PROVIDENCIA 1909 PISO 9	PROVIDENCIA	SANTIAGO	30039097	1,37%

Año 2025		
Nombre	Participación	Comentario
Sergio Cardone Solari	No tiene participación directa.	El Director tiene participación indirecta a través del controlador.
Carlo Solari Donaggio	No tiene participación directa.	El Director tiene participación indirecta a través del controlador.
Ian Furst	No tiene participación directa.	El Director tiene participación indirecta equivalente al 0,2289%. Adicionalmente, posee más de un 10% de participación en conjunto con su cónyuge y/o parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad.
Dafne González Lizama	No tiene participación.	
Paul Fürst Gwinner	1,23610%	El Director tiene participación indirecta equivalente al 2,1698%. A través de Inversiones Avenida Borgoño Limitada (14,02%) , posee más de un 10% de participación en conjunto con su cónyuge y/o parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad.
Alejandro Puentes Bruno	No tiene participación.	
Pablo Eyzaguirre Court	No tiene participación.	
Manuel Ovalle Edwards	No tiene participación.	
Enrique Ostale Cambiaso	No tiene participación.	No posee acciones de Plaza S.A. directamente, ni tampoco indirectamente a través de sociedades controladas por él. Es dueño de acciones de Falabella S.A., matriz de la sociedad, que al 31 de diciembre y en la actualidad no tiene controlador conforme a las disposiciones contenidas en el Título XV de la Ley N°18.045

Año 2025				
Nombre	Rut	Cuenta	Acciones	Participación
Fernando Víctor de Peña Iver	7.556.207-1	51624	1.759.014	0,08%
Vicente Andrés Núñez Pinochet	8.752.189-3	66426	N/A	N/A
Óscar Eduardo Munizaga Delfin	7.036.855-2	66440	717.264	0,03%
Christopher Farquharson Banfield Erazo	19.454.847-8	66445	337.302	0,02%
Pablo Andrés Pulido Sierra	27.588.745-5	71044	498.055	0,02%
Derek Schwietzer Tang	28.342.623-8	83833	195.446	0,01%
María Irene Soto Layseca	8.308.174-0	66435	N/A	N/A
Cristián Andrés Somarriva Labra	7.719.111-9	66429	574.076	0,03%
Luis Hernán Samuel Silva Villalobos	7.315.274-7	66436	294.548	0,01%

Pie de tabla:
1) N/A: No aplica

Participación porcentual de los accionistas

NCG 461 - 2.3.3

% de participación porcentual de los accionistas, agrupados en:	2025	2024	2023
Controlador	53,10%	53,10%	59,28%
Accionistas Mayoritarios	11,40%	19,00%	25,52%
ADRs u otros certificados emitidos en el extranjero	0,00%	0,00%	
Fondos de pensiones	23,80%	17,90%	7,73%
Otros fondos	8,25%	8,70%	7,45%
Otros accionistas	3,45%	1,30%	0,01%



Remuneraciones de los ejecutivos principales

NCG 461 - 3.4.ii / NCG 461 - 3.4.iii

REGIONAL	2025	2024
Monto de las remuneraciones percibidas por los ejecutivos principales (CLP)	\$5.448.600.047	\$3.710.612.334
Monto de los componentes variables de las remuneraciones percibidas por los ejecutivos principales (CLP)	\$2.869.780.758	\$3.710.612.334
Monto de los componentes fijos de las remuneraciones percibidas por los ejecutivos principales (CLP)	\$2.578.819.289	\$2.838.085.953

Compensación del CEO

REGIONAL	2025
Indique el porcentaje del bono del gerente general que a corto plazo que se difiere en forma de acciones o opciones sobre acciones	20%
Cuál es el período de desempeño más largo aplicado para evaluar la compensación variable (basada en objetivos predefinidos, ya sean relativos o absolutos) cubierto en su plan de compensación ejecutiva	3
Por favor, indique el período de adquisición de derechos más largo para la compensación variable del Gerente General	3

Contribuciones y otros gastos

GRI 415-1

REGIONAL				
Tipo de contribución:	2025	2024	2023	2022
Lobby, representación de intereses o similar	\$-	\$-	\$-	\$-
Campañas/organizaciones /candidatos políticos locales, regionales o nacionales	\$-	\$-	\$-	\$-
Asociaciones comerciales o grupos exentos de impuestos (por ejemplo, centros de estudios)	\$247.502.384	\$288.940.786	\$227.456.481	\$252.621.549
Otros (por ejemplo, gastos relacionados con medidas electorales o referendos)	\$-	\$-	\$-	\$-
Total contribuciones y otros gastos	\$247.502.384	\$288.940.786	\$227.456.481	\$252.621.549
Cobertura de datos (como porcentaje del denominador, que indica el alcance organizacional de los datos informados)	100%	100%		

CHILE				
Tipo de contribución:	2025	2024	2023	2022
Lobby, representación de intereses o similar	\$-			
Campañas/organizaciones /candidatos políticos locales, regionales o nacionales	\$-			
Asociaciones comerciales o grupos exentos de impuestos (por ejemplo, centros de estudios)	\$178.460.520	\$30.248.312	\$174.828.814	\$214.273.321
Otros (por ejemplo, gastos relacionados con medidas electorales o referendos)	\$-			
Total contribuciones y otros gastos	\$165.034.083	\$30.248.312	\$174.828.814	\$214.273.321
Cobertura de datos (como porcentaje del denominador, que indica el alcance organizacional de los datos informados)	100%		1	1

PERÚ				
Tipo de contribución:	2025	2024	2023	2022
Lobby, representación de intereses o similar	\$-	\$-	\$-	\$-
Campañas/organizaciones /candidatos políticos locales, regionales o nacionales	\$-	\$-	\$-	\$-
Asociaciones comerciales o grupos exentos de impuestos (por ejemplo, centros de estudios)	\$54.409.556	\$49.255.521	\$28.436.400	\$26.925.600
Otros (por ejemplo, gastos relacionados con medidas electorales o referendos)	\$-	\$-	\$-	\$-
Total contribuciones y otros gastos	\$54.409.556	\$49.255.521	\$28.436.400	\$26.925.600
Cobertura de datos (como porcentaje del denominador, que indica el alcance organizacional de los datos informados)	100%			

Pie de tabla: 1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



COLOMBIA				
Tipo de contribución:	2025	2024	2023	2022
Lobby, representación de intereses o similar	\$-			
Campañas/organizaciones /candidatos políticos locales, regionales o nacionales	\$-			
Asociaciones comerciales o grupos exentos de impuestos (por ejemplo, centros de estudios)	\$14.632.308	\$209.436.953	\$24.191.267	\$11.422.628
Otros (por ejemplo, gastos relacionados con medidas electorales o referendos)	\$-			
Total contribuciones y otros gastos	\$14.632.308	\$209.436.953	\$24.191.267	\$11.422.628
Cobertura de datos (como porcentaje del denominador, que indica el alcance organizacional de los datos informados)	100%			

Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos de anticorrupción

NCG 461 3.1.III GRI 205-2a / GRI 205-2b / GRI 205-2c / GRI 205-2d / GRI 205-2e

Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos de anticorrupción:	REGIONAL		CHILE		PERÚ		COLOMBIA	
	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024
Nº de miembros del órgano de gobierno a quienes se hayan comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción	17	17	9	9	4	4	4	4
% de miembros del órgano de gobierno a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción	100%	100%	100%	100%	100%		100%	100%
Nº de empleados a quienes se hayan comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción	758	681	535	526	134	75	89	80
% de empleados a quienes se hayan comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción	100%	100%	100%	100%	100%		100%	100%
N de socios de negocio a quienes se les hayan comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización	2273	1400	1166	1400	504	0	603	
% de socios de negocio a quienes se les hayan comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción de la organización	100%	100%	100%	100%	100%		100%	
Nº de miembros del órgano de gobierno que hayan recibido formación sobre anticorrupción	17	17	9	9	4	4	4	4
% de miembros del órgano de gobierno que hayan recibido formación sobre anticorrupción	100%	100%	100%	100%	100%		100%	100%
Nº de empleados que hayan recibido formación sobre anticorrupción	634	681	447	526	111	75	76	80
% de empleados que hayan recibido formación sobre anticorrupción	84%	100%	84%	100%	83%		85%	100%
Nº de trabajadores contratistas y de tiempo parcial que hayan recibido formación sobre anticorrupción	108	0	64		24	0	20	
% de trabajadores contratistas y de tiempo parcial que hayan recibido formación sobre anticorrupción	73%		94%		40%		100%	

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Capacitaciones prevención del acoso sexual, laboral y la violencia en el trabajo

NCG 461 - 5.5

Capacitaciones respecto del protocolo de prevención del acoso sexual, laboral y la violencia en el trabajo:	2025				2024				2023			
	REGIONAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA
Nº total del personal que fue capacitado en materias de acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo (sin doble contar personas)	731	512	133	86	666	513	79	74	651	476	87	88
% del total del personal que fue capacitado en materias de acoso laboral, sexual y violencia en el trabajo	96%	96%	99%	97%	100%	99%		99,00%	97,00%	97,00%		95,00%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



Incumplimiento de la legislación y normativas

GRI 2-27a / GRI 2-27a.i / GRI 2-27a.ii / GRI 2-27b.i / GRI 2-27b.ii

Sobre incumplimientos de la legislación y normativas, indique:	REGIONAL	
	2025	2024
Nº de casos de incumplimiento significativos de la legislación y las normativas	0	0
Nº de casos de incumplimiento significativos de la legislación y las normativas que derivaron en multas	0	0
Nº de casos de incumplimiento significativos de la legislación y las normativas que derivaron en sanciones no monetarias	0	0
Nº de multas por casos de incumplimiento de la legislación y las normativas	0	0

Pie de tabla:
1) En Perú 2025, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Incumplimientos, sanciones y multas

NCG 461 - 8.1

Sobre incumplimientos a los derechos de los clientes, en especial respecto a la Ley N°19.496 sobre Protección de los Derechos del Consumidor, indique:	REGIONAL		
	2025	2024	2023
Nº incumplimientos (sanciones ejecutoriadas)	27	18	15
Monto multas (CLP)	\$181.801.710	\$304.195.142	\$41.900.350

Pie de tabla:
1) En Perú 2025, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza. 2) El 2025 tuvimos 27 sentencias ejecutoriadas.

Incumplimientos a los derechos de sus trabajadores

NCG 461 - 8.2

Sobre incumplimientos a los derechos de sus trabajadores, indique:		REGIONAL		
		2025	2024	2023
Derechos de sus trabajadores	Nº incumplimientos (sanciones ejecutoriadas)	2	0	0
	Monto multas (CLP)	\$60.882.443	\$-	\$-
Tutela laboral	Nº acciones	3	0	0

Pie de tabla:
1) En Perú 2025, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



Incidentes de corrupción

GRI 205-3a / GRI 205-3b / GRI 205-3c / GRI 205-3d

Sobre incidentes de corrupción, indique:	REGIONAL	
	2025	2024
Nº incumplimientos de corrupción o soborno	0	0
Nº de incidentes de corrupción confirmados a consecuencia de los cuales fueron despedidos o se aplicaron medidas disciplinarias a los empleados	0	0
Nº de incidentes de corrupción en los que se hayan rescindido o no se hayan renovado contratos con socios de negocio por infracciones relacionadas con la corrupción	0	0
Nº de casos jurídicos públicos relacionados con la corrupción interpuestos contra la organización o sus empleados	0	0

Pie de tabla:
1) En Perú 2025, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Otros incumplimientos

NCG 461 - 8.4 / GRI 206-1a / NCG 461 - 8.5 / GRI 2-27a / GRI 2-27b

Otros incumplimientos		REGIONAL			CHILE			PERÚ			COLOMBIA		
		2025	2024	2023	2025	2024	2023	2025	2024	2023	2025	2024	2023
Discriminación o acoso	Nº incumplimientos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Nº incumplimientos (sanciones ejecutoriadas)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Libre competencia	Monto multas (CLP)	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Otros relacionados a la Ley N°20.393 que establece la responsabilidad penal de las personas jurídicas	Nº incumplimientos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Monto multas (CLP)	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Conflictos de interés	Nº incumplimientos	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0
	Monto multas (CLP)	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-		\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	
Lavado de dinero o negociación con información privilegiada	Nº incumplimientos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Monto multas (CLP)	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
Otra legislación y/o normativa	Nº incumplimientos (sanciones ejecutoriadas)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Monto multas (CLP)	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-

Pie de tabla:
1) En Perú 2025, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Incumplimientos ante el Registro Público de Sanciones de la Superintendencia de Medioambiente

NCG 461 - 8.3

Sobre incumplimientos ante el Registro Público de Sanciones de la Superintendencia de Medioambiente o de aquel órgano equivalente en jurisdicciones extranjeras, indique:	REGIONAL		
	2025	2024	2023
Nº incumplimientos (sanciones ejecutoriadas)	1	0	1
Monto multas (CLP)	236910 (CLP)	\$-	27715,36 (SOL)

Pie de tabla:
1) En Perú 2025, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



Denuncias de acoso laboral, sexual y de violencia en el trabajo

NCG 461 - 5.5

Denuncias de acoso laboral, sexual y de violencia en el trabajo	2025							
	REGIONAL		CHILE		PERÚ		COLOMBIA	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Denuncias por acoso sexual en conformidad con la Ley N° 20.005 presentadas ante la compañía	1	0	1	0	0	0	0	0
Denuncias por acoso laboral en conformidad con la Ley N° 26.607 presentadas ante la compañía	3	3	3	1	0	1	0	1
Denuncias por violencia laboral presentadas ante la compañía	0	0	0	0	0	0	0	0
Denuncias por acoso sexual en conformidad con la Ley N° 20.005 presentadas ante la Dirección del Trabajo (u otra institución equivalente)	0	0	0	0	0	0	0	0
Denuncias por acoso laboral en conformidad con la Ley N° 26.607 presentadas ante la Dirección del Trabajo (u otra institución equivalente)	1	0	1	0	0	0	0	0
Denuncias por violencia laboral presentadas ante la Dirección del Trabajo (u otra institución equivalente)	0	0	0	0	0	0	0	0

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Denuncias de acoso laboral, sexual y de violencia en el trabajo	2024							
	REGIONAL		CHILE		PERÚ		COLOMBIA	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Denuncias por acoso sexual en conformidad con la Ley N° 20.005 presentadas ante la compañía	0	0	0	0	0	0	0	0
Denuncias por acoso laboral en conformidad con la Ley N° 26.607 presentadas ante la compañía	0	0	0	0	0	0	0	0
Denuncias por violencia laboral presentadas ante la compañía	0	0	0	0	0	0	0	0
Denuncias por acoso sexual en conformidad con la Ley N° 20.005 presentadas ante la Dirección del Trabajo (u otra institución equivalente)	0	0	0	0	0	0	0	0
Denuncias por acoso laboral en conformidad con la Ley N° 26.607 presentadas ante la Dirección del Trabajo (u otra institución equivalente)	0	1	0	1	0	0	0	0
Denuncias por violencia laboral presentadas ante la Dirección del Trabajo (u otra institución equivalente)	0	0	0	0	0	0	0	0

Programas de cumplimiento ambiental

NCG 461 - 8.3

Sobre los programas de cumplimiento ambiental, indique:	REGIONAL			CHILE			PERÚ			COLOMBIA		
	2025	2024	2023	2025	2024	2023	2025	2024	2023	2025	2024	2023
Programa de cumplimiento aprobados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Programa de cumplimiento ejecutados satisfactoriamente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Planes de reparación por daño ambiental presentados	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Planes de reparación por daño ambiental ejecutados satisfactoriamente	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Pie de tabla:
1) En Perú 2025, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



Certificación de infraestructura de TI y sistema de gestión de seguridad de la información certificados

% de la infraestructura de TI y el sistema de gestión de seguridad de la información certificados	2025	2024	2023	2022
Chile	100%	75%	55%	52%
Perú	100%	75%	55%	52%
Colombia	100%	75%	55%	52%
Regional	100%	75%	55%	52%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Infracciones y/o vulnerabilidades de seguridad de la información

REGIONAL 2025		CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Datos de privacidad de clientes	Nº de casos	0	0	0	0
	Nº de clientes afectados	0	0	0	0
Violaciones de seguridad de la información	Nº de casos	0	0	0	0

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



Anexos
Capítulo V

Dotación por género y categoría de funciones

NCG 461 5.1.1 / GRI 2-7a / GRI 405-1b.i

REGIONAL										
Dotación por género y por categoría de funciones	Unidad	2025			2024			2023		
		HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Alta Gerencia	Nº	7	2	9	9	2	11	9	2	11
	%	78%	22%	1%	82%	18%	2%	82%	18%	2%
Gerencia	Nº	70	52	122	57	44	101	59	42	101
	%	57%	43%	16%	56%	44%	15%	58%	42%	15%
Jefatura	Nº	46	47	93	49	47	96	42	50	92
	%	49%	51%	12%	51%	49%	14%	46%	54%	14%
Operario	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Fuerza de venta	Nº	13	20	33	16	31	47	15	36	51
	%	39%	61%	4%	34%	66%	7%	29%	71%	8%
Administrativo	Nº	1	22	23	2	20	22	1	18	19
	%	4%	96%	3%	9%	91%	3%	5%	95%	3%
Auxiliar	Nº	2	3	5	3	3	6	3	3	6
	%	40%	60%	1%	50%	50%	1%	50%	50%	1%
Otros profesionales	Nº	216	257	473	186	215	401	186	207	393
	%	46%	54%	62%	46%	54%	59%	47%	53%	58%
Otros técnicos	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	Nº	355	403	758	322	362	684	315	358	673
	%	47%	53%	100%	47%	53%	100%	47%	53%	100%

CHILE										
Dotación por género y por categoría de funciones	Unidad	2025			2024			2023		
		HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Alta Gerencia	Nº	7	2	9	8	2	10	8	2	10
	%	78%	22%	2%	80%	20%	2%	80%	20%	2%
Gerencia	Nº	55	37	92	50	29	79	49	26	75
	%	60%	40%	17%	63%	37%	15%	65%	35%	15%
Jefatura	Nº	33	28	61	40	28	68	35	28	63
	%	54%	46%	11%	59%	41%	13%	56%	44%	13%
Operario	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Fuerza de venta	Nº	13	20	33	15	28	43	15	32	47
	%	39%	61%	6%	35%	65%	8%	32%	68%	9%
Administrativo	Nº	1	7	8	1	9	10	1	8	9
	%	13%	88%	1%	10%	90%	2%	11%	89%	2%
Auxiliar	Nº	2	2	4	3	2	5	3	2	5
	%	50%	50%	1%	60%	40%	1%	60%	40%	1%
Otros profesionales	Nº	170	158	328	156	157	313	149	146	295
	%	52%	48%	61%	50%	50%	59%	51%	49%	59%
Otros técnicos	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	Nº	281	254	535	273	255	528	260	244	504
	%	53%	47%	100%	52%	48%	100%	52%	48%	100%



PERÚ										
Dotación por género y por categoría de funciones	Unidad	2025			2024			2023		
		HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Alta Gerencia	Nº	0	0	0	1	0	1	1	0	1
	%	0%	0%	0%	100%	0%	1%	100%	0%	1%
Gerencia	Nº	9	8	17	1	8	9	3	7	10
	%	53%	47%	13%	11%	89%	12%	30%	70%	12%
Jefatura	Nº	12	12	24	8	16	24	6	17	23
	%	50%	50%	18%	33%	67%	32%	26%	74%	28%
Operario	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Fuerza de venta	Nº	0	0	0	1	3	4	0	4	4
	%	0%	0%	0%	25%	75%	5%	0%	100%	5%
Administrativo	Nº	0	9	9	1	5	6	0	5	5
	%	0%	100%	7%	17%	83%	8%	0%	100%	6%
Auxiliar	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Otros profesionales	Nº	28	56	84	15	17	32	20	18	38
	%	33%	67%	63%	47%	53%	42%	53%	47%	47%
Otros técnicos	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	Nº	49	85	134	27	49	76	30	51	81
	%	37%	63%	100%	36%	64%	100%	37%	63%	100%

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.

COLOMBIA										
Dotación por género y por categoría de funciones	Unidad	2025			2024			2023		
		HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	HOMBRES	MUJERES	TOTAL
Alta Gerencia	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Gerencia	Nº	6	7	13	6	7	13	7	9	16
	%	46%	54%	15%	46%	54%	16%	44%	56%	18%
Jefatura	Nº	1	7	8	1	3	4	1	5	6
	%	13%	88%	9%	25%	75%	5%	17%	83%	7%
Operario	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Fuerza de venta	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Administrativo	Nº	0	6	6	0	6	6	0	5	5
	%	0%	100%	7%	0%	100%	8%	0%	100%	6%
Auxiliar	Nº	0	1	1	0	1	1	0	1	1
	%	0%	100%	1%	0%	100%	1%	0%	100%	1%
Otros profesionales	Nº	18	43	61	15	41	56	17	43	60
	%	30%	70%	69%	27%	73%	70%	28%	72%	68%
Otros técnicos	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	Nº	25	64	89	22	58	80	25	63	88
	%	28%	72%	100%	28%	73%	100%	28%	72%	100%



Indicador de diversidad

REGIONAL 2025								
Indicador de diversidad:	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Mujeres en la fuerza laboral total (cantidad y %)	254	47%	85	63%	64	72%	403	53%
Mujeres en todos los puestos directivos, incluidos los gerenciales junior, medio y superior (como cantidad y % del total de puestos directivos)	37	40%	0	47%	7	54%	44	42%
Total de trabajadores en puestos directivos, incluidos los gerenciales junior, medio y superior (como cantidad)	92	N/A	0	N/A	13	N/A	105	N/A
Mujeres en puestos gerenciales junior, es decir, primer nivel de gestión (como cantidad y % del total de puestos gerenciales junior)	37	40%	0	0%	7	54%	44	42%
Total de trabajadores en puestos gerenciales junior, es decir, primer nivel de gestión (como cantidad)	92	N/A	0	N/A	13	N/A	105	N/A
Mujeres en puestos de alta dirección, es decir, como máximo a dos niveles de distancia del director ejecutivo o puestos comparables (como porcentaje del total de puestos de alta dirección)	2	22%	0	0%	0	0%	2	11%
Total de trabajadores en puestos de alta dirección, es decir, como máximo a dos niveles de distancia del director ejecutivo o puestos comparables (como cantidad)	9	N/A	0	N/A	9	N/A	18	N/A
Mujeres en puestos directivos en funciones generadoras de ingresos (por ejemplo, ventas) como porcentaje de todos esos gerentes (es decir, excluyendo funciones de soporte como RR.HH., TI, Legal, etc.)	11	34%	0	0%	3	43%	14	36%
Total de trabajadores en puestos directivos en funciones generadoras de ingresos (por ejemplo, ventas) como cantidad (es decir, excluyendo funciones de soporte como RR.HH., TI, Legal, etc.)	32	N/A	0	N/A	7	N/A	39	N/A
Mujeres en puestos relacionados con STEM (como porcentaje del total de puestos STEM (cantidad y %)	15	25%	0	0%	0	0%	15	25%
Total de trabajadores en puestos relacionados con STEM (como cantidad de puestos STEM)	60	N/A	0	N/A	1	N/A	61	N/A
Pie de tabla: 1) N/A: No aplica								



Dotación por nacionalidad

NCG 461 5.1.2

REGIONAL 2025																													
Dotación por nacionalidad		Alta Gerencia			Gerencia			Jefatura			Operario			Fuerza de venta			Administrativo			Auxiliar			Otros Profesionales			Otros técnicos			TOTAL
		Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	TOTAL	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	
Por país																													
Argentina	0	1	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%		
Boliviana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%		
Chilena	5	1	16%	29	35	16%	23	23	10%	0	13	10%	0	18	6%	2	7	2%	2	162	167	0%	0	0	0%	0	0	0%	
Colombiana	1	0	1%	6	8	15%	0	10	11%	0	0	0%	0	0	0%	0	6	6%	2	1	1%	19	43	65%	0	0	0%		
Peruana	0	0	0%	9	9	13%	12	13	16%	0	1	1%	0	1	1%	0	9	6%	0	0	0%	28	58	62%	0	0	0%		
Venezolana	0	0	0%	1	0	5%	3	1	21%	0	0	0%	0	1	0%	0	0	0%	0	0	0%	6	8	74%	0	0	0%		
Brasileira	1	0	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%		
Española	0	0	0%	0	0	0%	1	0	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%		
Estados Unidos	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%		
Cubana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1	0	100%	0	0	0%		
TOTAL	7	2	1,20%	70	52	16,10%	46	47	12,30%	0	0	0,00%	13	20	4,40%	1	22	3,00%	2	3	0,70%	216	257	62,40%	0	0	0,00%		

CHILE 2025																													
Dotación por nacionalidad		Alta Gerencia			Gerencia			Jefatura			Operario			Fuerza de venta			Administrativo			Auxiliar			Otros Profesionales			Otros técnicos			TOTAL
		Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	TOTAL	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	
Por país																													
Argentina	0	1	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1	
Boliviana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	1	100%	0	0	0%	1	
Chilena	5	1	1%	54	35	18%	29	23	10%	0	0	0%	13	18	6%	1	7	2%	2	2	1%	162	147	62%	0	0	0%	499	
Colombiana	1	0	14%	0	1	14%	0	1	43%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	14%	0	0	0%	0	0	0%	7	
Peruana	0	0	0%	0	1	17%	0	1	17%	0	0	0%	0	1	17%	0	0	0%	0	0	0%	1	2	50%	0	0	0%	6	
Venezolana	0	0	0%	1	0	6%	3	1	22%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	5	8	72%	0	0	0%	18	
Brasileña	1	0	100%	1	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1	
Española	0	0	0%	0	0	0%	1	0	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1	
Estados Unidos	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	
Cubana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1	0	100%	0	0	0%	1	
TOTAL	7	2	1,70%	55	37	17,20%	33	28	11,40%	0	0	0,00%	13	20	6,20%	1	7	1,50%	2	2	0,70%	170	158	61,30%	0	0	0,00%	535	

PERU 2025																																					
Dotación por nacionalidad		Alta Gerencia					Gerencia					Jefatura					Operario					Fuerza de venta			Administrativo			Auxiliar			Otros Profesionales			Otros técnicos			TOTAL
		Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%						
Por país	Nº	Nº		Nº	Nº		Nº	Nº		Nº	Nº		Nº	Nº		Nº	Nº		Nº	Nº		Nº	Nº		Nº	Nº		Nº	Nº								
Argentina	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%							
Boliviana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%							
Chilena	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%							
Colombiana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%							
Paraguana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%							
Venezolana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%							
Brasileña	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%							
Española	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%							
Estados Unidos	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%							
Cubana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%							
TOTAL	0	0	0.00%	9	8	12.70%	12	12	17.90%	0	0	0.00%	0	0	0.00%	0	0	0.00%	0	9	6.70%	0	0	0.00%	28	56	62.70%	0	0	0.00%	134						

Pie de tabla:

1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.

COLOMBIA 2025																																								
Dotación por nacionalidad	Alta Gerencia						Gerencia						Jefatura						Operario						Fuerza de venta			Administrativo			Auxiliar			Otros Profesionales			Otros técnicos			TOTAL
	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	TOTAL	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Nº									
Argentina	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0									
Boliviana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0									
Chilena	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0									
Colombiana	0	0	0%	6	7	15%	1	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	6	7	1%	0	43	68%	0	0	0%	89								
Peruana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0									
Venezolana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0									
Brasileña	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0									
Española	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0									
Estados Unidos	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0									
Cubana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0									
TOTAL	0	0	0,00%	6	7	14,60%	1	7	9,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	6	6,70%	0	1	1,10%	18	43	68,50%	0	0	0,00%	89									

REGIONAL 2024																																																							
Dotación por nacionalidad	Alta Gerencia						Gerencia						Jefatura						Operario						Fuerza de venta						Administrativo						Auxiliar						Otros Profesionales						Otros técnicos						TOTAL
	Hombres		Mujeres		%	Hombres		Mujeres		%	Hombres		Mujeres		%	Hombres		Mujeres		%	Hombres		Mujeres		%	Hombres		Mujeres		%	Hombres		Mujeres		%	Hombres		Mujeres		%															
	Nº		Nº		%	Nº		Nº		%	Nº		Nº		%	Nº		Nº		%	Nº		Nº		%	Nº		Nº		%	Nº		Nº		%	Nº		Nº		%															
Argentina	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		2		100%	0		0		0%	2														
Boliviana	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		1		100%	0		0		0%	1														
Chilena	7		2		2%	48		25		15%	36		23		12%	0		0		0%	15		26		8%	1		9		2%	3		2		1%	149		146		60%	0		0		0%	492									
Colombiana	1		0		1%	7		9		18%	1		6		8%	0		0		0%	0		1		1%	0		6		7%	0		1		1%	16		41		64%	0		0		0%	89									
Peruana	0		0		0%	1		9		13%	8		16		30%	0		0		0%	1		4		6%	1		5		8%	0		0		0%	15		20		44%	0		0		0%	80									
Venezolana	0		0		0%	1		0		6%	3		2		29%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	6		5		65%	0		0		0%	17									
Brasileña	1		0		50%	0		1		50%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0%	2											
Española	0		0		0%	0		0		0%	1		0		100%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0%	1											
Estados Unidos	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0		0%	0		0%	0											
TOTAL	9		2		1,60%	57		44		14,80%	49		47		14,00%	0		0		0,00%	16		31		6,90%	2		20		3,20%	3		3		0,90%	186		215		58,60%	0		0		0,00%	684									

CHILE 2024																															
Dotación por nacionalidad	Alta Gerencia						Gerencia			Jefatura			Operario			Fuerza de venta			Administrativo			Auxiliar			Otros Profesionales			Otros técnicos			TOTAL
	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%				
	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%				
Argentina	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	2	100%	0	0	0%	2			
Boliviana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	1	100%	0	0	0%	1			
Chilena	6	2	2%	48	25	15%	36	23	12%	0	0	0%	15	26	8%	1	9	2%	3	2	1%	149	146	60%	0	0	0%	491			
Colombiana	1	0	11%	1	2	33%	0	3	33%	0	0	0%	0	1	11%	0	0	0%	0	0	0%	1	0	11%	0	0	0%	9			
Peruana	0	0	0%	0	1	20%	0	0	0%	0	0	0%	0	1	20%	0	0	0%	0	0	0%	0	3	60%	0	0	0%	5			
Venezolana	0	0	0%	1	0	6%	3	2	29%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	6	5	65%	0	0	0%	17			
Brasileña	1	0	50%	0	1	50%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	2			
Española	0	0	0%	0	0	0%	1	0	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1			
Estados Unidos	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0			
TOTAL	8	2	1,90%	50	29	0,00%	40	28	0,00%	0	0	0,00%	15	28	0,00%	1	9	0,00%	3	2	0,00%	156	157	0,00%	0	0	0,00%	528			



PERÚ 2024																															
Dotación por nacionalidad	Alta Gerencia						Gerencia			Jefatura			Operario			Fuerza de venta			Administrativo			Auxiliar			Otros Profesionales			Otros técnicos			TOTAL
	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%				
	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%				
Argentina	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0			
Boliviana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0			
Chilena	1	0	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1			
Colombiana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0			
Peruana	0	0	0%	1	8	12%	8	16	32%	0	0	0%	1	3	5%	1	5	8%	0	0	0%	15	17	43%	0	0	0%	75			
Venezolana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0			
Brasílera	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0			
Española	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0			
Estados Unidos	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0			
TOTAL	1	0	1,30%	1	8	11,80%	8	16	31,60%	0	0	0,00%	1	3	5,30%	1	5	7,90%	0	0	0,00%	15	17	42,10%	0	0	0,00%	76			

COLOMBIA 2024																																																							
Dotación por nacionalidad	Alta Gerencia						Gerencia						Jefatura						Operario						Fuerza de venta						Administrativo						Auxiliar						Otros Profesionales						Otros técnicos						TOTAL
	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	TOTAL %	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%	Hombres Nº	Mujeres Nº	%																						
Por país																																																							
Argentina	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0																					
Boliviana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0																					
Chilena	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0																					
Colombiana	0	0	0%	6	7	16%	1	3	5%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	6	8%	0	1	1%	15	41	70%	0	0	0%	0	0	0%	80																					
Peruana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0																					
Venezolana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0																					
Brasílera	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0																					
Española	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0																					
Estados Unidos	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0																					
TOTAL	0	0	0,00%	6	7	0,00%	1	3	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	6	0,00%	0	1	0,00%	15	41	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	80																					

REGIONAL 2023																															
Dotación por nacionalidad	Alta Gerencia						Gerencia			Jefatura			Operario			Fuerza de venta			Administrativo			Auxiliar			Otros Profesionales			Otros técnicos			TOTAL
	Hombres		Mujeres	%	Hombres		Mujeres	%	Hombres		Mujeres	%	Hombres		Mujeres	%	Hombres		Mujeres	%	Hombres		Mujeres	%	Hombres		Mujeres	%			
	Nº		Nº	%	Nº		Nº	%	Nº		Nº	%	Nº		Nº	%	Nº		Nº	%	Nº		Nº	%	Nº		Nº	%			
Argentina	0	0	0%	0	0	0%	0	1	33%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	2	67%	0	0	0%	3			
Boliviana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	1	100%	0	0	0%	1			
Chilena	7	2	2%	49	24	16%	32	23	12%	0	0	0%	15	31	10%	1	8	2%	3	2	1%	140	131	58%	0	0	0%	468			
Colombiana	1	0	1%	7	10	18%	1	7	9%	0	0	0%	0	1	1%	0	5	5%	0	1	1%	18	43	65%	0	0	0%	94			
Peruana	0	0	0%	3	8	13%	6	17	27%	0	0	0%	0	4	5%	0	5	6%	0	0	0%	20	21	49%	0	0	0%	84			
Venezolana	0	0	0%	0	0	0%	2	2	20%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	7	9	80%	0	0	0%	20			
Brasílera	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1	0	100%	0	0	0%	1			
Española	0	0	0%	0	0	0%	1	0	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1			
Estados Unidos	1	0	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1			
TOTAL	9	2	1,60%	59	42	15,00%	42	50	13,70%	0	0	0,00%	15	36	7,60%	1	18	2,80%	3	3	0,90%	186	207	58,40%	0	0	0,00%	673			

CHILE 2023																															
Dotación por nacionalidad	Alta Gerencia						Gerencia			Jefatura			Operario			Fuerza de venta			Administrativo			Auxiliar			Otros Profesionales			Otros técnicos			TOTAL
	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%				
	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%	Nº	Nº	%				
Por país																															
Argentina	0	0	0%	0	0	0%	0	1	33%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	2	67%	0	0	0%	3			
Boliviana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	1	100%	0	0	0%	1			
Chilena	6	2	2%	48	24	15%	32	23	12%	0	0	0%	15	31	10%	1	8	2%	3	2	1%	140	131	58%	0	0	0%	466			
Colombiana	1	0	14%	1	1	29%	0	2	29%	0	0	0%	0	1	14%	0	0	0%	0	0	0%	1	0	14%	0	0	0%	7			
Peruana	0	0	0%	0	1	25%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	3	75%	0	0	0%	4			
Venezolana	0	0	0%	0	0	0%	2	2	20%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	7	9	80%	0	0	0%	20			
Brasílera	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1	0	100%	0	0	0%	1			
Española	0	0	0%	0	0	0%	1	0	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1			
Estados Unidos	1	0	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	1			
TOTAL	8	2	2,00%	49	26	14,90%	35	28	12,50%	0	0	0,00%	15	32	9,30%	1	8	1,80%	3	2	1,00%	149	146	58,50%	0	0	0,00%	504			

PERU 2023																																																							
Dotación por nacionalidad	Alta Gerencia						Gerencia						Jefatura						Operario						Fuerza de venta						Administrativo						Auxiliar						Otros Profesionales						Otros técnicos						TOTAL
	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%	Hombres	Mujeres	%																			
Por país	Nº		%	Nº		%	Nº		%	Nº		%	Nº		%	Nº		%	Nº		%	Nº		%	Nº		%	Nº		%	Nº		%	Nº		%																			
Argentina	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%																			
Boliviana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%																			
Chilena	1	0	100%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%																			
Colombiana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%																			
Peruana	0	0	0%	3	7	13%	6	17	29%	0	0	0%	0	0	0%	0	4	5%	0	5	6%	0	0	0%	20	18	48%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%																			
Venezolana	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%																			
Brasilera	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%																			
Española	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%																			
Estados Unidos	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%	0	0	0%																			
TOTAL	1	0	1,20%	3	7	12,30%	6	17	28,40%	0	0	0,00%	0	4	4,90%	0	5	6,20%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	20	18	46,90%	0	0	0,00%	0	0	0,00%	0	0	0,00%																			

Dotación por rango de edad y categoría de funciones

NOG 461 - 5.1.3 / GRI 405-1b.ii

REGIONAL 2025																										
Dotación por rango de edad y categoría de funciones			CHILE						PERÚ						COLOMBIA						REGIONAL					
			Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años	Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años	Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años	Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años
Alta Gerencia		Total	0	2	2	3	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	3	2	2	0
	Hombre	Nº		1	2	2	2		0	0	0	0	0	0						0	1	2	2	2	0	
	Mujer	Nº		1		1			0	0	0	0	0	0						0	1	0	1	0	0	
Gerencia		Total	0	43	33	12	4	0	0	3	13	1	0	0	0	4	8	1	0	0	0	50	54	14	4	0
	Hombre	Nº		28	17	7	3		0	1	7	1	0	0			5	1		0	29	29	9	3	0	
	Mujer	Nº		15	16	5	1		0	2	6	0	0	0		4	3	21	0	0	21	25	5	1	0	
Jefatura		Total	5	34	15	6	1	0	1	15	6	2	0	0	0	7	1	0	0	0	6	56	22	8	1	0
	Hombre	Nº	3	15	9	5	1		1	4	6	1	0	0		1				4	20	15	6	1	0	
	Mujer	Nº	2	19	6	1			0	11	0	1	0	0		6	1			2	36	7	2	0	0	
Operario		Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Hombre	Nº							0	0	0	0	0	0						0	0	0	0	0	0	
	Mujer	Nº							0	0	0	0	0	0						0	0	0	0	0	0	
Fuerza de venta		Total	15	16	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	16	2	0	0	
	Hombre	Nº	6	6	1				0	0	0	0	0	0						6	6	1	0	0	0	
	Mujer	Nº	9	10	1				0	0	0	0	0	0						9	10	1	0	0	0	
Administrativo		Total	1	3	2	2	0	0	0	6	2	1	0	0	5	1	0	0	0	0	6	10	4	3	0	0
	Hombre	Nº	1						0	0	0	0	0	0						1	0	0	0	0	0	
	Mujer	Nº		3	2	2			0	6	2	1	0	0	5	1				5	10	4	3	0	0	
Auxiliar		Total	0	0	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	3	0	0
	Hombre	Nº			1	1			0	0	0	0	0	0						0	0	1	1	0	0	
	Mujer	Nº			1	1			0	0	0	0	0	0				1		0	0	1	2	0	0	
Otros Profesionales		Total	55	184	65	23	1	0	29	40	12	3	0	0	18	32	9	2	0	0	102	256	86	28	1	0
	Hombre	Nº	27	97	31	15			10	15	3	0	0	7	7	3	1			44	119	37	16	0	0	
	Mujer	Nº	28	87	34	8	1		19	25	9	3	0	11	25	6	1			58	137	49	12	1	0	
Otros técnicos		Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Hombre	Nº							0	0	0	0	0	0						0	0	0	0	0	0	
	Mujer	Nº							0	0	0	0	0	0						0	0	0	0	0	0	
TOTAL		Total	76	282	121	48	8	0	30	64	33	7	0	0	23	44	18	4	0	0	129	390	172	59	8	0

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.

REGIONAL 2024																											
Dotación por rango de edad y categoría de funciones			CHILE						PERÚ						COLOMBIA						REGIONAL						
			Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años	Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años	Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años	Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años	
Alta Gerencia		Total	0	2	2	4	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	4	3	0		
	Hombre	Nº	0	2	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	2	3	0		
	Mujer	Nº	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0			
Gerencia		Total	0	28	34	16	1	0	0	2	5	2	0	0	0	6	6	1	0	0	0	36	45	19	1	0	
	Hombre	Nº	0	20	18	11	1	0	0	1	0	0	0	0	0	5	1	0	0	0	21	23	12	1	0		
	Mujer	Nº	0	8	16	5	0	0	0	1	5	2	0	0	0	6	1	0	0	0	15	22	7	0	0		
Jefatura		Total	4	38	17	8	1	0	0	14	8	2	0	0	0	4	0	0	0	4	56	25	10	1	0		
	Hombre	Nº	3	20	11	5	1	0	0	4	3	1	0	0	0	1	0	0	0	3	25	14	6	1	0		
	Mujer	Nº	1	18	6	3	0	0	0	10	5	1	0	0	0	3	0	0	0	1	31	11	4	0	0		
Operario		Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Hombre	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Mujer	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
Fuerza de venta		Total	22	18	3	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	22	22	3	0	0	0		
	Hombre	Nº	9	5	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	9	6	1	0	0	0		
	Mujer	Nº	13	13	2	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	16	2	0	0	0		
Administrativo		Total	3	3	2	2	0	0	0	2	3	1	0	0	3	3	0	0	0	6	8	5	3	0	0		
	Hombre	Nº	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0		
	Mujer	Nº	2	3	2	2	0	0	0	2	2	1	0	0	3	3	0	0	0	5	8	4	3	0	0		
Auxiliar		Total	0	0	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	1	2	1		
	Hombre	Nº	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1		
	Mujer	Nº	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	0	0		
Otros Profesionales		Total	42	197	53	18	3	0	14	13	5	0	0	0	19	28	8	1	0	75	238	66	19	3	0		
	Hombre	Nº	18	99	26	12	1	0	7	5	3	0	0	5	7	2	1	0	0	30	111	31	13	1	0		
	Mujer	Nº	24	98	27	6	2	0	7	8	2	0	0	14	21	6	0	0	0	45	127	35	6	2	0		
Otros técnicos		Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Hombre	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
	Mujer	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0		
TOTAL		Total	71	286	113	48	9	1	14	35	21	5	1	0	22	41	14	3	0	107	362	148	56	10	1		



REGIONAL 2023																										
Dotación por rango de edad y categoría de funciones			CHILE						PERÚ						COLOMBIA						REGIONAL					
			Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años	Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años	Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años	Menos de 30 años	Entre 30 Y 40 años	Entre 41 Y 50 años	Entre 51 Y 60 años	Entre 61 Y 70 años	Más de 70 años
Alta Gerencia		Total	0	2	3	3	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3	4	2	0	
	Hombre	Nº	0	2	2	2	2	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	2	3	2	0	
	Mujer	Nº	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	
Gerencia		Total	0	30	30	14	1	0	0	2	6	2	0	0	7	8	1	0	0	0	39	44	17	1	0	
	Hombre	Nº	0	20	20	8	1	0	0	1	2	0	0	0	0	7	0	0	0	0	21	29	8	1	0	
	Mujer	Nº	0	10	10	6	0	0	0	1	4	2	0	0	7	1	1	0	0	0	18	15	9	0	0	
Jefatura		Total	10	33	16	4	0	0	0	18	5	0	0	0	6	0	0	0	0	10	57	21	4	0	0	
	Hombre	Nº	4	19	9	3	0	0	0	5	1	0	0	0	1	0	0	0	0	4	25	10	3	0	0	
	Mujer	Nº	6	14	7	1	0	0	0	13	4	0	0	0	5	0	0	0	0	6	32	11	1	0	0	
Operario		Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Hombre	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Mujer	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Fuerza de venta		Total	24	21	2	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	24	25	2	0	0	0	
	Hombre	Nº	7	6	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	7	6	2	0	0	0	
	Mujer	Nº	17	15	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	17	19	0	0	0	0	
Administrativo		Total	3	2	2	2	0	0	0	4	0	1	0	0	4	1	0	0	0	7	7	2	3	0	0	
	Hombre	Nº	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	
	Mujer	Nº	2	2	2	2	0	0	0	4	0	1	0	0	4	1	0	0	0	6	7	2	3	0	0	
Auxiliar		Total	0	0	2	0	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	2	1	2	1	
	Hombre	Nº	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	
	Mujer	Nº	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	0	
Otros Profesionales		Total	49	168	55	22	1	0	16	17	4	1	0	0	22	28	9	0	1	0	87	213	68	23	2	0
	Hombre	Nº	19	89	26	14	1	0	8	9	2	1	0	0	7	6	4	0	0	34	104	32	15	1	0	
	Mujer	Nº	30	79	29	8	0	0	8	8	2	0	0	0	15	22	5	0	1	0	53	109	36	8	1	0
Otros técnicos		Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Hombre	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mujer	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		Total	86	256	110	45	6	1	16	45	15	5	0	0	26	42	17	2	1	0	128	343	142	52	7	1

Dotación por antigüedad laboral y categoría de funciones

NOG 461 5.1.4

REGIONAL 2025																						
Dotación por antigüedad laboral y categoría de funciones		CHILE					PERÚ					COLOMBIA					REGIONAL					Total
		Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Más de 6 y menos de 9 años	Más de 9 y menos de 12 años	Más de 12 años	Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Más de 6 y menos de 9 años	Más de 9 y menos de 12 años	Más de 12 años	Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Más de 6 y menos de 9 años	Más de 9 y menos de 12 años	Más de 12 años	Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Más de 6 y menos de 9 años	Más de 9 y menos de 12 años	Más de 12 años	
Alta Gerencia	Total	2	3	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	3	0	0	4	9
	Hombre	1	2			4	0	0	0	0	0						1	2	0	0	4	7
	Mujer	1	1				0	0	0	0	0						1	1	0	0	0	2
Gerencia	Total	37	15	12	10	18	5	1	9	2	0	3	1	6	1	2	45	17	27	13	20	122
	Hombre	23	11	6	4	11	2	0	6	1	0	2	2	2	2	2	27	11	14	5	13	70
	Mujer	14	4	6	6	7	3	1	3	1	0	1	1	4	1	0	18	6	13	8	7	52
Jefatura	Total	21	23	7	3	7	6	5	12	1	0	3	1	2	0	2	30	29	21	4	9	93
	Hombre	10	12	5	1	5	2	4	6	0	0	1	1				13	16	11	1	5	46
	Mujer	11	11	2	2	2	4	1	6	1	0	2	1	2	0	2	17	13	10	3	4	47
Operario	Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Hombre						0	0	0	0	0						0	0	0	0	0	0
	Mujer						0	0	0	0	0						0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	Total	13	13	2	4	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	13	13	2	4	1	33
	Hombre	7	3	2	1		0	0	0	0	0						7	3	2	1	0	13
	Mujer	6	10		3	1	0	0	0	0	0						6	10	0	3	1	20
Administrativo	Total	2	2	1	1	2	4	0	2	2	1	5	0	1	0	0	11	2	4	3	3	23
	Hombre		1				0	0	0	0	0						0	1	0	0	0	1
	Mujer	2	1	1	1	2	4	0	2	2	1	5		1			11	1	4	3	3	22
Auxiliar	Total	2	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	0	1	2	5
	Hombre	1				1	0	0	0	0	0						1	0	0	0	1	2
	Mujer	1			1		0	0	0	0	0					1	1	0	0	1	3	
Otros Profesionales	Total	184	67	36	13	28	55	18	10	1	0	37	14	7	2	1	276	99	53	16	29	473
	Hombre	100	44	9	9	8	20	6	2	0	0	9	3	4	2		129	53	15	11	8	216
	Mujer	84	23	27	4	20	35	12	8	1	0	28	11	3		1	147	46	38	5	21	257
Otros técnicos	Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Hombre	N					0	0	0	0	0						0	0	0	0	0	0
	Mujer	Nº					0	0	0	0	0						0	0	0	0	0	0
TOTAL	Total	261	123	58	32	61	70	24	33	6	1	48	16	16	3	6	379	163	107	41	68	758

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.



REGIONAL 2024																						
Dotación por antigüedad laboral y categoría de funciones		CHILE					PERÚ					COLOMBIA					REGIONAL					Total
		Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Más de 6 y menos de 9 años	Más de 9 y menos de 12 años	Más de 12 años	Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Más de 6 y menos de 9 años	Más de 9 y menos de 12 años	Más de 12 años	Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Más de 6 y menos de 9 años	Más de 9 y menos de 12 años	Más de 12 años	Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Más de 6 y menos de 9 años	Más de 9 y menos de 12 años	Más de 12 años	
Alta Gerencia	Total	1	3	1	1	4	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3	1	1	5	11
	Hombre	Nº	1	2	0	1	4	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	0	1	5	9
	Mujer	Nº	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	2
Gerencia	Total	53	19	6	11	18	3	2	2	1	1	3	3	3	3	1	59	24	11	15	20	129
	Hombre	Nº	45	14	2	6	11	0	0	1	0	2	1	1	1	1	47	15	3	8	12	85
	Mujer	Nº	8	5	4	5	7	3	2	0	1	1	2	2	0	0	12	9	8	7	8	44
Jefatura	Total	25	22	10	3	8	10	9	4	1	0	0	2	0	2	0	35	33	14	6	8	96
	Hombre	Nº	16	13	4	1	6	4	3	1	0	0	1	0	0	0	20	17	5	1	6	49
	Mujer	Nº	9	9	6	2	2	6	6	3	1	0	0	1	0	2	15	16	9	5	2	47
Operario	Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Hombre	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mujer	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	Total	26	10	4	2	1	2	1	1	0	0	0	0	0	0	0	28	11	5	2	1	47
	Hombre	Nº	11	3	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	12	3	0	1	0	16
	Mujer	Nº	15	7	4	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	16	8	5	1	1	31
Administrativo	Total	7	0	0	1	2	3	0	2	0	1	5	0	1	0	0	15	0	3	1	3	22
	Hombre	Nº	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	0	0	0	0	2
	Mujer	Nº	6	0	0	1	2	2	0	1	0	5	0	1	0	0	13	0	3	1	3	20
Auxiliar	Total	0	0	1	1	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	4	6
	Hombre	Nº	0	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
	Mujer	Nº	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	3
Otros Profesionales	Total	169	77	24	15	28	24	4	3	1	0	31	15	5	5	0	224	96	32	21	28	401
	Hombre	Nº	96	32	11	8	9	14	0	0	0	9	2	2	2	0	119	35	13	10	9	186
	Mujer	Nº	73	45	13	7	19	10	3	1	0	22	13	3	3	0	105	61	19	11	19	215
Otros técnicos	Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Hombre	N	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mujer	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		281	131	46	34	64	42	16	12	3	3	39	20	9	10	2	362	167	67	47	69	712

REGIONAL 2023																			
Dotación por antigüedad laboral y categoría de funciones			CHILE				PERÚ				COLOMBIA				REGIONAL				Total
			Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Entre 6 y 12 años	Más de 12 años	Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Entre 6 y 12 años	Más de 12 años	Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Entre 6 y 12 años	Más de 12 años	Menos de 3 años	Entre 3 y 6 años	Entre 6 y 12 años	Más de 12 años	
Alta Gerencia		Total	2	2	2	4	0	0	0	1	0	0	0	0	2	2	2	5	11
	Hombre	Nº	1	1	2	4	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	2	5	9
	Mujer	Nº	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	2
Gerencia		Total	26	18	19	12	5	2	2	1	3	6	7	0	34	26	28	13	101
	Hombre	Nº	19	13	10	7	2	0	1	0	2	2	3	0	23	15	14	7	59
	Mujer	Nº	7	5	9	5	3	2	1	1	1	4	4	0	11	11	14	6	42
Jefatura		Total	27	16	14	6	9	9	5	0	2	2	2	0	38	27	21	6	92
	Hombre	Nº	19	6	5	5	3	0	3	0	0	1	0	0	22	7	8	5	42
	Mujer	Nº	8	10	9	1	6	9	2	0	2	1	2	0	16	20	13	1	50
Operario		Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Hombre	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mujer	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta		Total	30	10	6	1	2	1	1	0	0	0	0	0	32	11	7	1	51
	Hombre	Nº	11	2	2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	11	2	2	0	15
	Mujer	Nº	19	8	4	1	2	1	1	0	0	0	0	0	21	9	5	1	36
Administrativo		Total	6	0	1	2	2	0	2	1	4	1	0	0	12	1	3	3	19
	Hombre	Nº	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
	Mujer	Nº	5	0	1	2	2	0	2	1	4	1	0	0	11	1	3	3	18
Auxiliar		Total	0	0	2	3	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	4	7
	Hombre	Nº	0	0	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	3
	Mujer	Nº	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	1	1	4
Otros Profesionales		Total	172	65	39	19	24	9	5	0	37	14	9	0	233	88	53	19	393
	Hombre	Nº	102	20	19	8	15	3	2	0	8	5	4	0	125	28	25	8	186
	Mujer	Nº	70	45	20	11	9	6	3	0	29	9	5	0	108	60	28	11	207
Otros técnicos		Total	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Hombre	N	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Mujer	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL			263	111	83	47	42	21	15	3	46	23	18	1	351	155	116	51	674



Dotación por situación de discapacidad

NCG 461 5.1.5 / GRI 405-1b.iii

REGIONAL 2025													
Dotación por situación de discapacidad y categoría de funciones		CHILE			PERÚ			COLOMBIA			REGIONAL		
		Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Alta Gerencia	Nº			0	0	0	0			0	0	0	0
Gerencia	Nº			0	0	0	0			0	0	0	0
Jefatura	Nº			0	0	0	0			0	0	0	0
Operario	Nº			0	0	0	0			0	0	0	0
Fuerza de venta	Nº			0	0	0	0			0	0	0	0
Administrativo	Nº	1		1	0	0	0			0	1	0	1
Auxiliar	Nº		1	1	0	0	0			0	0	1	1
Otros Profesionales	Nº	4		4	0	1	1			0	4	1	5
Otros técnicos	Nº			0	0	0	0			0	0	0	0
TOTAL		5	1	6	0	1	1	0	0	0	5	2	7

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.

REGIONAL 2024													
Dotación por situación de discapacidad y categoría de funciones		CHILE			PERÚ			COLOMBIA			REGIONAL		
		Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Alta Gerencia	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gerencia	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jefatura	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Operario	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Administrativo	Nº	1	1	2	0	0	0	0	0	0	1	1	2
Auxiliar	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Profesionales	Nº	5	0	5	0	0	0	0	0	0	5	0	5
Otros técnicos	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		6	1	7	0	0	0	0	0	0	6	1	7

REGIONAL 2023													
Dotación por situación de discapacidad y categoría de funciones		CHILE			PERÚ			COLOMBIA			REGIONAL		
		Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL	Hombres	Mujeres	TOTAL
Alta Gerencia	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gerencia	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jefatura	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Operario	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Administrativo	Nº	3	0	3	0	0	0	0	0	0	3	0	3
Auxiliar	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Profesionales	Nº	3	0	3	1	0	1	0	0	0	4	0	4
Otros técnicos	Nº	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		6	0	6	1	0	1	0	0	0	7	0	7



Formalidad laboral por tipo de contrato

NCG 461 5.2 / GRI 2-7b

REGIONAL 2025								
Formalidad laboral por tipo de contrato	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Plazo indefinido	525	98%	134	100%	88	99%	747	99%
Hombre	276	53%	49	37%	25	28%	350	47%
Mujer	249	47%	85	63%	63	72%	397	53%
Plazo fijo	10	2%	0	0%	1	1%	11	1%
Hombre	5	50%	0	0%		0%	5	45%
Mujer	5	50%	0	0%	1	100%	6	55%
Por obra o faena	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,00%
Hombre		0%	0	0%		0%	0	0%
Mujer		0%	0	0%		0%	0	0%
Honorarios	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Hombre		0%	0	0%		0%	0	0%
Mujer		0%	0	0%		0%	0	0%
TOTAL	535	100%	134	100%	89	100%	758	100%

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.

REGIONAL 2024								
Formalidad laboral por tipo de contrato	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Plazo indefinido	510	97%	76	100%	79	99%	665	97%
Hombre	266	52%	27	36%	22	28%	315	47%
Mujer	244	48%	49	64%	57	72%	350	53%
Plazo fijo	18	3%	0	0%	0	0%	18	3%
Hombre	7	39%	0	0%	0	0%	7	39%
Mujer	11	61%	0	0%	0	0%	11	61%
Por obra o faena	0	0%	0	0%	1	1%	1	0,10%
Hombre	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Mujer	0	0%	0	0%	1	100%	1	100%
Honorarios	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Hombre		0%	0	0%	0	0%	0	0%
Mujer		0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	528	100%	76	100%	80	100%	684	100%

REGIONAL 2023								
Formalidad laboral por tipo de contrato	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Plazo indefinido	485	90%	81	92%	87	99%	653	92%
Hombre	249	51%	30	37%	25	29%	304	47%
Mujer	236	49%	51	63%	62	71%	349	53%
Plazo fijo	19	4%	0	0%	1	1%	20	3%
Hombre	11	58%	0	0%	0	0%	11	55%
Mujer	8	42%	0	0%	1	100%	9	45%
Por obra o faena	0	0%	0	0%	0	0%	0	0,00%
Hombre	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Mujer	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Honorarios	32	6%	7	8%	0	0%	39	5%
Hombre	16	50%	4	57%	0	0%	20	51%
Mujer	16	50%	3	43%	0	0%	19	49%
TOTAL	536	100%	88	100%	88	100%	712	100%



Adaptabilidad laboral

NCG 461 5.3

REGIONAL 2025								
Adaptabilidad laboral	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Jornada ordinaria de trabajo	524	98%	134	100%	89	100%	747	99%
Hombre	274	52%	49	37%	25	28%	348	47%
Mujer	250	48%	85	63%	64	72%	399	53%
Jornada a tiempo parcial	11	2%	0	0%	0	0%	11	1%
Hombre	7	64%	0	0%		0%	7	64%
Mujer	4	36%	0	0%		0%	4	36%
Pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares y con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Hombre		0%	0	0%		0%	0	0%
Mujer		0%	0	0%		0%	0	0%
Teletrabajo parcial	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Hombre		0%	0	0%		0%	0	0%
Mujer		0%	0	0%		0%	0	0%
Teletrabajo completo	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Hombre		0%	0	0%		0%	0	0%
Mujer		0%	0	0%		0%	0	0%

Pie de tabla:

1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.

REGIONAL 2024								
Adaptabilidad laboral	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Jornada ordinaria de trabajo	509	59%	76	58%	80	58%	665	59%
Hombre	264	52%	27	36%	22	28%	313	47%
Mujer	245	48%	49	64%	58	73%	352	53%
Jornada a tiempo parcial	19	2%	0	0%	0	0%	19	2%
Hombre	9	47%	0	0%	0	0%	9	47%
Mujer	10	53%	0	0%	0	0%	10	53%
Pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares y con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Hombre	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Mujer	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Teletrabajo parcial	329	38%	56	42%	57	42%	442	39%
Hombre	170	52%	22	39%	15	26%	207	47%
Mujer	159	48%	34	61%	42	74%	235	53%



REGIONAL 2023								
Adaptabilidad laboral	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Jornada ordinaria de trabajo	481	59%	81	61%	88	100%	650	66%
Hombre	252	52%	30	37%	25	28%	307	47%
Mujer	229	48%	51	63%	63	72%	343	53%
Jornada a tiempo parcial	23	3%	0	0%	0	0%	23	2%
Hombre	8	35%	0	0%	0	0%	8	35%
Mujer	15	65%	0	0%	0	0%	15	65%
Pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares y con bandas de horas para personas que tengan al cuidado niños o niñas de hasta 12 años	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Hombre	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Mujer	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Teletrabajo parcial	314	38%	0	0%	0	0%	314	32%
Hombre	162	52%	0	0%	0	0%	162	52%
Mujer	152	48%	0	0%	0	0%	152	48%



Contratación de nuevos empleados y rotación de personal

GRI 401-1a / GRI 401-1b / MP 5 / MP 6 / MP 13

REGIONAL 2025												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	69	33	22%	11%	16%	8%	8%	107	314	10	69	17
Entre 30 y 40 años	106	110	46%	48%	37%	10%	27%	362	231	51	106	31
Entre 41 y 50 años	35	35	32%	32%	27%	5%	22%	148	109	19	35	7
Entre 51 y 60 años	11	16	26%	37%	32%	6%	26%	56	43	2	11	3
Entre 61 y 70 años	1	6	2%	10%	17%	6%	11%	10	61	1	1	2
Más de 70 años	0	1	0%	0%	200%	0%	200%	1	0	0	0	0
TOTAL	222	201	29%	27%	28%	8%	20%	684	758	83	222	60
Por sexo												
Hombres	96	86	27%	24%	25%	7%	18%	322	355	39	96	24
Mujeres	126	115	31%	29%	30%	9%	21%	362	403	44	126	36
TOTAL	222	201	29%	27%	28%	8%	20%	684	758	83	222	60
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	1	2	11%	22%	20%	10%	10%	11	9	1	1	1
Gerencia	25	25	20%	20%	22%	4%	18%	101	122	17	25	5
Jefatura	12	17	13%	18%	18%	3%	15%	96	93	29	12	3
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	3	13	9%	39%	33%	18%	15%	45	33	2	3	7
Administrativo	8	10	50%	63%	53%	11%	42%	22	16	1	8	2
Auxiliar	2	0	50%	0%	0%	0%	0%	6	4	0	2	0
Otros profesionales	171	134	36%	28%	30%	10%	21%	403	481	33	171	42
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	222	201	29%	27%	28%	8%	20%	684	758	83	222	60
Por nacionalidad												
Argentina	1	2	100%	200%	133%	0%	133%	2	1	0	1	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	2	0	0
Chilena	131	124	26%	25%	25%	7%	18%	491	499	59	131	35
Colombiana	36	29	38%	30%	31%	10%	22%	89	96	11	36	9
Peruana	48	41	35%	29%	37%	12%	25%	81	139	7	48	13
Venezolana	5	4	26%	21%	22%	11%	11%	17	19	4	5	2
Cuba	1	0	100%	0%	0%	0%	0%	2	1	0	1	0
Brasil	0	1	0%	100%	100%	100%	0%	1	1	0	0	1
España	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	1	0	0	0
TOTAL	222	201	29%	27%	28%	8%	20%	684	758	83	222	60

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



CHILE 2025												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	37	18	14%	7%	11%	4%	7%	71	261	8	37	6
Entre 30 y 40 años	71	74	58%	60%	36%	10%	26%	286	123	40	71	21
Entre 41 y 50 años	21	21	36%	36%	25%	7%	18%	113	58	18	21	6
Entre 51 y 60 años	9	13	28%	41%	33%	8%	25%	48	32	2	9	3
Entre 61 y 70 años	1	6	2%	10%	17%	6%	11%	9	61	1	1	2
Más de 70 años	0	1	0%	0%	200%	0%	200%	1	0	0	0	0
TOTAL	139	133	26%	25%	25%	7%	18%	528	535	69	139	38
Por sexo												
Hombres	73	67	26%	24%	24%	6%	18%	273	281	38	73	18
Mujeres	66	66	26%	26%	26%	8%	18%	255	254	31	66	20
TOTAL	139	133	26%	25%	25%	7%	18%	528	535	69	139	38
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	1	2	11%	22%	21%	11%	11%	10	9	1	1	1
Gerencia	19	16	21%	17%	19%	4%	15%	79	92	13	19	3
Jefatura	7	11	11%	18%	17%	5%	12%	68	61	27	7	3
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	3	13	9%	39%	34%	18%	16%	43	33	2	3	7
Administrativo	1	5	13%	63%	56%	11%	44%	10	8	1	1	1
Auxiliar	2	0	50%	0%	0%	0%	0%	5	4	0	2	0
Otros profesionales	106	86	32%	26%	27%	7%	20%	313	328	25	106	23
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	139	133	26%	25%	25%	7%	18%	528	535	69	139	38
Por nacionalidad												
Argentina	1	2	100%	200%	133%	0%	133%	2	1	0	1	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	2	0	0
Chilena	131	124	26%	25%	25%	7%	18%	491	499	59	131	35
Colombiana	0	2	0%	29%	25%	0%	25%	9	7	2	0	0
Peruana	1	0	17%	0%	0%	0%	0%	5	6	2	1	0
Venezolana	5	4	28%	22%	23%	11%	11%	17	18	4	5	2
Cuba	1	0	100%	0%	0%	0%	0%	2	1	0	1	0
Brasil	0	1	0%	100%	100%	100%	0%	1	1	0	0	1
España	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	1	0	0	0
TOTAL	139	133	26%	25%	25%	7%	18%	528	535	69	139	38

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



PERÚ 2025												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	17	10	57%	33%	45%	41%	5%	14	30	1	17	9
Entre 30 y 40 años	21	20	33%	31%	40%	8%	32%	35	64	3	21	4
Entre 41 y 50 años	7	8	21%	24%	30%	0%	30%	21	33	1	7	0
Entre 51 y 60 años	2	3	29%	43%	50%	0%	50%	5	7	0	2	0
Entre 61 y 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	0	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	47	41	35%	31%	39%	12%	27%	76	134	5	47	13
Por sexo												
Hombres	13	12	27%	24%	32%	11%	21%	27	49	1	13	4
Mujeres	34	29	40%	34%	43%	13%	30%	49	85	4	34	9
TOTAL	47	41	35%	31%	39%	12%	27%	76	134	5	47	13
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	0	0	0	0
Gerencia	4	7	24%	41%	54%	15%	38%	9	17	2	4	2
Jefatura	4	4	17%	17%	17%	0%	17%	24	24	2	4	0
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	2	0	0	0	0
Administrativo	3	3	300%	300%	86%	29%	57%	6	1	0	3	1
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Otros profesionales	36	27	39%	29%	43%	16%	27%	34	92	1	36	10
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	47	41	35%	31%	39%	12%	27%	76	134	5	47	13
Por nacionalidad												
Argentina	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Chilena	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Colombiana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Peruana	47	41	35%	31%	39%	12%	27%	76	133	5	47	13
Venezolana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	1	0	0	0
Otra 1 (ingresar)...	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Otra 2 (ingresar)...	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Otra 3 (ingresar)...	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	47	41	35%	31%	39%	12%	27%	76	134	5	47	13

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza. 2) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza. 3) Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



COLOMBIA 2025												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	15	5	65%	22%	22%	9%	13%	22	23	1	15	2
Entre 30 y 40 años	14	16	32%	36%	38%	14%	24%	41	44	8	14	6
Entre 41 y 50 años	7	6	39%	33%	38%	6%	31%	14	18	0	7	1
Entre 51 y 60 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	3	4	0	0	0
Entre 61 y 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	36	27	40%	30%	32%	11%	21%	80	89	9	36	9
Por sexo												
Hombres	10	7	40%	28%	30%	9%	21%	22	25		10	2
Mujeres	26	20	41%	31%	33%	11%	21%	58	64	9	26	7
TOTAL	36	27	40%	30%	32%	11%	21%	80	89	9	36	9
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Gerencia	2	2	15%	15%	15%	0%	15%	13	13	2	2	0
Jefatura	1	2	13%	25%	33%	0%	33%	4	8	0	1	0
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Administrativo	4	2	57%	29%	31%	0%	31%	6	7	0	4	0
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	0	0	0	0
Otros profesionales	29	21	48%	34%	36%	15%	21%	56	61	7	29	9
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	
TOTAL	36	27	40%	30%	32%	11%	21%	80	89	9	36	9
Por nacionalidad												
Argentina	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Chilena	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Colombiana	36	27	40%	30%	32%	11%	21%	80	89	9	36	9
Peruana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Venezolana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Cuba	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Brasil	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
España	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	36	27	40%	30%	32%	11%	21%	80	89	9	36	9

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



REGIONAL 2024												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	48	30	45%	28%	26%	11%	15%	121	107	10	48	13
Entre 30 y 40 años	92	95	25%	26%	27%	13%	14%	349	362	32	92	45
Entre 41 y 50 años	24	30	16%	20%	21%	6%	15%	141	148	15	24	8
Entre 51 y 60 años	5	10	9%	18%	18%	5%	13%	56	56	1	5	3
Entre 61 y 70 años	0	1	0%	10%	12%	0%	12%	7	10	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
TOTAL	169	166	25%	24%	24%	10%	14%	675	684	58	169	69
Por sexo												
Hombres	84	82	26%	25%	26%	10%	16%	317	322	35	84	31
Mujeres	85	84	23%	23%	23%	11%	13%	358	362	23	85	38
TOTAL	169	166	25%	24%	24%	10%	14%	675	684	58	169	69
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	1	0%	9%	9%	0%	9%	12	11	1	0	0
Gerencia	18	22	18%	22%	22%	7%	15%	102	101	11	18	7
Jefatura	12	13	13%	14%	14%	5%	9%	91	96	30	12	5
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	5	0	0	0	0
Fuerza de venta	16	20	36%	44%	42%	15%	27%	51	45	0	16	7
Administrativo	3	1	14%	5%	5%	0%	5%	15	22	1	3	0
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	5	6	0	0	0
Otros profesionales	120	109	30%	27%	27%	13%	15%	394	403	15	120	50
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	169	166	25%	24%	24%	10%	14%	675	684	58	169	69
Por nacionalidad												
Argentina	0	1	0%	50%	40%	40%	0%	3	2	0	0	1
Boliviana	1	1	100%	100%	100%	0%	100%	1	1	1	1	0
Chilena	124	107	25%	22%	22%	9%	13%	470	491	47	124	44
Colombiana	21	26	24%	29%	28%	14%	14%	94	89	2	21	13
Peruana	15	19	19%	23%	23%	10%	13%	84	81	6	15	8
Venezolana	7	11	41%	65%	59%	11%	49%	20	17	2	7	2
Brasilera	1	1	50%	50%	50%	50%	0%	2	2	0	1	1
Española	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
TOTAL	169	166	25%	24%	24%	10%	14%	675	684	58	169	69

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



CHILE 2024												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	38	24	54%	34%	31%	10%	20%	86	71	8	38	8
Entre 30 y 40 años	76	67	27%	23%	25%	12%	13%	256	286	29	76	33
Entre 41 y 50 años	19	23	17%	20%	21%	5%	15%	111	113	13	19	6
Entre 51 y 60 años	4	6	8%	13%	13%	4%	9%	45	48	1	4	2
Entre 61 y 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	6	9	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
TOTAL	137	120	26%	23%	23%	9%	14%	505	528	51	137	49
Por sexo												
Hombres	70	60	26%	22%	22%	9%	13%	261	273	30	70	24
Mujeres	67	60	26%	24%	24%	10%	14%	244	255	21	67	25
TOTAL	137	120	26%	23%	23%	9%	14%	505	528	51	137	49
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	10	10	1	0	0
Gerencia	15	15	19%	19%	19%	8%	12%	76	79	11	15	6
Jefatura	8	8	12%	12%	12%	5%	8%	63	68	26	8	3
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	16	18	37%	42%	40%	13%	27%	47	43	0	16	6
Administrativo	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	9	10	1	0	0
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	5	5	0	0	0
Otros profesionales	98	79	31%	25%	26%	11%	15%	295	313	12	98	34
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	137	120	26%	23%	23%	9%	14%	505	528	51	137	49
Por nacionalidad												
Argentina	0	1	0%	50%	40%	40%	0%	3	2	0	0	1
Boliviana	1	1	100%	100%	100%	0%	100%	1	1	1	1	0
Chilena	124	105	25%	21%	22%	9%	13%	467	491	47	124	44
Colombiana	3	1	33%	11%	13%	13%	0%	7	9	1	3	1
Peruana	1	0	20%	0%	0%	0%	0%	4	5	0	1	0
Venezolana	7	11	41%	65%	59%	11%	49%	20	17	2	7	2
Brasileira	1	1	50%	50%	50%	50%	0%	2	2	0	1	1
Española	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
TOTAL	137	120	26%	23%	23%	9%	14%	505	528	51	137	49

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



PERÚ 2024												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	4	3	29%	21%	20%	13%	7%	16	14	1	4	2
Entre 30 y 40 años	6	11	17%	31%	28%	8%	20%	45	35	3	6	3
Entre 41 y 50 años	3	3	14%	14%	17%	11%	6%	15	21	2	3	2
Entre 51 y 60 años	1	2	20%	40%	40%	20%	20%	5	5	0	1	1
Entre 61 y 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	1	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	14	19	18%	25%	24%	10%	14%	81	76	6	14	8
Por sexo												
Hombres	7	11	26%	41%	39%	11%	28%	30	27	4	7	3
Mujeres	7	8	14%	16%	16%	10%	6%	51	49	2	7	5
TOTAL	14	19	18%	25%	24%	10%	14%	81	76	6	14	8
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
Gerencia	1	2	11%	22%	21%	11%	11%	10	9	0	1	1
Jefatura	4	3	17%	13%	13%	4%	9%	22	24	4	4	1
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	0	2	0%	100%	67%	33%	33%	4	2	0	0	1
Administrativo	1	0	17%	0%	0%	0%	0%	5	6	0	1	0
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Otros profesionales	8	12	24%	35%	33%	14%	19%	39	34	2	8	5
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	14	19	18%	25%	24%	10%	14%	81	76	6	14	8
Por nacionalidad												
Argentina	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Chilena	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	0	0	0	0
Colombiana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Peruana	14	19	18%	25%	24%	10%	14%	80	76	6	14	8
Venezolana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Brasileira	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Española	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	14	19	18%	25%	24%	10%	14%	81	76	6	14	8

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



COLOMBIA 2024												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	6	3	27%	14%	15%	15%	0%	19	22	1	6	3
Entre 30 y 40 años	10	17	24%	41%	38%	20%	18%	48	41	0	10	9
Entre 41 y 50 años	2	4	14%	29%	28%	0%	28%	15	14	0	2	0
Entre 51 y 60 años	0	2	0%	67%	44%	0%	44%	6	3	0	0	0
Entre 61 y 70 años	0	1	0%	0%	200%	0%	200%	1	0	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	18	27	23%	34%	32%	14%	18%	89	80	1	18	12
Por sexo												
Hombres	7	11	32%	50%	46%	17%	29%	26	22	1	7	4
Mujeres	11	16	19%	28%	26%	13%	13%	63	58	0	11	8
TOTAL	18	27	23%	34%	32%	14%	18%	89	80	1	18	12
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	1	0%	0%	200%	0%	200%	1	0	0	0	0
Gerencia	2	5	15%	38%	34%	0%	34%	16	13	0	2	0
Jefatura	0	2	0%	50%	40%	20%	20%	6	4	0	0	1
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	5	0	0	0	0
Fuerza de venta	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Administrativo	2	1	33%	17%	29%	0%	29%	1	6	0	2	0
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	1	0	0	0
Otros profesionales	14	18	25%	32%	31%	19%	12%	60	56	1	14	11
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	18	27	23%	34%	32%	14%	18%	89	80	1	18	12
Por nacionalidad												
Argentina	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Chilena	0	2	0%	0%	200%	0%	200%	2	0	0	0	0
Colombiana	18	25	23%	31%	30%	14%	16%	87	80	1	18	12
Peruana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Venezolana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Brasileira	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Española	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	
TOTAL	18	27	23%	34%	32%	14%	18%	89	80	1	18	12

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



REGIONAL 2023												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	50	46	39%	36%	35%	21%	15%	132	128	15	50	27
Entre 30 y 40 años	64	99	19%	29%	27%	8%	20%	379	343	35	64	28
Entre 41 y 50 años	12	45	8%	32%	28%	11%	18%	174	142	10	12	17
Entre 51 y 60 años	5	14	10%	27%	25%	4%	22%	58	52	0	5	2
Entre 61 y 70 años	0	1	0%	14%	13%	0%	13%	9	7	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	1	0	0	0
TOTAL	131	205	19%	30%	29%	10%	18%	752	673	60	131	74
Por sexo												
Hombres	57	107	18%	34%	32%	13%	19%	356	315	33	57	42
Mujeres	74	98	21%	27%	26%	8%	18%	396	358	27	74	32
TOTAL	131	205	19%	30%	29%	10%	18%	752	673	60	131	74
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	1	3	9%	27%	25%	8%	17%	13	11	0	1	1
Gerencia	14	38	14%	38%	35%	10%	25%	119	101	12	14	11
Jefatura	10	23	11%	25%	21%	7%	14%	128	91	20	10	8
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	19	14	37%	27%	30%	9%	21%	43	51	0	19	4
Administrativo	8	3	42%	16%	17%	17%	0%	17	19	2	8	3
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	6	6	0	0	0
Otros profesionales	78	124	20%	31%	30%	11%	19%	426	394	26	78	47
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	130	205	19%	30%	29%	10%	18%	752	673	60	130	74
Por nacionalidad												
Argentina	0	3	0%	100%	67%	22%	44%	6	3	0	0	1
Boliviana	1	1	100%	100%	100%	0%	100%	1	1	0	1	0
Chilena	82	143	18%	31%	29%	11%	18%	531	468	38	82	53
Colombiana	25	21	27%	22%	23%	8%	15%	90	94	14	25	7
Peruana	16	30	19%	36%	33%	11%	22%	100	84	7	16	10
Venezolana	5	7	25%	35%	33%	14%	19%	22	20	1	5	3
Brasileño	1	0	50%	0%	0%	0%	0%	1	2	0	1	0
Español	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
TOTAL	130	205	19%	30%	29%	10%	18%	752	673	60	130	74

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



CHILE 2023												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	37	39	43%	45%	43%	24%	19%	96	86	8	37	22
Entre 30 y 40 años	41	73	16%	29%	27%	8%	18%	286	256	26	41	23
Entre 41 y 50 años	10	32	9%	29%	27%	9%	17%	131	110	9	10	11
Entre 51 y 60 años	4	9	9%	20%	20%	4%	15%	46	45	0	4	2
Entre 61 y 70 años	0	1	0%	17%	14%	0%	14%	8	6	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	1	0	0	0
TOTAL	92	154	18%	31%	29%	11%	18%	567	504	43	92	58
Por sexo												
Hombres	47	79	18%	30%	29%	13%	16%	280	260	25	47	35
Mujeres	45	75	18%	31%	28%	9%	20%	287	244	18	45	23
TOTAL	92	154	18%	31%	29%	11%	18%	567	504	43	92	58
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	1	2	10%	20%	19%	10%	10%	11	10	0	1	1
Gerencia	11	28	15%	37%	35%	10%	25%	86	75	9	11	8
Jefatura	5	13	8%	21%	17%	8%	9%	90	63	15	5	6
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	17	12	36%	26%	27%	7%	20%	43	47	0	17	3
Administrativo	4	1	44%	11%	13%	13%	0%	7	9	2	4	1
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	5	5	0	0	0
Otros profesionales	54	98	18%	33%	32%	13%	19%	325	295	17	54	39
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	92	154	18%	31%	29%	11%	18%	567	504	43	92	58
Por nacionalidad												
Argentina	0	3	0%	100%	67%	22%	44%	6	3	0	0	1
Boliviana	1	1	100%	100%	100%	0%	100%	1	1	0	1	0
Chilena	82	142	18%	30%	29%	11%	18%	527	466	38	82	53
Colombiana	1	1	14%	14%	14%	14%	0%	7	7	3	1	1
Peruana	2	0	50%	0%	0%	0%	0%	2	4	1	2	0
Venezolana	5	7	25%	35%	33%	14%	19%	22	20	1	5	3
Brasileño	1	0	50%	0%	0%	0%	0%	1	2	0	1	0
Español	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
TOTAL	92	154	18%	31%	29%	11%	18%	567	504	43	92	58

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



PERÚ 2023												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	4	2	25%	13%	14%	7%	7%	13	16	2	4	1
Entre 30 y 40 años	9	14	20%	31%	29%	8%	20%	53	45	4	9	4
Entre 41 y 50 años	1	11	7%	73%	55%	25%	30%	25	15	0	1	5
Entre 51 y 60 años	1	4	20%	80%	57%	0%	57%	9	5	0	1	0
Entre 61 y 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	15	31	19%	38%	34%	11%	23%	100	81	6	15	10
Por sexo												
Hombres	5	17	17%	57%	46%	11%	35%	44	30	3	5	4
Mujeres	10	14	20%	27%	26%	11%	15%	56	51	3	10	6
TOTAL	15	31	19%	38%	34%	11%	23%	100	81	6	15	10
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	1	0%	100%	100%	0%	100%	1	1	0	0	0
Gerencia	1	6	10%	60%	46%	23%	23%	16	10	2	1	3
Jefatura	4	8	18%	36%	30%	8%	23%	31	22	1	4	2
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	2	2	50%	50%	100%	50%	50%	0	4	0	2	1
Administrativo	1	1	20%	20%	22%	22%	0%	4	5	0	1	1
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Otros profesionales	6	13	15%	33%	30%	7%	23%	48	39	3	6	3
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	14	31	17%	38%	34%	11%	23%	100	81	6	14	10
Por nacionalidad												
Argentina	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Chilena	0	1	0%	100%	67%	0%	67%	2	1	0	0	0
Colombiana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Peruana	14	30	18%	38%	34%	11%	22%	98	80	6	14	10
Venezolana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Brasileño	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Español	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	14	31	17%	38%	34%	11%	23%	100	81	6	14	10

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



COLOMBIA 2023												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	9	5	35%	19%	20%	16%	4%	23	26	5	9	4
Entre 30 y 40 años	14	12	33%	29%	29%	2%	27%	40	42	5	14	1
Entre 41 y 50 años	1	2	6%	12%	11%	6%	6%	18	17	1	1	1
Entre 51 y 60 años	0	1	0%	50%	40%	0%	40%	3	2	0	0	0
Entre 61 y 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	24	20	27%	23%	23%	7%	16%	85	88	11	24	6
Por sexo												
Hombres	5	11	20%	44%	39%	11%	28%	32	25	5	5	3
Mujeres	19	9	30%	14%	16%	5%	10%	53	63	6	19	3
TOTAL	24	20	27%	23%	23%	7%	16%	85	88	11	24	6
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	0	0	0	0
Gerencia	2	4	13%	25%	24%	0%	24%	17	16	1	2	0
Jefatura	1	2	17%	33%	31%	0%	31%	7	6	4	1	0
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Administrativo	3	1	60%	20%	18%	18%	0%	6	5	0	3	1
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
Otros Profesionales	18	13	30%	22%	23%	9%	14%	53	60	6	18	5
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	24	20	27%	23%	23%	7%	16%	85	88	11	24	6
Por nacionalidad												
Argentina	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Chilena	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	2	1	0	0	0
Colombiana	24	20	28%	23%	24%	7%	16%	83	87	11	24	6
Peruana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Venezolana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Brasileño	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Español	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	24	20	27%	23%	23%	7%	16%	85	88	11	24	6

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



REGIONAL 2022												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	55	33	46%	28%	30%	17%	13%	101	120	16	55	19
Entre 30 y 40 años	118	82	29%	20%	21%	14%	7%	377	408	31	118	55
Entre 41 y 50 años	33	36	20%	21%	21%	8%	13%	174	169	7	33	13
Entre 51 y 60 años	1	22	2%	39%	37%	3%	34%	63	56	1	1	2
Entre 61 y 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	8	8	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	207	173	27%	23%	23%	12%	11%	723	761	55	207	89
Por sexo												
Hombres	115	87	31%	23%	25%	11%	14%	330	371	20	115	39
Mujeres	92	86	24%	22%	22%	13%	9%	393	390	35	92	50
TOTAL	207	173	27%	23%	23%	12%	11%	723	761	55	207	89
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	1	0%	8%	8%	0%	8%	13	13	0	0	0
Gerencia	19	20	16%	17%	17%	3%	13%	118	121	11	19	4
Jefatura	15	15	17%	17%	18%	7%	11%	77	90	24	15	6
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	15	12	31%	25%	26%	9%	18%	43	48	1	15	4
Administrativo	5	2	24%	10%	10%	5%	5%	19	21	3	5	1
Auxiliar	0	1	0%	14%	13%	0%	13%	9	7	0	0	0
Otros Profesionales	153	122	33%	26%	27%	16%	11%	444	461	16	153	74
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	207	173	27%	23%	23%	12%	11%	723	761	55	207	89
Por nacionalidad												
Argentina	1	0	17%	0%	0%	0%	0%	6	6	0	1	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
Chilena	149	132	28%	25%	25%	12%	13%	505	535	30	149	62
Colombiana	23	20	25%	22%	22%	12%	10%	91	93	10	23	11
Peruana	23	17	23%	17%	17%	14%	3%	101	102	14	23	14
Venezolana	10	4	45%	18%	20%	10%	10%	18	22	1	10	2
Brasileño	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
Español	1	0	100%	0%	0%	0%	0%	0	1	0	1	0
TOTAL	207	173	27%	23%	23%	12%	11%	723	761	55	207	89

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



CHILE 2022												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	43	17	51%	20%	25%	14%	10%	54	84	9	43	10
Entre 30 y 40 años	97	67	31%	21%	22%	14%	8%	289	315	18	97	43
Entre 41 y 50 años	24	29	20%	24%	23%	7%	16%	130	123	5	24	9
Entre 51 y 60 años	1	12	2%	28%	24%	4%	20%	55	43	1	1	2
Entre 61 y 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	8	8	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	165	125	29%	22%	23%	12%	11%	536	573	33	165	64
Por sexo												
Hombres	95	64	32%	22%	23%	12%	12%	257	294	13	95	32
Mujeres	70	61	25%	22%	22%	11%	10%	279	279	20	70	32
TOTAL	165	125	29%	22%	23%	12%	11%	536	573	33	165	64
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	1	0%	9%	9%	0%	9%	11	11	0	0	0
Gerencia	15	13	17%	15%	15%	3%	12%	85	87	8	15	3
Jefatura	10	9	17%	15%	17%	6%	11%	50	59	18	10	3
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	15	12	34%	27%	29%	10%	19%	39	44	0	15	4
Administrativo	3	1	33%	11%	12%	12%	0%	8	9	3	3	1
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	5	5	0	0	0
Otros Profesionales	122	89	34%	25%	26%	15%	10%	338	358	4	122	53
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	165	125	29%	22%	23%	12%	11%	536	573	33	165	64
Por nacionalidad												
Argentina	1	0	17%	0%	0%	0%	0%	6	6	0	1	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
Chilena	149	120	28%	23%	23%	12%	11%	503	533	30	149	62
Colombiana	3	2	43%	29%	31%	0%	31%	6	7	0	3	0
Peruana	1	0	50%	0%	0%	0%	0%	2	2	2	1	0
Venezolana	10	3	45%	14%	15%	10%	5%	17	22	1	10	2
Brasileño	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
Español	1	0	100%	0%	0%	0%	0%	0	1	0	1	0
TOTAL	165	125	29%	22%	23%	12%	11%	536	573	33	165	64

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



PERÚ 2022												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	5	12	38%	92%	73%	36%	36%	20	13	3	5	6
Entre 30 y 40 años	10	6	19%	11%	12%	12%	0%	51	53	9	10	6
Entre 41 y 50 años	7	2	28%	8%	8%	8%	0%	24	25	0	7	2
Entre 51 y 60 años	0	9	0%	100%	138%	0%	138%	4	9	0	0	0
Entre 61 y 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	22	29	22%	29%	29%	14%	15%	99	100	12	22	14
Por sexo												
Hombres	12	17	28%	40%	41%	7%	34%	39	43	5	12	3
Mujeres	10	12	18%	21%	21%	19%	2%	60	57	7	10	11
TOTAL	22	29	22%	29%	29%	14%	15%	99	100	12	22	14
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
Gerencia	3	6	19%	38%	36%	6%	30%	17	16	1	3	1
Jefatura	4	6	15%	23%	24%	12%	12%	23	26	5	4	3
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	4	4	1	0	0
Administrativo	1	1	17%	17%	18%	0%	18%	5	6	0	1	0
Auxiliar	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Otros Profesionales	14	16	30%	34%	33%	21%	13%	49	47	5	14	10
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	22	29	22%	29%	29%	14%	15%	99	100	12	22	14
Por nacionalidad												
Argentina	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Chilena	0	12	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Colombiana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Peruana	22	17	22%	17%	17%	14%	3%	99	100	12	22	14
Venezolana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Brasileño	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Español	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	22	29	22%	29%	29%	14%	15%	99	100	12	22	14

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



COLOMBIA 2022												
Contratación de nuevos empleados y rotación de personal	Nº total de nuevas contrataciones de empleados	Nº total de egresos	Tasa de Contratación (Nº de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Nº de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación voluntaria [Número de egresos voluntarios / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100	Tasa de rotación involuntaria [Tasa de rotación - Tasa de rotación voluntaria]	Nº trabajadores al 1 de enero	Nº trabajadores al 31 de diciembre	Nº de nuevas contrataciones internas	Nº de nuevas contrataciones externas	Nº de egresos voluntarios
Por edad												
Menos de 30 años	7	4	30%	17%	16%	12%	4%	27	23	4	7	3
Entre 30 y 40 años	11	9	28%	23%	23%	16%	8%	37	40	4	11	6
Entre 41 y 50 años	2	5	10%	24%	24%	10%	15%	20	21	2	2	2
Entre 51 y 60 años	0	1	0%	25%	25%	0%	25%	4	4	0	0	0
Entre 61 y 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Más de 70 años	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	20	19	23%	22%	22%	13%	9%	88	88	10	20	11
Por sexo												
Hombres	8	6	24%	18%	18%	12%	6%	34	34	2	8	4
Mujeres	12	13	22%	24%	24%	13%	11%	54	54	8	12	7
TOTAL	20	19	23%	22%	22%	13%	9%	88	88	10	20	11
Por categoría laboral												
Alta Gerencia	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	1	1	0	0	0
Gerencia	1	1	6%	6%	6%	0%	6%	16	18	2	1	0
Jefatura	1	0	20%	0%	0%	0%	0%	4	5	1	1	0
Operario	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Administrativo	1	0	17%	0%	0%	0%	0%	6	6	0	1	0
Auxiliar	0	1	0%	50%	33%	0%	33%	4	2	0	0	0
Otros Profesionales	17	17	30%	30%	30%	19%	11%	57	56	7	17	11
Otros técnicos	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	20	19	23%	22%	22%	13%	9%	88	88	10	20	11
Por nacionalidad												
Argentina	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Boliviana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Chilena	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	2	2	0	0	0
Colombiana	20	18	23%	21%	21%	13%	8%	85	86	10	20	11
Peruana	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Venezolana	0	1	0%	0%	200%	0%	200%	1	0	0	0	0
Brasileño	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
Español	0	0	0%	0%	0%	0%	0%	0	0	0	0	0
TOTAL	20	19	23%	22%	22%	13%	9%	88	88	10	20	11

Pie de tabla: Las contrataciones están calculadas sobre el promedio anual.



Movilidad interna

MP 13

REGIONAL	CHILE				PERÚ				COLOMBIA				REGIONAL			
Movilidad interna	2025	2024	2023	2022	2025	2024	2023	2022	2025	2024	2023	2022	2025	2024	2023	2022
Nº de vacantes	291	203	181	191	49	26	21	36	39	23	35	30	379	252	237	257
Nº de vacantes cubiertas por candidatos internos	69	71	65	47	5	6	6	0	9	1	11	10	83	78	82	57
% de puestos vacantes cubiertos por candidatos internos	23,70%	35,00%	35,90%	24,60%	10,20%	23,10%	28,60%	0,00%	23,10%	4%	31,40%	33,30%	21,90%	31,00%	34,60%	22,20%
Costo promedio de contratación / FTE (Moneda local)	\$1.485.692	\$1.647.647	\$1.335.652	\$618.874	\$8.355,55	\$1.495,69	\$2.911,31	\$3.016,08	\$1.712.548,63	3.402.659	\$3.305.862	\$3.140.924	N/A	N/A	N/A	N/A
Costo promedio de contratación / FTE (CLP)	\$1.485.692	\$1.647.647	\$1.335.652	\$618.874	\$1.992.476,22	\$395.331,40	\$769.497,07	\$797.189,15	\$411.026	769.983	748.079	710.756	\$3.889.194	\$2.812.962	\$2.853.228	\$2.126.819

Pie de tabla:
1) En el cálculo se consideraron como costos de contratación: remuneración promedio de equipo de atracción de talento, evaluaciones psicolaboradores externalizadas, procesos externalizados con consultora Head Hunter, Linkedin, portales de empleo y ATS. Se divide por el total de colaboradores que ingresaron externamente durante 2025.
2) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.
3) N/A: No aplica.
4) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Compromiso de los trabajadores

REGIONAL				
Compromiso de los trabajadores	2025	2024	2023	2022
% de empleados con el nivel más alto de compromiso, satisfacción, bienestar o puntuación neta de promotor de empleados (eNPS)	0,37	0,47	0,34	0,4
Encuesta ESG colaboradores(Overall)	S/I	85%	85%	87%
Encuesta Cultura (Engagement)	75%	77%	74%	77%
% de empleados que contestaron la encuesta	93%	90%	89%	86%

CHILE				
Compromiso de los trabajadores	2025	2024	2023	2022
% de empleados con el nivel más alto de compromiso, satisfacción, bienestar o puntuación neta de promotor de empleados (eNPS)	0,33	0,41	0,29	0,35
Encuesta ESG colaboradores(Overall)	S/I	85%	84%	86%
Encuesta Cultura (Engagement)	72%	76%	72%	75%
% de empleados que contestaron la encuesta	92%	89%	89%	86%

PERÚ				
Compromiso de los trabajadores	2025	2024	2023	2022
% de empleados con el nivel más alto de compromiso, satisfacción, bienestar o puntuación neta de promotor de empleados (eNPS)	0,34	0,56	0,35	0,49
Encuesta ESG colaboradores(Overall)	S/I	85%	85%	90%
Encuesta Cultura (Engagement)	80%	82%	76%	81%
% de empleados que contestaron la encuesta	98%	93%	90%	89%

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.

COLOMBIA				
Compromiso de los trabajadores	2025	2024	2023	2022
% de empleados con el nivel más alto de compromiso, satisfacción, bienestar o puntuación neta de promotor de empleados (eNPS)	0,65	0,71	0,62	0,61
Encuesta ESG colaboradores(Overall)	S/I	87%	87%	86%
Encuesta Cultura (Engagement)	86%	84%	80%	82%
% de empleados que contestaron la encuesta	94%	95%	91%	84%



Recursos monetarios destinados a educación y desarrollo profesional de trabajadores

NCG 461 - 5.8.i

Recursos monetarios destinados a educación y desarrollo profesional a trabajadores	CHILE			PERÚ			COLOMBIA			REGIONAL		
	2025	2024	2023	2025	2024	2023	2025	2024	2023	2025	2024	2023
Monto total de recursos monetarios destinados a educación y desarrollo profesional (Moneda local)	\$341.380.000	\$228.426.039	\$255.999.787	\$63.141	\$114.222	\$105.767	\$103.667.000	\$169.797.294	\$143.603.833	N/A	N/A	N/A
Monto total de recursos monetarios destinados a educación y desarrollo profesional (CLP)	\$341.380.000	\$228.426.039	\$255.999.787	\$16.276.557	\$29.535.525	\$27.349.231	\$75.276.041	\$37.355.405	\$31.592.843	\$357.656.557	\$295.316.968	\$314.941.861
Ingreso anual total de actividades ordinarias de la entidad (Moneda local)	\$469.964.422.000	\$428.322.216.000	\$381.694.402.000	\$449.482.116	\$52.596.426	\$7147.848	\$260.945.629.167	\$239.413.945.455	\$165.270.513.636	N/A	N/A	N/A
Ingreso anual total de actividades ordinarias de la entidad (CLP)	\$469.964.422.000	\$428.322.216.000	\$381.694.402.000	\$121.319.718.000	\$13.611.955.000	\$1.849.863.000	\$62.626.951.000	\$52.671.068.000	\$36.359.513.000	\$653.911.091.000	\$494.605.239.000	\$419.903.778.000
% que representan del ingreso anual total de actividades ordinarias de la entidad	0,07%	0,05%	0,07%	0,01%	0,22%	1,48%	0,00%	0,07%	0,09%	0,06%	0,06%	0,08%

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.
2) N/A: No aplica

Total del personal que representa el personal capacitado en relación a la dotación total

NCG 461 - 5.8.ii

Total del personal que representa el personal capacitado en relación a la dotación total	2025		2024		2023	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Chile	518	96,80%	518	98,10%	495	98,20%
Perú	120	89,60%	76	100,00%	80	98,80%
Colombia	89	100,00%	80	100,00%	85	96,60%
Regional	727	95,90%	674	98,50%	660	98,10%

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.



Personal capacitado y horas de formación

NOG 461 - 5.8.ii / NOG 461 - 5.8.iii / GRI 404-1

REGIONAL 2025																	
Personal capacitado y horas de formación	Género	CHILE				PERÚ				COLOMBIA				TOTAL			
		Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total	Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total	Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total	Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total
Alta Gerencia	Hombre	8	60,8	7,6	114,3%	0	0	0	0,0%	1	13,5	13,5	0,0%	9	74,3	8,3	128,6%
	Mujer	2	13	6,5	257,1%	0	0	0	0,0%	0		0	0,0%	2	13	6,5	100,0%
Gerencia	Hombre	49	427,2	8,7	89,1%	9	113,8	12,6	100,0%	5	45,4	9,1	83,3%	63	586,4	9,3	90,0%
	Mujer	28	269,5	9,6	4683,6%	8	113,5	14,2	100,0%	7	49,5	7,1	100,0%	43	432,5	10,1	82,7%
Jefatura	Hombre	39	696,8	17,9	118,2%	12	88,8	7,4	100,0%	0		0	0,0%	51	785,6	15,4	110,9%
	Mujer	28	229,7	8,2	5175,8%	16	211	13,2	133,3%	4	26,5	6,6	57,1%	48	467,2	9,7	102,1%
Operario	Hombre	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	N/A		0	0,0%	0	0	0	0,0%
	Mujer	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	N/A		0	0,0%	0	0	0	0,0%
Fuerza de venta	Hombre	15	97,5	6,5	115,4%	0	0	0	0,0%	N/A		0	0,0%	15	97,5	6,5	115,4%
	Mujer	27	275,5	10,2	6853,8%	0	0	0	0,0%	N/A		0	0,0%	27	275,5	10,2	135,0%
Administrativo	Hombre	1	26,6	26,6	100,0%	0	0	0	0,0%	0		0	0,0%	1	26,6	26,6	100,0%
	Mujer	9	166,6	18,5	7200,0%	15	31,5	2,1	166,7%	7	228	0	0,0%	31	426,1	13,7	140,9%
Auxiliar	Hombre	3	10,6	3,5	150,0%	0	0	0	0,0%	0		0	0,0%	3	10,6	3,5	150,0%
	Mujer	2	8,3	4,2	400,0%	0	0	0	0,0%	0		0	0,0%	2	8,3	4,2	66,7%
Otros profesionales	Hombre	152	1.657,90	10,9	89,4%	23	80	3,5	82,1%	18	280,4	15,6	100,0%	193	2.018	10,5	89,4%
	Mujer	155	1.814,00	11,7	29905,9%	44	216,3	4,9	78,6%	46	201	4,4	107,0%	245	2.231	9,1	95,3%
Otros técnicos	Hombre	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	1	5	5	0,0%	1	5	5	0,0%
	Mujer	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	0		0	0,0%	0	0	0	0,0%
Total		518	5.754,00	11,1	96,8%	127	854,9	6,7	94,8%	89	849,3	9,5	100,0%	734	7.458,20	10,2	96,8%

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.
2) N/A: No aplica



REGIONAL 2024																	
Personal capacitado y horas de formación	Género	CHILE				PERÚ				COLOMBIA				TOTAL			
		Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total	Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total	Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total	Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total
Alta Gerencia	Hombre	8	50,8	6,4	100,0%	1	5,3	5,3	100,0%	0	0	0	0,0%	9	56,1	6,2	100,0%
	Mujer	2	13	6,5	100,0%	0	0	0	0,0%	0	0	0	0,0%	2	13	6,5	100,0%
Gerencia	Hombre	49	427,2	8,7	98,0%	1	10,1	10,1	100,0%	6	34,3	5,7	100,0%	56	471,6	8,4	98,2%
	Mujer	28	269,5	9,6	96,6%	8	148,3	18,5	100,0%	7	46,3	6,6	100,0%	43	464,1	10,8	97,7%
Jefatura	Hombre	39	696,8	17,9	97,5%	8	223,5	27,9	100,0%	1	8,3	8,3	100,0%	48	928,6	19,3	98,0%
	Mujer	28	229,7	8,2	100,0%	16	193,6	12,1	100,0%	3	17,3	5,8	100,0%	47	440,6	9,4	100,0%
Operario	Hombre	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%
	Mujer	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%
Fuerza de venta	Hombre	15	97,5	6,5	100,0%	1	9,8	9,8	100,0%	0	0	0	0,0%	16	107,3	6,7	100,0%
	Mujer	27	275,5	10,2	96,4%	3	126,6	42,2	100,0%	0	0	0	0,0%	30	402,1	13,4	96,8%
Administrativo	Hombre	1	26,6	26,6	100,0%	1	2,7	2,7	100,0%	0	0	0	0,0%	2	29,3	14,7	100,0%
	Mujer	9	166,6	18,5	100,0%	5	66,1	13,2	100,0%	6	227,5	37,9	100,0%	20	460,2	23	100,0%
Auxiliar	Hombre	3	10,6	3,5	100,0%	0	0	0	0,0%	0	0	0	0,0%	3	10,6	3,5	100,0%
	Mujer	2	8,3	4,2	100,0%	0	0	0	0,0%	1	2	2	100,0%	3	10,3	3,4	100,0%
Otros profesionales	Hombre	152	1.657,90	10,9	97,4%	15	204,7	13,6	100,0%	15	531,4	35,4	100,0%	182	2.394	13,2	97,8%
	Mujer	155	1.814,00	11,7	98,7%	17	278,2	16,4	100,0%	41	719,9	17,6	100,0%	213	2.812	13,2	99,1%
Otros técnicos	Hombre	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%
	Mujer	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%
Total		518	5.744,00	11,1	98,1%	76	1268,9	16,7	100,0%	80	1587	19,8	100,0%	674	8.599,90	12,8	98,5%

Pie de tabla:
1) N/A: No aplica

REGIONAL 2023																	
Personal capacitado y horas de formación	Género	CHILE				PERÚ				COLOMBIA				TOTAL			
		Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total	Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total	Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total	Nº total de personal capacitado	Nº de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación	% del personal capacitado respecto a la dotación total
Alta Gerencia	Hombre	8	34,7	4,3	100,0%	1	10,4	10,4	100,0%	N/A	N/A	0	0,0%	9	45	5	100,0%
	Mujer	2	8	4	100,0%	0	0	0	0,0%	N/A	N/A	0	0,0%	2	8	4	100,0%
Gerencia	Hombre	47	217,4	4,6	95,9%	2	23	11,5	66,7%	7	18,9	2,7	100,0%	56	259	4,6	94,9%
	Mujer	23	111,5	4,8	88,5%	7	67,8	9,7	100,0%	9	45,1	5	100,0%	39	224	5,8	92,9%
Jefatura	Hombre	37	270,8	7,3	105,7%	3	6,3	2,1	50,0%	1	1,9	1,9	100,0%	41	279	6,8	97,6%
	Mujer	32	135,4	4,2	114,3%	4	15,3	3,8	23,5%	8	23,2	2,9	160,0%	44	174	4	88,0%
Operario	Hombre	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%
	Mujer	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%
Fuerza de venta	Hombre	11	82,4	7,5	73,3%	1	10,1	10,1	0,0%	N/A	N/A	0	0,0%	12	93	7,7	80,0%
	Mujer	24	184,5	7,7	75,0%	4	10,1	2,5	100,0%	3	30,2	10,1	0,0%	31	225	7,3	86,1%
Administrativo	Hombre	2	7	3,5	200,0%	0	0	0	0,0%	0	0	0	0,0%	2	7	3,5	200,0%
	Mujer	7	30,2	4,3	87,5%	5	52,5	10,5	100,0%	5	19	3,8	100,0%	17	102	6	94,4%
Auxiliar	Hombre	3	11,9	4	100,0%	0	0	0	0,0%	0	0	0	0,0%	3	12	4	100,0%
	Mujer	2	7	3,5	100,0%	0	0	0	0,0%	1	1	1	100,0%	3	8	2,7	100,0%
Otros profesionales	Hombre	148	1.323,60	8,9	99,3%	23	172,1	7,5	115,0%	17	190,2	11,2	100,0%	188	1.686	9	101,1%
	Mujer	149	1.048,70	7	102,1%	30	165,9	5,5	166,7%	34	236,8	7	79,1%	213	1.451	6,8	102,9%
Otros técnicos	Hombre	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%
	Mujer	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%	N/A	N/A	0	0,0%	0	0	0	0,0%
Total		495	3.473,10	7	98,2%	80	533,6	6,7	98,8%	85	566,1	6,7	96,6%	660	4.572,80	6,9	98,1%

Pie de tabla:
1) N/A: No aplica



Beneficios

NCG 461 - 5.8 / GRI 401-2a.i / GRI 401-2a.ii / GRI 401-2a.iii / GRI 401-2a.iv / GRI 401-2a.v / GRI 401-2a.vi / GRI 401-2a.vii

CHILE								
Beneficios que correspondan a asignaciones que no formen parte del salario bruto de las personas trabajadoras en la compañía, por tipo de vínculo laboral. Indique con un SI/NO, cuando aplique:	2025				2024			
	Plazo indefinido	Plazo fijo	Obra o faena	Honorarios	Plazo indefinido	Plazo fijo	Obra o faena	Honorarios
Programa “Yo Elijo”: días libres adicionales (de libre disposición)	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Salida anticipada todos los viernes del año	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Salida anticipada en vísperas de festivos	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Días libres por fallecimiento de cónyuge, hijo/a, madre/padre, hermano/a.	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Días libres por matrimonio y Acuerdo de Unión Civil	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Trabajo híbrido	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Chequeos médicos	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Charlas y talleres	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Programa de vacunación contra influenza	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Promoción de actividades saludables, deportivas y recreativas (dentro y fuera del lugar de trabajo)	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Bienestar integral y salud mental: Promoción de iniciativas enfocadas al bienestar de los trabajadores con foco en la gestión del estrés y pausas activas en el lugar de Trabajo	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Seguros complementarios de salud y dental	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Bono anual por gestión del desempeño	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO
Bono vacaciones	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO
Convenios y descuentos (médicos y dentales, entre otros)	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO
Regalos de Navidad para los hijos menores de 12 años	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Becas de financiamiento de estudios	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO
Aniversario Mallplaza, Fiestas Patrias, entre otros	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Regalos y reconocimientos en fechas especiales	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Programa de Becas	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO
Seguro de vida	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Cobertura por incapacidad e invalidez	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Parental leave (permiso postnatal)	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
Previsión para la jubilación	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Participación accionarial	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO



PERÚ								
Beneficios que correspondan a asignaciones que no formen parte del salario bruto de las personas trabajadoras en la compañía, por tipo de vínculo laboral. Indique con un SI/NO, cuando aplique:	2025				2024			
	Plazo indefinido	Plazo fijo	Obra o faena	Honorarios	Plazo indefinido	Plazo fijo	Obra o faena	Honorarios
Programa “Yo Elijo”: días libres adicionales (de libre disposición)	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Salida anticipada todos los viernes del año	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Salida anticipada en vísperas de festivos	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Días libres por fallecimiento de cónyuge, hijo/a, madre/padre, hermano/a.	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Días libres por matrimonio y Acuerdo de Unión Civil	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Trabajo híbrido	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Chequeos médicos	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Charlas y talleres	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Programa de vacunación contra influenza	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Promoción de actividades saludables, deportivas y recreativas (dentro y fuera del lugar de trabajo)	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Bienestar integral y salud mental: Promoción de iniciativas enfocadas al bienestar de los trabajadores con foco en la gestión del estrés y pausas activas en el lugar de Trabajo	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Seguros complementarios de salud y dental	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Bono anual por gestión del desempeño	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Bono vacaciones	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Convenios y descuentos (médicos y dentales, entre otros)	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Regalos de Navidad para los hijos menores de 12 años	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Becas de financiamiento de estudios	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Aniversario Mallplaza, Fiestas Patrias, entre otros	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Regalos y reconocimientos en fechas especiales	NO	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Programa de Becas	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Seguro de vida	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Cobertura por incapacidad e invalidez	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Parental leave (permiso postnatal)	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Previsión para la jubilación	SI	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I
Participación accionarial	NO	NO	NO	NO	S/I	S/I	S/I	S/I

Pie de tabla:

1) S/I: Sin información



COLOMBIA								
Beneficios que correspondan a asignaciones que no formen parte del salario bruto de las personas trabajadoras en la compañía, por tipo de vínculo laboral. Indique con un SI/NO, cuando aplique:	2025				2024			
	Plazo indefinido	Plazo fijo	Obra o faena	Honorarios	Plazo indefinido	Plazo fijo	Obra o faena	Honorarios
Programa "Yo Elijo": días libres adicionales (de libre disposición)	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Salida anticipada todos los viernes del año	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Salida anticipada en vísperas de festivos	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Días libres por fallecimiento de cónyuge, hijo/a, madre/padre, hermano/a.	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Días libres por matrimonio y Acuerdo de Unión Civil	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Trabajo híbrido	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Chequeos médicos	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Charlas y talleres	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Programa de vacunación contra influenza	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Promoción de actividades saludables, deportivas y recreativas (dentro y fuera del lugar de trabajo)	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Bienestar integral y salud mental: Promoción de iniciativas enfocadas al bienestar de los trabajadores con foco en la gestión del estrés y pausas activas en el lugar de Trabajo	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Seguros complementarios de salud y dental	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO
Bono anual por gestión del desempeño	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO
Bono vacaciones	SI	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Convenios y descuentos (médicos y dentales, entre otros)	SI	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Regalos de Navidad para los hijos menores de 12 años	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Becas de financiamiento de estudios	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO
Aniversario Mallplaza, Fiestas Patrias, entre otros	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Regalos y reconocimientos en fechas especiales	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Programa de Becas	SI	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO
Seguro de vida	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Cobertura por incapacidad e invalidez	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Parental leave (permiso postnatal)	SI	SI	SI	NO	SI	SI	SI	NO
Previsión para la jubilación	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
Participación accionarial	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO

Personal cubierto por prestaciones no retributivas

Personal cubierto por prestaciones no retributivas, incluyendo: pensión, planes de jubilación, vivienda, seguro colectivo, protección de ingresos por discapacidad y reembolso de matrícula/certificación:	REGIONAL		CHILE		PERÚ		COLOMBIA	
	2025	2024	2025	2024	2025	2024	2025	2024
Nº de trabajadores cubierto por prestaciones no retributivas, incluyendo: pensión, planes de jubilación, vivienda, seguro colectivo, protección de ingresos por discapacidad y reembolso de matrícula/certificación:	748	595	527	515	132	S/I	89	80

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.
2) S/I: Sin información



Nº promedio de días utilizados por permiso postnatal por categoría laboral

NCG 4615.7

REGIONAL 2025												
Nº promedio de días utilizados por permiso postnatal por categoría laboral	CHILE			PERÚ			COLOMBIA			REGIONAL		
	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)
Alta Gerencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gerencia	77	0	4	0	0	0	126	0	0	203	0	4
Jefatura	0	0	5	98	0	10	0	0	0	98	0	15
Operario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	68	0	0	0	0	0	0	0	0	68	0	0
Administrativo	0	0	0	0	0	10	126	0	0	126	0	10
Auxiliar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Profesionales	62	0	5	0	0	0	123	0	0	185	0	5
Otros técnicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

REGIONAL 2024												
Nº promedio de días utilizados por permiso postnatal por categoría laboral	CHILE			PERÚ			COLOMBIA			REGIONAL		
	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)
Alta Gerencia	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Gerencia	84	0	5	0	0	0	0	0	0	84	0	5
Jefatura	84	0	5	63	0	0	0	0	0	147	0	5
Operario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	84	0	0	0	0	0	0	0	0	84	0	0
Administrativo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Auxiliar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Profesionales	84	0	5	98	0	10	0	122	9	182	122	24
Otros técnicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

REGIONAL 2023												
Nº promedio de días utilizados por permiso postnatal por categoría laboral	CHILE			PERÚ			COLOMBIA			REGIONAL		
	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)	Postnatal maternal	Postnatal parental (6 semanas)	Postnatal paternal (5 días)
Alta Gerencia	0	0	0	0	0	10	0	0	0	0	0	10
Gerencia	84	0	5	0	0	10	0	0	0	84	0	15
Jefatura	84	0	5	35	0	10	0	0	0	119	0	15
Operario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	84	0	0	0	0	0	0	0	0	84	0	0
Administrativo	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Auxiliar	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Otros Profesionales	85	0	5	68	0	10	30	0	0	183	0	15
Otros técnicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

Colaboradores elegibles que han hecho uso de permisos de postnatal

NCG 4615.7

Colaboradores elegibles que han hecho uso de permisos de postnatal	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
2025	7	6	3	1	0	7	10	14
2024	13	10	2	2	1	3	16	15
2023	7	16	4	1	N/A	1	11	18
2022	4	18	2	4	N/A	1	6	23

Pie de tabla:
1) N/A: No aplica



Porcentaje de colaboradores elegibles que han hecho uso de permisos de postnatal

NCG 461 5.7

% de colaboradores elegibles que han hecho uso de permisos de postnatal	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
2025	1	1	N/A	N/A	N/A	1	1	1
2024	1	1	N/A	N/A	1	1	1	1
2023	1	1	N/A	N/A	N/A	1	1	1
2022	1	1	N/A	N/A	N/A	1	1	1

Pie de tabla:
1) N/A: No aplica

Indicadores de permiso parental

GRI 401-3a / GRI 401-3c / GRI 401-3d / GRI 401-3e

REGIONAL				
Indicadores de permiso parental	2025		2024	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Nº total de empleados que han tenido derecho al permiso parental	10	14	16	15
Nº total de empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental	10	9	16	11
Nº total de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo	10	4	11	11
Tasa de regreso al trabajo de los empleados que se acogieron al permiso parental	100%	64,3%	100%	73,3%
Tasa de retención de los empleados que se acogieron al permiso parental	100%	44,4%	68,8%	100%

CHILE				
Indicadores de permiso parental	2025		2024	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Nº total de empleados que han tenido derecho al permiso parental	7	6	13	10
Nº total de empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental	7	3	13	7
Nº total de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo	7	3	10	7
Tasa de regreso al trabajo de los empleados que se acogieron al permiso parental	100%	50,0%	100%	70,0%
Tasa de retención de los empleados que se acogieron al permiso parental	100%	100%	76,9%	100%



PERÚ				
Indicadores de permiso parental	2025		2024	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Nº total de empleados que han tenido derecho al permiso parental	3	1	2	2
Nº total de empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental	3	1	2	2
Nº total de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo	3	1	1	2
Tasa de regreso al trabajo de los empleados que se acogieron al permiso parental	100%	100%	100%	100%
Tasa de retención de los empleados que se acogieron al permiso parental	100%	100%	50,0%	100%

COLOMBIA				
Indicadores de permiso parental	2025		2024	
	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer
Nº total de empleados que han tenido derecho al permiso parental	0	7	1	3
Nº total de empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental	0	5	1	2
Nº total de empleados que han regresado al trabajo después de terminar el permiso parental y que seguían siendo empleados 12 meses después de regresar al trabajo	0	0	0	2
Tasa de regreso al trabajo de los empleados que se acogieron al permiso parental	0%	71,4%	100%	66,7%
Tasa de retención de los empleados que se acogieron al permiso parental	0%	0%	0%	100%



Brecha salarial

Diferencia salarial entre empleados hombres y mujeres (%)	2025 REGIONAL
Brecha salarial entre hombres y mujeres - Media	28%
Brecha salarial entre hombres y mujeres - Mediana	29%
Brecha de bonificación entre hombres y mujeres - Media	58%
Brecha de bonificación entre hombres y mujeres - Mediana	32%

Pie de tabla:
1) Los valores están expresados en valores absolutos.
2) Este año se incluye Perú en el cálculo por la nueva adquisición.

Brecha salarial de mujeres respecto a hombres, por categoría laboral

NCG 461 5.4.2 / GRI 405-2a

REGIONAL						
Brecha salarial de mujeres respecto a hombres, por categoría laboral	2025		2024		2023	
	Media	Mediana	Media	Mediana	Media	Mediana
Alta Gerencia	54%	62%	51%	56%	52%	60%
Gerencia	95%	91%	88%	84%	86%	80%
Jefatura	92%	93%	97%	107%	83%	86%
Operario	N/A	N/A	N/A	N/A		
Fuerza de venta	108%	135%	105%	116%	94%	101%
Administrativo	118%	111%	119%	109%	107%	98%
Auxiliar	79%	89%	79%	100%	79%	100%
Otros Profesionales	83%	82%	81%	81%	80%	78%
Otros técnicos	N/A	N/A	N/A	N/A		

Pie de tabla:
1) N/A: No aplica
2) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Empleados cubiertos por convenios de negociación colectiva

GRI 2-30a

Empleados cubiertos por convenios de negociación colectiva	2025				2024			
	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
% de empleados cubiertos por convenios de negociación colectiva	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Empleados representados por un sindicato

Negociación colectiva	2025			
	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Nº de empleados representado por un sindicato independiente o cubierto por acuerdos de negociación colectiva	0	0	0	0
% de empleados representado por un sindicato independiente o cubierto por acuerdos de negociación colectiva	0%	0%	0%	0%



ROI (return on investment) capital humano

REGIONAL				
ROI capital humano (CLP Miles)	2025	2024	2023	2022
a) Ingresos totales (CLP Miles)	\$653.911.091	\$494.605.239	\$419.903.778	\$370.898.935
b) Gastos operativos totales (CLP Miles)	\$(131.292.427)	\$(116.080.327)	\$(99.872.026)	\$(90.365.118)
c) Gastos totales relacionados con los empleados (salarios + beneficios) (CLP Miles)	\$(54.512.213)	\$(38.959.029)	\$(37.869.116)	\$(36.195.491)
d) ROI HC resultante (a-(bc)/c) (CLP Miles)	\$(13)	\$(15)	\$(13)	\$(12)

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.

Medición de satisfacción

Medición de satisfacción (NPS Operacional)	Unidad de Medida	2025	2024	2023	2022
Medición de satisfacción (CHILE + COLOMBIA + PERÚ)	Puntuación neta del promotor (NPS) o similar	77	75	71	63
Cobertura de datos	% de Operaciones	100%	100%	100%	100%

Pie de tabla:
1) N/A: No aplica



Cobertura del sistema de gestión de salud y seguridad

GRI 403-8ai / GRI 403-8a.ii / GRI 403-8a.iii

REGIONAL				
Cobertura del sistema de gestión de salud y seguridad	2025		2024	
	Nº	%	Nº	%
Empleados cubiertos por el sistema de gestión de salud y seguridad	751	100%	681	100%
Empleados cubiertos por el sistema que han sido objetos de una auditoría interna	751	100%	681	100%
Empleados cubiertos por el sistema que han sido objetos de una auditoría o certificado por una parte externa	751	100%	681	100%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema	3754	100%	4065	100%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema que han sido objetos de una auditoría interna	3754	100%	3943	97,0%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema que han sido objetos de una auditoría o certificado por una parte externa	3754	100%	3943	97,0%

CHILE				
Cobertura del sistema de gestión de salud y seguridad	2025		2024	
	Nº	%	Nº	%
Empleados cubiertos por el sistema de gestión de salud y seguridad	533	100%	526	17,3%
Empleados cubiertos por el sistema que han sido objetos de una auditoría interna	533	100%	526	17,3%
Empleados cubiertos por el sistema que han sido objetos de una auditoría o certificado por una parte externa	533	100%	526	17,3%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema	2750	100%	3039	100%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema que han sido objetos de una auditoría interna	2750	100%	3039	100%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema que han sido objetos de una auditoría o certificado por una parte externa	2750	100%	3039	100%

PERÚ				
Cobertura del sistema de gestión de salud y seguridad	2025		2024	
	Nº	%	Nº	%
Empleados cubiertos por el sistema de gestión de salud y seguridad	131	100%	75	100%
Empleados cubiertos por el sistema que han sido objetos de una auditoría interna	131	100%	75	100%
Empleados cubiertos por el sistema que han sido objetos de una auditoría o certificado por una parte externa	131	100%	75	100%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema	637	100%	634	100%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema que han sido objetos de una auditoría interna	637	100%	512	80,8%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema que han sido objetos de una auditoría o certificado por una parte externa	637	100%	512	80,8%

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.



COLOMBIA				
Cobertura del sistema de gestión de salud y seguridad	2025		2024	
	Nº	%	Nº	%
Empleados cubiertos por el sistema de gestión de salud y seguridad	87	100%	80	100%
Empleados cubiertos por el sistema que han sido objetos de una auditoría interna	87	100%	80	100%
Empleados cubiertos por el sistema que han sido objetos de una auditoría o certificado por una parte externa	87	100%	80	100%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema	367	100%	392	100%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema que han sido objetos de una auditoría interna	367	100%	392	100%
Trabajadores que no son empleados, pero cuyo trabajo o lugar de trabajo están controlados por la compañía, que están cubiertos por dicho sistema que han sido objetos de una auditoría o certificado por una parte externa	367	100%	392	100%

Métricas de salud y seguridad laboral

NCG 461-5.6 / GRI 403 - 9 / GRI 403 - 10

REGIONAL				
Salud y seguridad	2025	2024	2023	2022
COLABORADORES EXTERNOS				
Tasa de fatalidad	0	0	0	0
Nº de víctimas mortales por accidentes laborales	0	0	0	0
Tasa de accidentes laborales	0,8	0	0,28	0,13
Tasa de enfermedades profesionales	0	0,15	0	0,13
Tasa de lesiones con tiempo perdido (LTIFR)	3,32	0	1,12	0,52
Promedio días perdidos por accidente	17,5	0	2,5	1
Dotación cubierta por el sistema de Salud y Seguridad	751	681	703	755
Nº de accidentes de trabajo	6	0	2	1
Nº de enfermedades profesionales	0	1	0	1
Días perdidos por accidentes	105	0	5	1
Total de horas trabajadas en el periodo	1.806.168	1.736.221	1.782.828	1.906.636
COLABORADORES EXTERNOS				
Tasa de fatalidad	0	0,02	0	0
Nº de víctimas mortales por accidentes laborales	0	1	0	0
Tasa de accidentes laborales	4,79	3,54	3,78	3,61
Tasa de enfermedades profesionales	0,11	0,05	0	0,07
Tasa de lesiones con tiempo perdido (LTIFR) contratistas	20,78	14,95	16,17	15,42
Promedio días perdidos por accidente	8,2	10,18	7,38	3,51
Dotación cubierta por el sistema de Salud y Seguridad	3754	4065	3012	2826
Nº de accidentes de trabajo	180	144	114	102
Nº de enfermedades profesionales	4	2	0	2
Días perdidos por accidentes	1476	1466	841	358
Total de horas trabajadas en el periodo	8.660.444	9.631.388	7048080	6612840

Pie de tabla: 1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza. 2) En Chile los tres accidentes en colaboradores internos corresponden a incidentes por caída, derivados en lesiones de extremidad inferior (esguinces en el pie) . En colaboradores externos, el aumento del número de accidentes corresponden a incidentes de violencia externa por hechos delictuales, afectando a empresas contratistas de servicios de seguridad. 3) En Chile, el incremento de las enfermedades profesionales en colaboradores externos se relaciona principalmente con afectaciones de salud mental derivadas de la exposición a situaciones de violencia externa, específicamente asociadas a hechos delictuales ocurridos en los centros urbanos que afectan a los trabajadores de empresas de seguridad. 4) En Colombia los tres accidentes en colaboradores internos corresponden a incidentes por caída, derivaron en lesiones de extremidad superior e inferior (lesión en mano y esguince en el pie), siendo uno de los accidentes consecuencia de una actividad organizada por la empresa, resultando en fractura en la mano por participación en un juego. 5) Durante el 2025, se identificaron que los principales peligros asociados a los accidentes laborales con tiempo perdido correspondieron a caídas al mismo nivel, relacionadas con malas prácticas al caminar por parte de los colaboradores, condiciones inseguras del entorno, hechos de violencia externa que afectaron a empresas de seguridad en Chile y a riesgos asociados a actividades internas en Colombia. En particular, se registró un evento crítico derivado de una condición subestándar del piso por derrame de líquido, materializando el riesgo de caída al mismo nivel en superficies resbaladizas. 6) Las tasas se calculan por cada 1.000.000 de horas trabajadas. Con el fin de eliminar estos peligros y fortalecer la cultura. 7) Dentro de las medidas de control se desarrolló un plan de capacitación regional para mejorar la gestión del riesgo, incluyendo cursos sobre "Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos", logrando capacitar a 5.437 personas en materias consideradas críticas. Adicionalmente, se reforzó la gestión de inspecciones preventivas, incorporando la verificación sistemática de condiciones de zonas de tránsito, para identificar oportunamente factores que pudieran generar nuevas situaciones de riesgo.



CHILE				
Salud y seguridad	2025	2024	2023	2022
COLABORADORES EXTERNOS				
Tasa de fatalidad	0	0	0	0
Nº de víctimas mortales por accidentes laborales	0	0	0	0
Tasa de accidentes laborales	0,56	0	0,38	0,18
Tasa de enfermedades profesionales	0	0,19	0	0,18
Tasa de lesiones con tiempo perdido (LTIFR)	2,23	0	1,5	0,72
Promedio días perdidos por accidente	15	0	2,5	1
Dotación cubierta por el sistema de Salud y Seguridad	533	526	529	555
Nº de accidentes de trabajo	3	0	2	1
Nº de enfermedades profesionales	0	1	0	1
Días perdidos por accidentes	45	0	5	1
Total de horas trabajadas en el periodo	1.343.992	1.327.838	1.331.820	1.398.172
COLABORADORES EXTERNOS				
Tasa de fatalidad	0	0,03	0	0
Nº de víctimas mortales por accidentes laborales	0	1	0	0
Tasa de accidentes laborales	6,18	3,26	3,78	3,61
Tasa de enfermedades profesionales	0,15	0,07	0	0,07
Tasa de lesiones con tiempo perdido (LTIFR) contratistas	27,02	13,92	16,17	15,42
Promedio días perdidos por accidente	7,73	11,21	7,38	3,51
Dotación cubierta por el sistema de Salud y Seguridad	2750	3039	3012	2826
Nº de accidentes de trabajo	170	99	114	102
Nº de enfermedades profesionales	4	2	0	2
Días perdidos por accidentes	1314	1110	841	358
Total de horas trabajadas en el periodo	6.292.000	7.111.260	7048080	6612840

Pie de Tabla:

1) En Chile los tres accidentes en colaboradores internos corresponden a incidentes por caída, derivados en lesiones de extremidad inferior (esguinces en el pie). En colaboradores externos, el aumento del número de accidentes corresponden a incidentes de violencia externa por hechos delictuales, afectando a empresas contratistas de servicios de seguridad.

2) En Chile, el incremento de las enfermedades profesionales en colaboradores externos se relaciona principalmente con afectaciones de salud mental derivadas de la exposición a situaciones de violencia externa, específicamente asociadas a hechos delictuales ocurridos en los centros urbanos que afectan a los trabajadores de empresas de seguridad.

3) Durante el 2025, se identificaron que los principales peligros asociados a los accidentes laborales con tiempo perdido correspondieron a caídas al mismo nivel, relacionadas con malas prácticas al caminar por parte de los colaboradores, condiciones inseguras del entorno, hechos de violencia externa que afectaron a empresas de seguridad en Chile y a riesgos asociados a actividades internas en Colombia. En particular, se registró un evento crítico derivado de una condición subestándar del piso por derrame de líquido, materializando el riesgo de caída al mismo nivel en superficies resbaladizas.

4) Las tasas se calculan por cada 1.000.000 de horas trabajadas. Con el fin de eliminar estos peligros y fortalecer la cultura .

5) Dentro de las medidas de control se desarrolló un plan de capacitación regional para mejorar la gestión del riesgo, incluyendo cursos sobre “Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos”, logrando capacitar a 5.437 personas en materias consideradas críticas. Adicionalmente, se reforzó la gestión de inspecciones preventivas, incorporando la verificación sistemática de condiciones de zonas de tránsito, para identificar oportunamente factores que pudieran generar nuevas situaciones de riesgo.



PERÚ				
Salud y seguridad	2025	2024	2023	2022
COLABORADORES EXTERNOS				
Tasa de fatalidad	0	0	0	0
Nº de víctimas mortales por accidentes laborales	0	0	0	0
Tasa de accidentes laborales	0	0	0	0
Tasa de enfermedades profesionales	0	0	0	0
Tasa de lesiones con tiempo perdido (LTIFR)	0	0	0	0
Promedio días perdidos por accidente	0	0	0	0
Dotación cubierta por el sistema de Salud y Seguridad	131	75	80	100
Nº de accidentes de trabajo	0	0	0	0
Nº de enfermedades profesionales	0	0	0	0
Días perdidos por accidentes	0	0	0	0
Total de horas trabajadas en el periodo	277.728	217.023	245.176	283.488
COLABORADORES EXTERNOS				
Tasa de fatalidad	0	0	0	0
Nº de víctimas mortales por accidentes laborales	0	0	0	0
Tasa de accidentes laborales	1,57	4,89	0	0
Tasa de enfermedades profesionales	0	0	0	0
Tasa de lesiones con tiempo perdido (LTIFR) contratistas	6,71	19,59	0	0
Promedio días perdidos por accidente	16,2	6,39	0	0
Dotación cubierta por el sistema de Salud y Seguridad	637	634	0	0
Nº de accidentes de trabajo	10	31	0	0
Nº de enfermedades profesionales	0	0	0	0
Días perdidos por accidentes	162	198	0	0
Total de horas trabajadas en el periodo	1.490.580	1.582.464	0	0

Pie de tabla:

1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

2) Durante el 2025, se identificaron que los principales peligros asociados a los accidentes laborales con tiempo perdido correspondieron a caídas al mismo nivel, relacionadas con malas prácticas al caminar por parte de los colaboradores, condiciones inseguras del entorno, hechos de violencia externa que afectaron a empresas de seguridad en Chile y a riesgos asociados a actividades internas en Colombia. En particular, se registró un evento crítico derivado de una condición subestándar del piso por derrame de líquido, materializando el riesgo de caída al mismo nivel en superficies resbaladizas.

3) Las tasas se calculan por cada 1.000.000 de horas trabajadas. Con el fin de eliminar estos peligros y fortalecer la cultura.

4) Dentro de las medidas de control se desarrolló un plan de capacitación regional para mejorar la gestión del riesgo, incluyendo cursos sobre “Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos”, logrando capacitar a 5.437 personas en materias consideradas críticas. Adicionalmente, se reforzó la gestión de inspecciones preventivas, incorporando la verificación sistemática de condiciones de zonas de tránsito, para identificar oportunamente factores que pudieran generar nuevas situaciones de riesgo.



COLOMBIA				
Salud y seguridad	2025	2024	2023	2022
COLABORADORES EXTERNOS				
Tasa de fatalidad	0	0	0	0
Nº de víctimas mortales por accidentes laborales	0	0	0	0
Tasa de accidentes laborales	3,448	0	0	0
Tasa de enfermedades profesionales	0	0	0	0
Tasa de lesiones con tiempo perdido (LTIFR)	16,26	0	0	0
Promedio días perdidos por accidente	0	0	0	0
Dotación cubierta por el sistema de Salud y Seguridad	87	80	94	100
Nº de accidentes de trabajo	3	0	0	0
Nº de enfermedades profesionales	0	0	0	0
Días perdidos por accidentes	60	0	0	0
Total de horas trabajadas en el periodo	184.448	191.360	205.832	224.976
COLABORADORES EXTERNOS				
Tasa de fatalidad	0	0	0	0
Nº de víctimas mortales por accidentes laborales	0	0		
Tasa de accidentes laborales	0	3,57	0	0
Tasa de enfermedades profesionales	0	0	0	0
Tasa de lesiones con tiempo perdido (LTIFR) contratistas	0	14,93	0	0
Promedio días perdidos por accidente	0	11,29	0	0
Dotación cubierta por el sistema de Salud y Seguridad	367	392		
Nº de accidentes de trabajo	0	14		
Nº de enfermedades profesionales	0	0		
Días perdidos por accidentes	0	158		
Total de horas trabajadas en el periodo	877.864	937.664		

Pie de tabla:

1) En Colombia los tres accidentes en colaboradores internos corresponden a incidentes por caída, derivaron en lesiones de extremidad superior e inferior (lesión en mano y esguince en el pie), siendo uno de los accidentes consecuencia de una actividad organizada por la empresa, resultando en fractura en la mano por participación en un juego.

2) Durante el 2025, se identificaron que los principales peligros asociados a los accidentes laborales con tiempo perdido correspondieron a caídas al mismo nivel, relacionadas con malas prácticas al caminar por parte de los colaboradores, condiciones inseguras del entorno, hechos de violencia externa que afectaron a empresas de seguridad en Chile y a riesgos asociados a actividades internas en Colombia. En particular, se registró un evento crítico derivado de una condición subestándar del piso por derrame de líquido, materializando el riesgo de caída al mismo nivel en superficies resbaladizas.

3) Las tasas se calculan por cada 1.000.000 de horas trabajadas. Con el fin de eliminar estos peligros y fortalecer la cultura.

4) Dentro de las medidas de control se desarrolló un plan de capacitación regional para mejorar la gestión del riesgo, incluyendo cursos sobre “Identificación de Peligros y Evaluación de Riesgos”, logrando capacitar a 5.437 personas en materias consideradas críticas. Adicionalmente, se reforzó la gestión de inspecciones preventivas, incorporando la verificación sistemática de condiciones de zonas de tránsito, para identificar oportunamente factores que pudieran generar nuevas situaciones de riesgo.



Tasa de ausentismo laboral

MP 10

TOTAL REGIONAL		
Tasa de ausentismo	2025	2024
COLABORADORES INTERNOS		
Tasa de ausentismo (AR)	1,60%	1,95%
Nº días de ausentismo	4053	4744
Total de días programados para trabajar en el periodo	253.138	242.748
COLABORADORES EXTERNOS		
Tasa de ausentismo (AR)	0,00%	0,00%
Nº días de ausentismo	N/A	S/I
Total de días programados para trabajar en el periodo	N/A	S/I

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.
2) No se incluyeron practicantes para el cálculo de la Tasa de Ausentismo.
3) S/I: Sin información.
4) N/A: No aplica.
5) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

CHILE		
Tasa de ausentismo	2025	2024
COLABORADORES INTERNOS		
Tasa de ausentismo (AR)	1,80%	2,37%
Nº días de ausentismo	3374	4369
Total de días programados para trabajar en el periodo	187.892	184.541
COLABORADORES EXTERNOS		
Tasa de ausentismo (AR)	0,00%	0,00%
Nº días de ausentismo	N/A	S/I
Total de días programados para trabajar en el periodo	N/A	S/I

Pie de tabla:
1) No se incluyeron practicantes para el cálculo de la Tasa de Ausentismo.
2) Tasa de ausentismo (%) = (Total de días de ausentismo/total de días laborales planificados)
3) N/A: No aplica
4) S/I: Sin información

PERÚ		
Tasa de ausentismo	2025	2024
COLABORADORES INTERNOS		
Tasa de ausentismo (AR)	0,28%	0,25%
Nº días de ausentismo	93	68
Total de días programados para trabajar en el periodo	33.232	27.127
COLABORADORES EXTERNOS		
Tasa de ausentismo (AR)	0,00%	0,00%
Nº días de ausentismo	N/A	S/I
Total de días programados para trabajar en el periodo	N/A	S/I

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.
2) No se incluyeron practicantes para el cálculo de la Tasa de Ausentismo.
3) S/I: Sin información.
4) N/A: No aplica.
5) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



COLOMBIA		
Tasa de ausentismo	2025	2024
COLABORADORES INTERNOS		
Tasa de ausentismo (AR)	1,83%	0,99%
Nº días de ausentismo	586	307
Total de días programados para trabajar en el periodo	32.014	31.080
COLABORADORES EXTERNOS		
Tasa de ausentismo (AR)	0,00%	0,00%
Nº días de ausentismo	N/A	S/I
Total de días programados para trabajar en el periodo	N/A	S/I

Pie de tabla:
1) No se incluyeron practicantes para el cálculo de la Tasa de Ausentismo.
2) Tasa de ausentismo (%) = (Total de días de ausentismo/total de días laborales planificados)
3) N/A: No aplica
4) S/I: Sin información



Pago a proveedores

NCG 461 - 71.i / NCG 461 - 71.ii / NCG 461 - 71.iii / NCG 461 - 71.iv / NCG 461 - 71.v

Pago a proveedores		2025						2024						2023					
		NACIONALES			EXTRANJEROS			NACIONALES			EXTRANJEROS			NACIONALES			EXTRANJEROS		
Plazo de pago		Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días	Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días	Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días	Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días	Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días	Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días
Chile	Nº de facturas pagadas (desde la fecha de recepción de la factura)	21.790	2.808	234	14	61	86	22.368	3.291	484	25	54	75	23.089	2.281	1287	9	43	36
	Monto total de facturas pagadas (Millones de pesos)	\$237.910,1	\$20.149,0	\$5.128,7	\$526,3	\$954,3	\$1.425,9	\$239.611,0	\$26.221,0	\$3.665,0	\$1.019,0	\$1.731,0	\$1.770,0	\$219.752,0	\$11.325,0	\$3.630,0	\$97,0	\$578,0	\$490,0
	Monto total de intereses por mora en pago de facturas (Millones de pesos)	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
	Nº de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía cuando corresponda	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	Nº de proveedores al que corresponden las facturas pagadas durante el año	2.250	552	61	12	21	23	2106	451	73	11	13	27	934	169	42	5	14	15
Perú	Nº de facturas pagadas (desde la fecha de recepción de la factura)	\$4.480,0	\$658,0	\$340,0	\$78,0	\$114,0	\$14,0	\$8.403,0	\$2.620,0	\$453,0	\$125,0	\$49,0	\$42,0	\$7.757,0	\$5.018,0	\$488,0	\$114,0	\$48,0	\$50,0
	Monto total de facturas pagadas (Millones de pesos)	\$26.373,6	\$6.202,8	\$636,0	\$703,9	\$580,3	\$135,0	\$44.165,8	\$6.994,6	\$523,8	\$842,3	\$259,8	\$-	\$51.454,9	\$16.812,9	\$2.086,7	\$253,2	\$215,4	\$779,5
	Monto total de intereses por mora en pago de facturas (Millones de pesos)	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
	Nº de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía cuando corresponda	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
	Nº de proveedores al que corresponden las facturas pagadas durante el año	\$712,0	\$183,0	\$23,0	\$20,0	\$36,0	\$11,0	\$685,0	\$326,0	\$93,0	\$57,0	\$13,0	\$6,0	\$630,0	\$540,0	\$140,0	\$16,0	\$16,0	\$16,0
Colombia	Nº de facturas pagadas (desde la fecha de recepción de la factura)	5.120	356	69	0	0	0	5.337	473	98	141	34	83	5.261	476	98	3	28	70
	Monto total de facturas pagadas (Millones de pesos)	\$32.301,0	\$2.663,4	\$263,9	\$-	\$-	\$-	\$34.321,0	\$5.095,9	\$4.474,0	\$1172,7	\$61,9	\$4.208,5	\$11.808,0	\$2.729,0	\$452,0	\$968,0	\$76,0	\$20,0
	Monto total de intereses por mora en pago de facturas (Millones de pesos)	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
	Nº de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía cuando corresponda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Nº de proveedores al que corresponden las facturas pagadas durante el año	643	115	40	0	0	0	586	76	23	68	15	26	415	131	40	2	6	9
Regional	Nº de facturas pagadas (desde la fecha de recepción de la factura)	31.390	3.822	643	92	175	100	36.108	6.384	1035	291	137	200	31.807	3.402	1535	112	90	119
	Monto total de facturas pagadas (Millones de pesos)	\$296.584,7	\$29.015,2	\$6.028,6	\$1.230,3	\$1.534,6	\$1.560,8	\$283.776,8	\$33.215,6	\$4.188,8	\$1.861,3	\$1.990,8	\$1.770,0	\$263.382,0	\$18.726,0	\$4.492,0	\$1.242,0	\$719,0	\$1.091,0
	Monto total de intereses por mora en pago de facturas (Millones de pesos)	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-	\$-
	Nº de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía cuando corresponda	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0
	Nº de proveedores al que corresponden las facturas pagadas durante el año	3.605	850	124	32	57	34	3.377	853	189	136	41	59	1.609	429	113	15	26	32

Pie de tabla:
 1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



Proveedores y clientes

NCG 461 - 6.2.iii / NCG 461 - 6.2.iv

Proveedores y clientes	2025				2024				2023			
	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Nº de proveedores que representen en forma individual, al menos el 10% del total de compras efectuadas en el período por el suministro de bienes y servicios del segmento (En caso de que ningún proveedor alcance dicha concentración deberá señalarlo expresamente)	0	2	2	4	0	2	0	2	1	0	0	1
Nº de clientes que concentren en forma individual, a lo menos, un 10% del ingreso del segmento (En caso de que ningún cliente alcance dicha concentración deberá señalarlo expresamente)	0	1	0	1		0		0	1	1	1	3

Pie de tabla:
1) Para Perú (Mallplaza sin Open Plaza) el proveedor "STATKRAFT PERÚ S.A." representa el 15% del total de las compras.
2) Para Perú (Open Plaza) el proveedor "STATKRAFT PERÚ S.A." representa el 31% del total de las compras.
3) Para Colombia, tenemos al proveedor relacionado "MALLPLAZA SERVICIOS SAS" que concentra el 22% de las compras y al proveedor "SUMMAR PROCESOS SAS" que representa el 10%.
4) Para el caso de clientes en Perú, se considera a Tottus como cliente unificado entre as sociedades Mall Plaza Perú y Open Plaza Perú que representa un 10% de los ingresos.

Gasto en proveedores locales

GRI 204-1a / GRI 204-1c

Gasto en proveedores locales	2025				2024			
	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Cantidad de gasto en proveedores locales (CLP)	263.187.773.280	32.577.765.789	34.313.111.235	310.443.763.562	269.446.496.087	51.684.232.329	43.890.820.668	336.998.373.115
% de gasto en proveedores locales	98,90%	94,10%	97,40%	98,40%	100,00%	97,80%	96,00%	

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.
2) Local hace referencia a dentro de cada país.



Tipos de proveedores

MP 15

Tipos de proveedores	2025			
	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Nº de proveedores de nivel 1	1253	646	453	2352
Nº total de proveedores significativos en nivel 1	62	30	44	136
% del gasto total en proveedores significativos nivel 1	54%	25%	61%	46%
Nº de proveedores significativos no nivel 1	S/I	0	S/I	0
Nº total de proveedores significativos en nivel 1 y No nivel 1	62	30	44	136

Pie de tabla: 1) Proveedores Nivel 1: Proveedores que tuvieron ordenes de compra en el periodo 2025 2) S/I: Sin información 3) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza. 4) Proveedor significativo: Están compuestos por los proveedores Críticos y los Relevantes. 5) Proveedores críticos: aquellos que afectan las operaciones normales de la empresa, servicios especializados y/o escasez de alternativas. Estos incluyen: Proveedores operativos sin reemplazo, como limpieza, seguridad y estacionamiento, Servicios básicos (agua, luz, gas y telecomunicaciones) y Proveedores de los principales proyectos y obras de construcción en ejecución 6) Relevante: aquellos que el monto de la suma de las órdenes de compra generadas en el año, son superiores a los montos indicados en el procedimiento de compras. 7) Los proveedores no de nivel 1 se ubican más allá de estos, por ejemplo, en los niveles 2, 3 de la cadena de suministro de una empresa. 8) Proveedores no nivel 1: Se refiere a aquellos que suministran sus productos y servicios a la empresa a través de proveedores de nivel 1. Los proveedores no de nivel 1 se ubican más allá de estos, por ejemplo, en los niveles 2, 3 o n de la cadena de suministro de una empresa.

Evaluación de proveedores

MP 16

Evaluación de proveedores	2025			
	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Total consolidado de proveedores evaluados mediante evaluaciones documentales/insitu	1195	559	476	2230
Total consolidado de proveedores significativos evaluados mediante evaluaciones documentales/insitu	47	23	34	104
% de proveedores significativos evaluados con impactos significativos sustanciales reales/potenciales	4%	4%	7%	5%
Total consolidado de proveedores evaluados con impactos negativo significativos sustanciales reales/potenciales	12	3	1	16
Total significativos	80	37	49	166
% de proveedores con impactos negativos sustanciales reales/potenciales con un plan de mejora/acción correctiva acordado	15%	8%	2%	10%
Nº de proveedores con impactos negativos sustanciales reales/potenciales que fueron despedidoS	0%	0%	0%	0%

Pie de tabla:

1) El aumento de proveedores evaluados respecto al 2024 se debe al fortalecimiento del proceso interno. El objetivo es llegar a evaluar al 100% de los proveedores. Para esto se incorporaron nuevas herramientas y un segundo analista dedicado exclusivamente a las evaluaciones, lo cual permitió realizar una revisión más constante y alcanzar un mayor volumen de proveedores evaluados en los tres países.

2) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

3) En los datos reportados se consideran a los proveedores con contrato permanente.

4) Impacto significativo sustancial: Proveedores que tuvieron alto índice de Accidentabilidad o Siniestralidad.

5) Impacto negativo sustanciales reales/potenciales: En los Estándares GRI, a menos que se indique lo contrario, "impacto" se refiere al efecto que una organización tiene en la economía, el medioambiente y/o la sociedad, lo que a su vez puede indicar su contribución (positiva o negativa) al desarrollo sostenible. Los impactos negativos incluyen aquellos que son causados o a los que contribuye una organización, o que están directamente vinculados a sus actividades, productos o servicios por su relación con un proveedor. Los impactos reales son aquellos que han sucedido. Los impactos potenciales son aquellos que pueden ocurrir donde la empresa puede tomar medidas para prevenir, mitigar o remediar los impactos. Sustancial puede definirse como un incumplimiento crítico o importante con los requisitos mínimos que conduce a daños graves al medioambiente o a la integridad física o psicológica de las personas, o al fracaso sistemático del proveedor para proteger a las personas o al medioambiente de daños.



Evaluación de proveedores con criterios de sostenibilidad

NCG 461 - 7.2

REGIONAL 2025								
Evaluación de proveedores con criterios de sostenibilidad	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
Nº de proveedores evaluados con criterios de sostenibilidad	579	11	408	17	265	5	1.252	33
% total de proveedores analizados con criterios de sostenibilidad durante el periodo	47,90%	25,00%	66,40%	53,10%	59,80%	50,00%	55,30%	38,40%
% total de compras que corresponde a proveedores analizados bajo criterios de sostenibilidad	55,10%	20,00%	35,30%	14,90%	72,60%	36,60%	50,50%	17,30%
Nº de nuevos proveedores	177	11	96	3	109	0	382	14
\$ de compras totales a proveedores sometidos a una evaluación (Millones de pesos)	158.633.061.949	876.533.679	50.529.348.574	1.109.898.918	27.483.034.538	113.193.135	236.645.445.062	2.099.625.731

Pie de tabla:
1) La variación en Perú respecto al año anterior se debe a la adquisición de 11 instalaciones de Open Plaza.

REGIONAL 2024								
Evaluación de proveedores con criterios de sostenibilidad	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
Nº de proveedores evaluados con criterios de sostenibilidad	360	18	107	0	124	0	591	18
% total de proveedores analizados con criterios de sostenibilidad durante el periodo	32,10%	34,60%	26,40%	0,00%	31,60%	0,00%	30,80%	21,20%
% total de compras que corresponde a proveedores analizados bajo criterios de sostenibilidad	29,90%	1,00%	12,40%	0,00%	22,40%	0,00%	26,50%	0,70%
Nº de nuevos proveedores	197	17	160	1	93	3	450	21
\$ de compras totales a proveedores sometidos a una evaluación (Millones de pesos)	89.876.584.072	2.924.811.548	6.729.175.466	0	13.056.115.870	0	109.661.875.408	2.924.811.548

REGIONAL 2023								
Evaluación de proveedores con criterios de sostenibilidad	CHILE		PERÚ		COLOMBIA		REGIONAL	
	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
Nº de proveedores evaluados con criterios de sostenibilidad	313	3	126	2	150	1	589	6
% total de proveedores analizados con criterios de sostenibilidad durante el periodo	28,50%	6,80%	37,50%	10,00%	31,70%	6,30%	30,90%	7,50%
% total de compras que corresponde a proveedores analizados bajo criterios de sostenibilidad	46,30%	3,00%	15,50%	13,10%	43,60%	0,90%	40,70%	3,30%
Nº de nuevos proveedores	272	7	125	8	258	7	655	22
\$ de compras totales a proveedores sometidos a una evaluación (Millones de pesos)	142.634.312.863	382.875.296	11.494.588.361	669.263.695	20.527.610.855	176.754.515	174.656.512.079	1.228.893.506



Evaluación de proveedores con criterios ambientales

GRI 308-1a / GRI 308-2a / GRI 308-2b / GRI 308-2d / GRI 308-2e

Evaluación de proveedores con criterios ambientales	2025				2024			
	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
% de nuevos proveedores que han pasado filtros de selección (evaluados y seleccionados) de acuerdo con los criterios ambientales	10,00%	7,00%	5,00%	8,00%	3,30%	4,30%	4,20%	3,80%
Nº de proveedores evaluados en relación a sus impactos ambientales	96	57	42	195	76	24	28	128
Nº de proveedores identificados como proveedores con impactos ambientales negativos significativos potenciales y reales.	0	0	0	0	1	0	0	1
% de proveedores identificados con impactos ambientales negativos significativos –potenciales y reales– con los que se hayan acordado mejoras como consecuencia de una evaluación	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
% de proveedores identificados como proveedores con impactos ambientales significativos negativos –potenciales y reales– con los que se haya puesto fin a la relación como consecuencia de la evaluación	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Pie de tabla:
1) Debido a la mayor capacidad operativa del proceso de evaluación, fue posible revisar un mayor número de proveedores respecto al año 2024 y profundizar en criterios específicos, incluyendo los ambientales, lo que se refleja en un incremento de las evaluaciones realizadas bajo este enfoque.
2) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Proveedores que han pasado filtros mediante el uso de criterios sociales

GRI 308-2e

% del total de nuevos proveedores que han pasado filtros mediante el uso de criterios sociales		2025	2024
CHILE	Nacionales	100%	100,0%
	Extranjeros	100%	100,0%
PERÚ	Nacionales	100%	100,0%
	Extranjeros	100%	100,0%
COLOMBIA	Nacionales	100%	100,0%
	Extranjeros	100%	100,0%
REGIONAL	Nacionales	100%	100,0%
	Extranjeros	100%	100,0%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



Evaluación de proveedores con criterios sociales

GRI 414-1a / GRI 414-2a / GRI 414-2b / GRI 414-2d / GRI 414-2e

Evaluación de proveedores con criterios sociales	2025				2024			
	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
% de nuevos proveedores que han pasado filtros de selección (evaluados y seleccionados) de acuerdo con los criterios sociales	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Nº de proveedores evaluados en relación a sus impactos sociales	590	425	270	1.285	378	107	124	609
Nº de proveedores identificados como proveedores con impactos sociales negativos significativos potenciales y reales.	10	2	1	13	10	1	2	13
% de proveedores identificados con impactos sociales negativos significativos –potenciales y reales– con los que se hayan acordado mejoras como consecuencia de una evaluación	1,70%	0,50%	0,40%	1,00%	2,60%	0	1,60%	0
% de proveedores identificados como proveedores con impactos sociales significativos negativos –potenciales y reales– con los que se haya puesto fin a la relación como consecuencia de la evaluación	10,00%	0,00%	0,00%	7,70%	0,30%	0,00%	0,80%	0

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.
2) El aumento de los proveedores evaluados en impactos sociales se debe al fortalecimiento del proceso de evaluación y a la mayor capacidad operativa del equipo, lo que permitió revisar a más proveedores y profundizar en criterios sociales. Además, todos los nuevos proveedores pasan obligatoriamente por el filtro de evaluación.

Apoyo y desarrollo de proveedores

MP 16

Apoyo y desarrollo de proveedores		2025			
		CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Apoyo al plan de acciones correctivas	Nº total de proveedores apoyados en la implementación del plan de acciones correctivas	599	151	209	959
	% de proveedores evaluados con impactos negativos sustanciales reales/potenciales apoyados en la implementación del plan de acción correctiva	62%	64%	37%	47%
Programas de desarrollo de capacidades	Nº total de proveedores en programas de desarrollo de capacidades	0	0	0	0
	% de proveedores significativos en programas de desarrollo de capacidades	0%	0%	0%	0%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.
2) En el 2025 se realizaron mejoras en la plataforma de control de permisos, lo que nos permitió tener la trazabilidad de las distitas empresas a las que se le hizo control documental relacionados a SSO, y mejoras en las medidas de control que deben tomar insitu para evitar accidentes graves que pueden perjudicar reputacionalmente.
3) En los datos reportados se consideran a los proveedores con contrato permanente.
4) Plan de acción correctiva del proveedor: Un plan de acción correctiva (PAC) es una herramienta importante de gestión de la calidad para cualquier empresa o proveedor. Un PAC es un método para documentar los incumplimientos, identificar sus causas raíz y establecer soluciones medibles y alcanzables, con plazos realistas. Esto se aplica a los proveedores que están implementando su PAC.
5) Apoyo al proveedor (remoto/in situ) para la implementación de planes de acciones correctivas: La empresa proporciona orientación y apoyo para la implementación de acciones correctivas y de mejora. Esto puede realizarse de forma remota o visitando al proveedor.
6) Programas de desarrollo de capacidades: Programas integrales de desarrollo de capacidades para mejorar sistemáticamente las prácticas y el desempeño de los proveedores en temas específicos de ESG (p. ej., eficiencia energética, gestión de sustancias químicas, gestión de la salud y la seguridad, reducción de la jornada laboral) mediante capacitación, evaluaciones de referencia, desarrollo de sistemas colaborativos y medición del progreso. El desarrollo de capacidades se define como el proceso de desarrollar y fortalecer los conocimientos, habilidades, instintos, capacidades, procesos y recursos que las organizaciones necesitan para sobrevivir, adaptarse y prosperar en un mundo en constante cambio. Estos programas van más allá del apoyo a acciones correctivas y suelen tardar seis meses o más en implementarse. Estos programas de desarrollo de capacidades son a largo plazo y se mantienen en el tiempo, con el objetivo de mejorar el desempeño de ESG, en lugar de limitarse a implementar planes de acción.



Programas implementados de participación de la comunidad local

GRI 413-1a

2025				
Operaciones con programas implementados de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
% de operaciones con programas implementados de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo, incluido el uso de programas de desarrollo comunitario locales basados en las necesidades de la comunidad local:	100%	67%	100%	86%
% de operaciones con programas implementados de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo, incluido el uso de procesos formales de queja y reclamación en las comunidades locales:	100%	100%	100%	100%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

2024				
Operaciones con programas implementados de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
% de operaciones con programas implementados de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo, incluido el uso de programas de desarrollo comunitario locales basados en las necesidades de la comunidad local:	100%	80%	100%	100%
% de operaciones con programas implementados de participación de la comunidad local, evaluaciones del impacto y desarrollo, incluido el uso de procesos formales de queja y reclamación en las comunidades locales:	100%	100%	100%	100%

Pie de tabla:
1) En Perú, no se considera la instalación de Trujillo

Compromiso impactar positivamente con programas y proyectos con la comunidad

MP 20

REGIONAL		
Personas impactadas positivamente con programas y proyectos con la comunidad	2025	2024
Nº de personas impactadas positivamente con programas y proyectos con la comunidad:	49.325	47.660
% de avance del compromiso con línea base 2021 pero excluyendo las vacunaciones del 2021	21%	16%



Instancias de escucha y vinculación con las comunidades

2025				
Centros urbanos con instancias de escucha y vinculación con las comunidades	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Nº de centros urbanos con instancias de escucha y vinculación con las comunidades:	16	9	5	30
% de centros urbanos con instancias de escucha y vinculación con las comunidades:	94%	60%	100%	81%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.
2) Se considera cualquier mecanismo activo de escucha o instancia de vinculación con vecinos (diálogo vecinal, reunión bilateral, etc.)

2024				
Centros urbanos con instancias de escucha y vinculación con las comunidades	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Nº de centros urbanos con instancias de escucha y vinculación con las comunidades:	17	4	5	26
% de centros urbanos con instancias de escucha y vinculación con las comunidades:	100%	100%	100%	100%



Aporte monetario en contribuciones y actividades filantrópicas

2025 (MONEDA LOCAL)			
Aporte monetario en contribuciones y actividades filantrópicas (Moneda local)	CHILE (miles de CLP)	PERÚ (Soles)	COLOMBIA (COP)
Dinero	\$403.910	\$28.746	\$245.169.590
Especies	\$0	\$0	\$0
Costo voluntariado	\$222	\$0	\$1.157.657
Costo de administración	\$7.660	\$147.270	\$34.849.170
Total	\$411.793	\$176.016	\$281.176.417

Inversión comunitaria	\$403.910	\$28.746	\$245.169.590
Donaciones	\$0	\$0	\$0
Iniciativas comerciales	\$0	\$0	\$0
Total	\$403.910	\$28.746	\$245.169.590

2025 (Miles de CLP)				
Aporte monetario en contribuciones y actividades filantrópicas (Miles CLP)	CHILE (miles de CLP)	PERÚ (miles de CLP)	COLOMBIA (miles de CLP)	REGIONAL
Dinero	\$403.910	\$7.760	\$58.832	\$470.502
Especies	\$0	\$0	\$0	\$0
Costo voluntariado	\$222	\$0	\$278	\$500
Costo de administración	\$7.660	\$39.754	\$8.363	\$55.777
Total	\$411.793	\$47.514	\$67.473	\$526.779

Inversión comunitaria	\$403.910	\$7.760	\$58.832	\$470.502
Donaciones	\$0	\$0	\$0	\$0
Iniciativas comerciales	\$0	\$0	\$0	\$0
Total	\$403.910	\$7.760	\$58.832	\$470.502

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



2024 (MONEDA LOCAL)			
Aporte monetario en contribuciones y actividades filantrópicas (Moneda local)	CHILE (miles de CLP)	PERÚ (Soles)	COLOMBIA (COP)
Dinero	\$368.918	\$88.587	\$333.604.510
Especies	\$0	\$15.128	\$0
Costo voluntariado	\$1.580	\$0	\$22.486.400
Costo de administración	\$31.160	\$0	\$148.413.950
Total	\$401.658	\$103.715	\$504.504.860
Inversión comunitaria	\$350.189	\$15.128	\$175.190.560
Donaciones	\$18.729	\$0	\$0
Iniciativas comerciales	\$0	\$0	\$10.000.000
Total	\$368.918	\$15.128	\$185.190.560

2024 (Miles de CLP)				
Aporte monetario en contribuciones y actividades filantrópicas (Miles CLP)	CHILE (miles de CLP)	PERÚ (miles de CLP)	COLOMBIA (miles de CLP)	REGIONAL
Dinero	\$368.918	\$23.415	\$75.491	\$467.823
Especies	\$0	\$3.999	\$0	\$3.999
Costo voluntariado	\$1.580	\$0	\$5.088	\$6.669
Costo de administración	\$31.160	\$0	\$33.584	\$64.745
Total	\$401.658	\$27.413	\$114.164	\$543.235
Inversión comunitaria	\$350.189	\$3.999	\$39.644	\$393.831
Donaciones	\$18.729	\$0	\$0	\$18.729
Iniciativas comerciales	\$0	\$0	\$2.263	\$2.263
Total	\$368.918	\$3.999	\$41.907	\$414.823

Mayores contribuciones en campañas, organizaciones políticas, etc.

REGIONAL 2025			
Asunto o tema	Posición de la empresa	Descripción del cargo / compromiso	Gasto total (CLP) 2025
Desarrollo de la industria de Centros Comerciales	Ayuda	Con el objetivo de contribuir al progreso de esta industria, somos miembros de diversas asociaciones gremiales que representan los intereses del sector y velan por políticas y condiciones económicas favorables para asegurar condiciones adecuadas de operación que permitan a los centros comerciales prosperar como espacios de comercio, recreación y otros servicios. Las aportaciones realizadas a las Cámaras y Asociaciones de Centros Comerciales son una decisión estratégica, ya que alineamos y compartimos buenas prácticas en beneficio de los centros comerciales, además de discutir temas que afectan a toda la industria. El monto aportado en 2025 corresponde a \$148.124.772 para Chile (CLP), \$14.257.428 (CLP) para Colombia y \$54.100.760 (CLP) para Perú. Creemos en el valor de la alianza, para potenciar el impacto de las acciones que desarrollamos. Por eso participamos en asociaciones locales, y también somos miembros activos del International Council of Shopping Centers (ICSC), una alianza global con la que compartimos las mejores prácticas, aportando \$2.307.563 (CLP).	218.790.523
Desarrollo económico local	Ayuda	Mallplaza busca contribuir al desarrollo económico de los países donde opera y promover el comercio en las regiones donde funcionan sus centros comerciales. Por esta razón, Mallplaza contribuye con la Comunidad Portuaria de Antofagasta (COPA) y la Corporación Industrial de Desarrollo Regional del Bio Bio (CIDERE) en Chile. Los montos aportados a los gremios en Chile corresponden a \$10.364.218. COPA: \$8.877.616 CIDERE: \$1.486.602	12.326.242
Pie de tabla: 1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.			



Mayores gastos en campañas, organizaciones políticas, etc.

REGIONAL 2025		
Nombre de la organización, candidato o tema	Tipo de organización	Importe total pagado en el año fiscal 2025
Cámaras de Comercio de Chile, Perú y Colombia	Las Cámaras y Asociaciones de Centros Comerciales de Chile, Perú y Colombia son asociaciones comerciales independientes y sin ánimo de lucro dedicadas a promover la industria de los centros comerciales en sus respectivos países. Estas organizaciones reúnen a los principales actores de la industria, incluyendo a destacados operadores y desarrolladores para promover las mejores prácticas, la innovación y el crecimiento del sector. Su visión colectiva es fomentar el crecimiento responsable y contribuir al desarrollo integral del sector de los centros comerciales en Sudamérica. Mantenemos una comunicación abierta con grandes y pequeñas empresas, con el objetivo de avanzar en un desarrollo común y complementario que nos permita alcanzar mayores y mejores estándares para proyectar un crecimiento responsable en la región, cumpliendo en todo momento con la normativa y política interna de Libre Competencia. La visión es contribuir activamente al desarrollo integral del sector de Centros Comerciales, para ofrecer a los consumidores de la región andina estándares de clase mundial.	218.790.523
Comunidad Portuaria de Antofagasta (Comunidad Portuaria de Antofagasta o COPA)	Mallplaza busca contribuir al desarrollo económico de los países donde operamos, a través de la colaboración y confianza mutua. Comunidad Portuaria de Antofagasta (COPA) es una organización sin fines de lucro que nace en 2010, bajo la necesidad de articular a todos los actores de las cadenas logísticas y del sector marítimo portuario, para realizar un trabajo conjunto con la comunidad y acercar el mundo del mar a la ciudadanía. Su misión es liderar y representar al sector logístico de los asociados a COPA a través de la generación de capacitación, vinculación, información estratégica, indicadores y buenas prácticas que permitan al Puerto de Antofagasta ser el más competitivo del Norte de Chile bajo una relación armónica con la ciudad de Antofagasta. Mallplaza, como concesionario y como actividad complementaria al Puerto de Antofagasta, es miembro fundador de COPA.	8.877.616

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Compromiso centros urbanos certificados como espacios inclusivos

REGIONAL 2025				
Compromiso de centros urbanos certificados como espacios inclusivos	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Nº de centros urbanos certificados como espacios inclusivos	4	0	0	4
% de centros urbanos certificados como espacios inclusivos	24%	0%	0%	11%
Nº personal PEC impactados por el proyecto inclusivo	1583	1960	1134	4677
Nº de guías y cápsulas inclusivas	13	12	12	37

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

2024				
Compromiso de centros urbanos certificados como espacios inclusivos	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Nº de centros urbanos certificados como espacios inclusivos	0	4	4	8
% de centros urbanos certificados como espacios inclusivos	0%	100%	80%	31%
Nº personal PEC impactados por el proyecto inclusivo	2678	438	634	3750
Nº ejecutivos de cliente capacitados en modelo de atención inclusivo	17	4	5	26
Nº focus groups con personal PEC y ejecutivos de cliente	0	0	0	0
Nº de guías y cápsulas inclusivas	12	12	12	36



Impactos económicos en el ámbito social

GRI 203-2 a / GRI 203-2 b / GRI 413-2 a.ii

REGIONAL 2025	Impacto 1	Impacto 2
Indique ejemplos de impactos económicos indirectos significativos (positivos y negativos) identificados por la organización:	Mejora de la calidad de vida y protección al medioambiente, a través del financiamiento de proyectos comunitarios con enfoque socioambiental.	Oportunidad de crecimiento para la comunidad de emprendedores, a través de un espacio de formación y comercialización dentro del modelo de negocio de Mallplaza.
Indique la importancia de los impactos económicos indirectos en el contexto de parámetros de referencia (benchmarks) externos y de las prioridades de los grupos de interés, como los estándares, protocolos y agendas políticas nacionales e internacionales:	Los proyectos seleccionados contribuyen a los ODS: Reducción de desigualdades, Ciudades y comunidades sostenibles y Acción por el clima.	Entendiendo que este programa es un centro de oportunidades de crecimiento para la comunidad de emprendedores en distintas etapas de desarrollo, apuntamos a alcanzar los siguientes objetivos: Proporcionar espacios de comercialización para la venta de productos. Entregar herramientas digitales a los emprendedores para una mejor gestión de su negocio mediante un robusto programa de formación. Propiciar la generación de redes entre emprendedores del programa.
Indique grupos de interés impactado:	Comunidad	Emprendedores
Señalar a qué países aplica (Alcance)	Chile y Colombia	Chile, Perú y Colombia
Indique el valor monetario del impacto:	La valorización del impacto de estas iniciativas durante el 2025 es de 81.403.468 CLP, el impacto acumulado a la fecha es de 247.434.546 CLP. Adicionalmente, el 2025 se decidió fortalecer las capacidades institucionales de Mallplaza para la medición de sus iniciativas socioambientales, capacitando al equipo y mejorando el diseño de sus programas y procesos de medición.	La valorización del impacto de estas iniciativas durante el 2025 es de 454.276.549 CLP, el impacto acumulado a la fecha es de 1.578.397.409 CLP. Adicionalmente, el 2025 se decidió fortalecer las capacidades institucionales de Mallplaza para la medición de sus iniciativas socioambientales, capacitando al equipo y mejorando el diseño de sus programas y procesos de medición.

REGIONAL 2024	Impacto 1	Impacto 2
Indique ejemplos de impactos económicos indirectos significativos (positivos y negativos) identificados por la organización:	Mejora de la calidad de vida y protección al medioambiente, a través del financiamiento de proyectos comunitarios con enfoque socioambiental.	Oportunidad de crecimiento para la comunidad de emprendedores, a través de un espacio de formación y comercialización dentro del modelo de negocio de Mallplaza.
Indique la importancia de los impactos económicos indirectos en el contexto de parámetros de referencia (benchmarks) externos y de las prioridades de los grupos de interés, como los estándares, protocolos y agendas políticas nacionales e internacionales:	Los proyectos seleccionados contribuyen a los ODS: Reducción de desigualdades, Ciudades y comunidades sostenibles y Acción por el clima.	Entendiendo que este programa es un centro de oportunidades de crecimiento para la comunidad de emprendedores en distintas etapas de desarrollo, apuntamos a alcanzar los siguientes objetivos: Proporcionar espacios de comercialización para la venta de productos. Entregar herramientas digitales a los emprendedores para una mejor gestión de su negocio mediante un robusto programa de formación. Propiciar la generación de redes entre emprendedores del programa.
Indique grupos de interés impactado:	Comunidad	Emprendedores
Indique el valor monetario del impacto:	\$166.031.078 (Evaluación de First Impact para calcular el SROI)	USD \$1.405.955,95



Anexos
Capítulo 6

Cobertura del Sistema de Gestión Ambiental

Certificación / Auditoría / Verificación	2025			
	Detalle	Cobertura Chile (%)	Perú (%)	Cobertura Colombia (%)
El sistema EMS está certificado según normas internacionales (p. ej., ISO 14001, JIS Q 14001, certificación EMAS). Especifique:	Todos Mallplaza de Chile (17), Perú (4) y Colombia (5) están certificados según las normas ISO 14001:2015 e ISO 50001:2018.	100	100	100
Certificación/auditoría/verificación interna por especialistas propios de la empresa desde casa matriz. Por favor especificar:	El proceso de auditorías internas verifican la aplicación del SGMA y detectar posibles desviaciones. Los Mall auditados durante 2025 fueron: Mallplaza Norte (Casa Matriz), Mallplaza Sur, Mallplaza Arequipa, Mallplaza Trujillo, Mallplaza Buenavista y Mallplaza Cartagena.	12	50	40

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



Emisiones de Alcance 1

GRI 305-1a / GRI 305-1d.ii / GRI 305-1c

- En Mallplaza contamos con meta regional anual para el alcance 1, con el objetivo de llevar un control del cumplimiento de la hoja de ruta. Para el 2025 las metas de alcance 1 por país fueron:
Chile: 2.116 TCo2 / Perú: 164 TCo2 / Colombia: 157 TCo2 / Total Regional: 2.437 TCo2 respecto a línea base

- Para el cálculo del alcance 1 se incluyeron los siguientes gases: CO2, CH4, N2O y HFC

- Para el alcance 1 se consideraron los siguientes factores de emisión y referencias:
Para gases: Potenciales de calentamiento global del sexto informe de evaluación del IPCC para las emisiones directas (AR6, WGI, 7.SM.6)
Para combustibles: DEFRA. WTT-Fuels - Liquid fuels - Diesel (100% mineral), DEFRA. Bioenergy – Bioethanol, DEFRA. Outside of scopes. Biofuel. Bioethanol, IPCC 2006 (vol2, cap 2); CNE BNE 2020 (P12).

- Para el alcance 1 se consideraron las siguientes tasas de calentamiento global (PCG):
Para gases: Gases Refrigerantes: R22 1960 kgCO2e/un, R-407C 1907,93 kgCO2e/un, R-410A 2255,5 kgCO2e/un, R134A 1530 kgCO2e/un y R123 90,4 kgCO2e/un
Para Combustibles: Diesel Fuentes Fijas: 2,707 kgCO2e/un, Diesel B10 Fuentes Fijas: 2,454 kgCO2e/un.

- El enfoque de consolidación de emisiones para Mallplaza es bajo control operacional

- Los estándares y normativas consideradas para el cálculo de la huella de carbono son: Standard Corporative del Greenhouse Gas Protocol (Corporate Accounting and Reporting Standards), NCh-ISO 14064/3:2019, Programa HuellaChile y Programa HuellaPerú.

REGIONAL					
Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	285	3.038	1.803	2.989
Tipo de fuente: Combustión estacionaria	Toneladas métricas de CO2 equivalente	208	247	234	147
Tipo de fuente: Fugitiva	Toneladas métricas de CO2 equivalente	77	2.782	1.559	2.841
Cobertura de datos (como % de denominador)	porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	86,37%	100%	100%	100%
Emisiones biogénicas de CO2	Toneladas métricas de CO2 equivalente	0	9	10	1
Variación porcentual respecto al año anterior		-90,60%	68,50%	-39,70%	-19,20%
Variación porcentual respecto al año base		-92,30%	-17,80%	-51,20%	-19,20%

CHILE					
Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	134	2.516	1.616	2.633
Tipo de fuente: Combustión estacionaria	Toneladas métricas de CO2 equivalente	134,26	83	78	101
Tipo de fuente: Fugitiva	Toneladas métricas de CO2 equivalente	0	2.433	1.538	2.532
Cobertura de datos (como % de denominador)	porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	100%	100%	100%	100%
Emisiones biogénicas de CO2	Toneladas métricas de CO2 equivalente	0	0	0	0
Variación porcentual respecto al año anterior		-94,70%	55,70%	-38,60%	-20,20%
Variación porcentual respecto al año base		-95,90%	-23,70%	-51,00%	-20,20%



PERÚ					
Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	77	356	15	335
Tipo de fuente: Combustión estacionaria	Toneladas métricas de CO2 equivalente	8	9	14	25
Tipo de fuente: Fugitiva	Toneladas métricas de CO2 equivalente	70	347	0	309
Cobertura de datos (como % de denominador)	porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	50%	100%	100%	100%
Emisiones biogénicas de CO2	Toneladas métricas de CO2 equivalente	0	0	1	1
Variación porcentual respecto al año anterior		-78,40%	2276,00%	-95,50%	4,10%
Variación porcentual respecto al año base		-76,00%	10,70%	-95,30%	4,10%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

COLOMBIA					
Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	74	166	172	21
Tipo de fuente: Combustión estacionaria	Toneladas métricas de CO2 equivalente	66,18	155	142	21
Tipo de fuente: Fugitiva	Toneladas métricas de CO2 equivalente	7,58	2	21	0
Cobertura de datos (como % de denominador)	porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	100%	100%	100%	100%
Emisiones biogénicas de CO2	Toneladas métricas de CO2 equivalente	0	9	9	0
Variación porcentual respecto al año anterior		-55,60%	-3,50%	719,00%	-73,10%
Variación porcentual respecto al año base		-5,40%	112,80%	120,50%	-73,10%



Emisiones de Alcance 2

GRI 305-2a / GRI 305-2b / GRI 305-2d.iii

- En Mallplaza contamos con meta regional anual para el alcance 2, con el objetivo de llevar un control del cumplimiento de la hoja de ruta. Para el 2025 las metas de alcance 2 por país fueron:
Chile: 9 TCo2 / Perú: 508 TCo2 / Colombia: 1.106 TCo2 / Total Regional: 1.622 TCo2 respecto a línea base
- Para el cálculo del alcance 2 se incluyeron los siguientes gases: CO2, CH4, N2O y HFC
- Para el alcance 2 se consideraron las siguientes referencias:
Chile: Ministerio de energía CNE – SEN.
Colombia: Sinergox información pública del Mercado de Energía Mayorista (MEM) y la operación del Sistema Interconectado Nacional (SIN) de Colombia
Perú: Programa HuellaPerú Ministerio de Medioambiente.
- Para el alcance 2 se consideraron las siguientes tasas de calentamiento global (PCG):
Chile: Se considera para consumo de energía 0,3146 kgCO₂e/un
Colombia: Se considera para consumo de energía 0,2157 kgCO₂e/un (factor de emisión de consumo eléctrico por método de ubicación, considerando que, el factor de emisión de consumo eléctrico renovable es 0)
Perú: Se considera para consumo de energía 0,1896 kgCO₂e/un
- El enfoque de consolidación de emisiones para Mallplaza es bajo control operacional
- Los estándares y normativas consideradas para el cálculo de la huella de carbono son: Standard Corporate del Greenhouse Gas Protocol (Corporate Accounting and Reporting Standards), NCh-ISO 14064/3:2019, Programa HuellaChile y Programa HuellaPerú.

REGIONAL					
Emisiones directas de GEI (Alcance 2)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Alcance 2 (met. ubicación)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	22.088	21.755	21.113	24.341
Cobertura de datos (como % de denominador) método ubicación	Porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	86,37%	100%	100%	100%
Alcance 2 (met. mercado)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	2.534	2.340	2.564	2.637
Cobertura de datos (como % de denominador) método mercado	Porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	86,37%	100%	100%	100%
Variación porcentual respecto al año anterior (met. ubicación)		1,20%	3,00%	-13,30%	1,60%
Variación porcentual respecto al año base (met. ubicación)		-8,20%	-9,20%	-11,90%	1,60%
Variación porcentual respecto al año anterior (met. mercado)		8,30%	-8,70%	-2,80%	-17,60%
Variación porcentual respecto al año base (met. mercado)		-20,80%	-26,90%	-19,80%	-17,60%

CHILE					
Emisiones directas de GEI (Alcance 2)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Alcance 2 (met. ubicación)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	17.277,47	17.103	17.313	21.444
Cobertura de datos (como % de denominador) método ubicación	Porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	100%	100%	100%	100%
Alcance 2 (met. mercado)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	7,18	18	416	202
Cobertura de datos (como % de denominador) método mercado	Porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	100%	100%	100%	100%
Variación porcentual respecto al año anterior (met. ubicación)		1%	-1,20%	-19,30%	2,30%
Variación porcentual respecto al año base (met. ubicación)		-17,6%	-18,40%	-17,40%	2,30%
Variación porcentual respecto al año anterior (met. mercado)		-60,1%	-95,70%	105,90%	-0,50%
Variación porcentual respecto al año base (met. mercado)		-96,5%	-91,10%	104,90%	-0,50%



PERÚ					
Emisiones directas de GEI (Alcance 2)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Alcance 2 (met. ubicación)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	1.846	1.783	1.751	1.429
Cobertura de datos (como % de denominador) método ubicación	Porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	50,4%	100%	100%	100%
Alcance 2 (met. mercado)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	631	581	621	967
Cobertura de datos (como % de denominador) método mercado	Porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	50,4%	100%	100%	100%
Variación porcentual respecto al año anterior (met. ubicación)		3,50%	1,80%	22,50%	0,40%
Variación porcentual respecto al año base (met. ubicación)		29,70%	25,30%	23,00%	0,40%
Variación porcentual respecto al año anterior (met. mercado)		8,70%	-6,40%	-35,80%	-32,00%
Variación porcentual respecto al año base (met. mercado)		-55,60%	-59,20%	-56,40%	-32,00%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

COLOMBIA					
Emisiones directas de GEI (Alcance 2)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Alcance 2 (met. ubicación)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	2.884,30	2.869	2.049	1.468
Cobertura de datos (como % de denominador) método ubicación	Porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	100%	100%	100%	100%
Alcance 2 (met. mercado)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	1.895,54	1.741	1.527	1.468
Cobertura de datos (como % de denominador) método mercado	Porcentaje de: GLA (área alquilable bruta)	100%	100%	100%	100%
Variación porcentual respecto al año anterior (met. ubicación)		0,50%	40,00%	39,60%	-6,70%
Variación porcentual respecto al año base (met. ubicación)		83,40%	82,40%	30,30%	-6,70%
Variación porcentual respecto al año anterior (met. mercado)		8,90%	14,00%	4,00%	-6,70%
Variación porcentual respecto al año base (met. mercado)		20,50%	10,70%	-2,90%	-6,70%



Emisiones de Alcance 3

GRI 305-3e.iii 1 / GRI 305-3a / GRI 305-3c

- En Mallplaza no contamos con meta regional anual para el alcance 3, ya que serán definidas durante 2026 según SBTi.

- Para el cálculo del alcance 3 se incluyeron los siguientes gases: CO2, CH4, N2O y HFC

- Para el alcance 3 se consideraron las siguientes referencias:

DEFRA para las emisiones indirectas: agua de la red, papel de oficina, papel tissssue, bolsas plásticas, manufactura diesel, transporte aguas arriba, residuos y reciclaje, viaje de negocios, transporte de colaboradores:

Winnipeg. Appendix 7. Chemical, Other: jabón y detergentes

IPCC combustion + DEFRA WTT: transporte de clientes

MINAM: factores de emisiones transporte (FE-A3_1,A3_2 y A3_3. 2023)

Programa HuellaPerú. Calculador restando las pérdidas del factor.

IPCC 2006 (vol2, cap 2) y CNE BNE 2020 (P12): gas locatarios

Sinergox: consumo eléctrico de locales

CNE - SEN: consumo eléctrico de locales

- Para el alcance 2 se consideraron las siguientes tasas de calentamiento global (PCG):

Chile:Se utilizan factores de emisión principalmente del IPCC 2006, DEFRA, CNE-SEN y Ecoinvent.

Perú: Se utilizan factores de emisión principalmente del IPCC 2006, DEFRA, estándar Huella Perú, MINAM y Ecoinvent.

Colombia:Se utilizan factores de emisión principalmente del IPCC 2006, DEFRA y Ecoinvent.

- Los estándares y normativas consideradas para el cálculo de la huella de carbono son: GHG Protocol, ISO14.064, HuellaChile y HuellaPerú.

- Supuestos: distancias de transporte, extrapolacion de consumos de combustible de locatarios al total y teletrabajo con un estimado de 1 día con 8h, PC 50W + 4h luz 15W + 4h calefacción 2000W por 3/12 meses.

REGIONAL						
Otras emisiones de GEI indirectas (Alcance 3)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022	2021
Alcance 3	Toneladas métricas de CO2 equivalente	540.025	451.375	376.654	400.553	292.633
1. Bienes y servicios adquiridos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	1.813	1.593	2.432	2.373	1.756
2. Bienes de equipo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	EXC	EXC	EXC	EXC	EXC
3. Actividades relacionadas con combustible y energía (no incluidas en Alcance 1 o 2)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	48	59	55	34	41
4. Transporte y distribución aguas arriba	Toneladas métricas de CO2 equivalente	4	3	3	3	3
5. Residuos generados en operaciones	Toneladas métricas de CO2 equivalente	11.283	11.733	10.884	9.754	7.225
6. Viajes de negocios	Toneladas métricas de CO2 equivalente	1.825	2.177	1.252	750	223
7. Desplazamiento de empleados	Toneladas métricas de CO2 equivalente	3.608	3.647	2.554	2.685	3.290
8. Activos arrendados upstream	Toneladas métricas de CO2 equivalente	0	0	N/A	N/A	N/A
9. Transporte y distribución aguas abajo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	471.820	423.009	354.887	381.665	280.096
10. Procesamiento de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
11. Uso de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
12. Disposición final de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
13. Activos arrendados aguas abajo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	49.622	9.154	4.588	3.288	2.778
14. Franquicias	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
15. Inversiones	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
16. Otras aguas arriba	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
17. Otras aguas abajo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Emisiones biogénicas de CO2	Toneladas métricas de CO2 equivalente	5	10	10	0	0
Variación porcentual respecto al año anterior		8,60%	19,80%	-6,00%	36,90%	0,00%
Variación porcentual respecto al año base		67,60%	54,20%	28,70%	36,90%	0,00%

Pie de tabla:

1) Exc: Excluido

2) N/A: No aplica



CHILE						
Otras emisiones de GEI indirectas (Alcance 3)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022	2021
Alcance 3	Toneladas métricas de CO2 equivalente	361.856	307.784	269.729	299.037	211.790
1. Bienes y servicios adquiridos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	1.372	1.154	1.852	1.830	1.328
2. Bienes de equipo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	EXC	EXC	EXC	EXC	EXC
3. Actividades relacionadas con combustible y energía (no incluidas en Alcance 1 o 2)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	31	19	18	23	21
4. Transporte y distribución aguas arriba	Toneladas métricas de CO2 equivalente	3	2	2	2	2
5. Residuos generados en operaciones	Toneladas métricas de CO2 equivalente	9.182	9.070	8.507	7.577	6.552
6. Viajes de negocios	Toneladas métricas de CO2 equivalente	1.133	1.358	966	536	223
7. Desplazamiento de empleados	Toneladas métricas de CO2 equivalente	3.018	3.065	2.185	2.284	3.019
8. Activos arrendados upstream	Toneladas métricas de CO2 equivalente	0	0	N/A	N/A	N/A
9. Transporte y distribución aguas abajo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	304.932	291.804	255.120	286.785	200.646
10. Procesamiento de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
11. Uso de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
12. Disposición final de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
13. Activos arrendados aguas abajo (met. ubicación)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	42.184	1.311	1.079	42.835	49.949
14. Franquicias	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
15. Inversiones	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
16. Otras aguas arriba	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
17. Otras aguas abajo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Emisiones biogénicas de CO2	Toneladas métricas de CO2 equivalente	0	0	0	0	0
Variación porcentual respecto al año anterior		17,60%	14,10%	-9,80%	41,20%	0,00%
Variación porcentual respecto al año base		70,90%	45,30%	27,40%	41,20%	0,00%

Pie de tabla:
1) Exc: Excluido
2) N/A: No aplica

PERÚ						
Otras emisiones de GEI indirectas (Alcance 3)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022	2021
Alcance 3	Toneladas métricas de CO2 equivalente	90.899	59.023	52.935	51.029	42.970
1. Bienes y servicios adquiridos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	173	181	244	220	212
2. Bienes de equipo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	EXC	EXC	EXC	EXC	EXC
3. Actividades relacionadas con combustible y energía (no incluidas en Alcance 1 o 2)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	2	2	3	6	4
4. Transporte y distribución aguas arriba	Toneladas métricas de CO2 equivalente	1	1	0	0	1
5. Residuos generados en operaciones	Toneladas métricas de CO2 equivalente	705	557	489	676	398
6. Viajes de negocios	Toneladas métricas de CO2 equivalente	199	251	72	79	0
7. Desplazamiento de empleados	Toneladas métricas de CO2 equivalente	316	303	210	241	165
8. Activos arrendados upstream	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
9. Transporte y distribución aguas abajo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	85.960	53.350	50.849	47.762	40.143
10. Procesamiento de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
11. Uso de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
12. Disposición final de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
13. Activos arrendados aguas abajo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	3.543	4.378	1.067	2.045	2.046
14. Franquicias	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
15. Inversiones	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
16. Otras aguas arriba	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
17. Otras aguas abajo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Emisiones biogénicas de CO2	Toneladas métricas de CO2 equivalente	2	1	1	S/I	S/I
Variación porcentual respecto al año anterior		54,00%	11,50%	3,70%	18,80%	0,00%
Variación porcentual respecto al año base		111,50%	37,40%	23,20%	18,80%	0,00%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.
2) Exc: Excluido
3) N/A: No aplica
4) S/I: Sin información



COLOMBIA						
Otras emisiones de GEI indirectas (Alcance 3)	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022	2021
Alcance 3	Toneladas métricas de CO2 equivalente	87.271	84.568	53.991	50.487	40.652
1. Bienes y servicios adquiridos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	268	258	336	323	216
2. Bienes de equipo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	EXC	EXC	EXC	EXC	EXC
3. Actividades relacionadas con combustible y energía (no incluidas en Alcance 1 o 2)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	16	38	34	5	16
4. Transporte y distribución aguas arriba	Toneladas métricas de CO2 equivalente	1	1	0	0	0
5. Residuos generados en operaciones	Toneladas métricas de CO2 equivalente	1.396	2.106	1.888	1.502	275
6. Viajes de negocios	Toneladas métricas de CO2 equivalente	493	567	214	136	0
7. Desplazamiento de empleados	Toneladas métricas de CO2 equivalente	274	279	159	160	106
8. Activos arrendados upstream	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
9. Transporte y distribución aguas abajo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	80.928	77.855	48.918	47.118	39.307
10. Procesamiento de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
11. Uso de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
12. Disposición final de productos vendidos	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
13. Activos arrendados aguas abajo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	3.895	3.465	2.442	1.243	732
14. Franquicias	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
15. Inversiones	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
16. Otras aguas arriba	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
17. Otras aguas abajo	Toneladas métricas de CO2 equivalente	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Emisiones biogénicas de CO2	Toneladas métricas de CO2 equivalente	3	9	9	S/I	S/I
Variación porcentual respecto al año anterior		3,20%	56,60%	6,90%	24,20%	0,00%
Variación porcentual respecto al año base		114,70%	108,00%	32,80%	24,20%	0,00%

Pie de tabla:
1) EXC: Excluido
2) N/A: No aplica
3) S/I: Sin información



Total emisiones consolidado alcance 1 y 2

TOTAL REGIONAL			
Alcance	Unidad de medida	2025	2024
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	285,140	3.038
Alcance 2 (met. Ubicación)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	22.008,00	21.755
Alcance 2 (met. Mercado)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	2.534,09	2.340
Alcance 3	Toneladas métricas de CO2 equivalente	540.025,20	451.375,00
Total (met. ubicación)		562.318,34	476.168,00
Total (met. mercado)		542.844,43	456.753,00

CHILE			
Alcance	Unidad de medida	2025	2024
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	134,26	2.516
Alcance 2 (met. Ubicación)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	17.277,47	17.103
Alcance 2 (met. Mercado)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	7,18	18
Alcance 3	Toneladas métricas de CO2 equivalente	361.855,85	307.784,00
Total (met. ubicación)		379.267,58	327.403,00
Total (met. mercado)		361.997,29	310.318,00

PERÚ			
Alcance	Unidad de medida	2025	2024
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	77,12	356
Alcance 2 (met. Ubicación)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	1.846,23	1.783
Alcance 2 (met. Mercado)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	631,37	581
Alcance 3	Toneladas métricas de CO2 equivalente	90.898,75	59.023,00
Total (met. ubicación)		92.822,10	61.162,00
Total (met. mercado)		91.607,24	59.960,00

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

COLOMBIA			
Alcance	Unidad de medida	2025	2024
Alcance 1	Toneladas métricas de CO2 equivalente	73,76	166
Alcance 2 (met. Ubicación)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	2.884,30	2.869
Alcance 2 (met. Mercado)	Toneladas métricas de CO2 equivalente	1.895,54	1.741
Alcance 3	Toneladas métricas de CO2 equivalente	87.271	84.568
Total (met. ubicación)		90.229	87.603
Total (met. mercado)		89.240	86.475



Compromiso eliminación del uso de HC en sistemas de clima

Año 2025	Chile		Perú		Colombia		Regional		% de avance meta
Tipo de Equipo	Total equipos con R22	Total equipos cambiados y con cambio de refrigerante	Total equipos con R22	Total equipos cambiados y con cambio de refrigerante	Total equipos con R22	Total equipos cambiados y con cambio de refrigerante	Total equipos con R22	Total equipos cambiados y con cambio de refrigerante	
Chiller	8	0	0	0	0	0	8	0	
Equipo compacto	45	0	0	0	0	0	45	0	
Rooftop	96	15	18	13	0	0	114	28	
Split	8	0	13	0	0	0	21	0	
TOTAL	157	15	31	13	0	0	188	28	

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Año 2024	Chile		Perú		Colombia		Regional		% de avance meta
Tipo de Equipo	Total equipos con R22	Total equipos con cambio de refrigerante	Total equipos con R22	Total equipos con cambio de refrigerante	Total equipos con R22	Total equipos con cambio de refrigerante	Total equipos con R22	Total equipos con cambio de refrigerante	
Chiller	1		0	0			1	0	
Equipo compacto	32		0	0			32	0	
Rooftop	61	15	18	0			79	15	
Split	6		0	0			6	0	
TOTAL	100	15	18	0	0	0	118	15	

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Cobertura de datos del consumo energético

SASB IF-RE-130a.1

2025						
Cobertura de datos	País	Superficie total construida (m2)	Superficie total arrendable de suelo (m2)	Cobertura de datos de consumo de energía (m2)	% de cobertura de datos de consumo de energía (% por área de suelo)	% de arrendatarios que se miden por separado en cuanto al consumo de energía
Centros Comerciales	Chile	4.006.705	1.459.773	3.620.097	90,40%	26,50%
	Perú	1.412.216	650.178	1.187.690	84,10%	35,8%
	Colombia	768.634	284.166	627.991	81,70%	60,8%
	Total	6.187.555	2.394.117	5.435.778	87,90%	31,4%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

2024						
Cobertura de datos	País	Superficie total construida (m2)	Superficie total arrendable de suelo (m2)	Cobertura de datos de consumo de energía (m2)	% de cobertura de datos de consumo de energía (% por área de suelo)	% de arrendatarios que se miden por separado en cuanto al consumo de energía
Centros Comerciales	Chile	4.114.765	1.438.521	4.114.765	100,00%	9,40%
	Perú	1.311.487	621.394	1.220.971	93,10%	S/I
	Colombia	697.442	278.076	697.442	100,00%	S/I
	Total	6.123.694	2.337.990	6.033.178	98,50%	S/I

Pie de tabla:
1) S/I: Sin información.
2) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza



Cobertura de datos de consumo energético renovables y no renovable

REGIONAL					
Energía total consumida	Unidad	2025	2024	2023	2022
Total energía no renovable consumida	MWh	34.009	37.757	35.116	41.688
Total energía renovable consumida	MWh	339.851	335.411	330.090	298.200
Total energía consumida	MWh	373.860	373.167	365.206	339.887
Cobertura de datos (como % del denominador)	Porcentaje de: GLA	100%	100%	100%	100%

CHILE					
Energía total consumida	Unidad	2025	2024	2023	2022
Total energía no renovable consumida	MWh	1.697	3.662	3.752	574
Total energía renovable consumida	MWh	251.810	247.769	243.319	237.111
Total energía consumida	MWh	253.507	251.431	247.071	237.685
Cobertura de datos (como % del denominador)	Porcentaje de: GLA	100%	100%	100%	100%

PERÚ					
Energía total consumida	Unidad	2025	2024	2023	2022
Total energía no renovable consumida	MWh	9.584	8.972	8.706	16.914
Total energía renovable consumida	MWh	79.495	80.627	81.110	61.089
Total energía consumida	MWh	89.079	89.598	89.816	78.002
Cobertura de datos (como % del denominador)	Porcentaje de: GLA	100%	100%	100%	100%

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza

COLOMBIA					
Energía total consumida	Unidad	2025	2024	2023	2022
Total energía no renovable consumida	MWh	22.728	25.123	22.658	24.200
Total energía renovable consumida	MWh	8.546	7.015	5.661	0
Total energía consumida	MWh	31.274	32.138	28.319	24.200
Cobertura de datos (como % del denominador)	Porcentaje de: GLA	100%	100%	100%	100%



Consumo energético

SASB IF-RE-130a.2 / GRI 302-1e

2025								
Consumo energético		Consumo total de energía (GJ)	Consumo de energía de red eléctrica (GJ)	% de energía consumida de red eléctrica	% de cobertura de datos de consumo de energía (% por área de suelo)	Consumo de energía proveniente de energías no renovables (GJ)	Consumo de energía proveniente de energías renovables (GJ)	% de energía consumida de energía renovable
Centros Comerciales	Chile	912.625	908.173	99,50%	100%	6.108	906.517	99,30%
	Perú	320.683	320.575	100,00%	100%	34.503	286.180	89,20%
	Colombia	112.672	109.553	97,20%	100,00%	81.906	30.766	27,30%
	Regional	1.345.980	1.338.301	99,40%	100,00%	122.517	1.223.463	90,90%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

2024								
Consumo energético		Consumo total de energía (GJ)	Consumo de energía de red eléctrica (GJ)	% de energía consumida de red eléctrica	% de cobertura de datos de consumo de energía (% por área de suelo)	Consumo de energía proveniente de energías no renovables (GJ)	Consumo de energía proveniente de energías renovables (GJ)	% de energía consumida de energía renovable
Centros Comerciales	Chile	905.151	904.387	99,90%	100%	13.181	891.970	98,50%
	Perú	322.556	322.517	100,00%	73.9%	32.299	290.257	90,00%
	Colombia	115.695	111.594	96,50%	100,00%	90.442	25.253	21,80%
	Regional	1.343.402	1.338.498	99,60%	100,00%	135.922	1.207.480	89,90%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

2023								
Consumo energético		Consumo total de energía (GJ)	Consumo de energía de red eléctrica (GJ)	% de energía consumida de red eléctrica	% de cobertura de datos de consumo de energía (% por área de suelo)	Consumo de energía proveniente de energías no renovables (GJ)	Consumo de energía proveniente de energías renovables (GJ)	% de energía consumida de energía renovable
Centros Comerciales	Chile	889.456	889.456	100,00%	100%	13.507	875.948	98,50%
	Perú	323.336	323.299	100,00%	100%	31.342	291.995	90,30%
	Colombia	101.948	98.199	96,30%	100,00%	81.569	20.380	20,00%
	Regional	1.314.740	1.310.954	99,70%	100,00%	126.418	1.188.323	90,40%

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



Variación del consumo energético

SASB IF-RE-130a.3

Variación del consumo energético		2022-2023	2023-2024	2024-2025
Centros comerciales	Chile	3,90%	1,80%	0,80%
	Perú	15,10%	-0,20%	-0,60%
	Colombia	17,00%	13,50%	-2,70%
	Regional	7,40%	2,20%	0,20%

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza

Generación de energía en el sitio

Proyectos de construcción y renovación	2025 REGIONAL (%)
Porcentaje de proyectos diseñados para generar energía en el sitio	13,50%
Porcentaje de proyectos diseñados para cumplir con los estándares de energía neta cero	0,00%
Energía renovable total producida en el sitio como porcentaje del uso total de energía para estos proyectos	4,00%

Pie de tabla:
1) La data incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza
2) Durante el 2025 se desarrolló el proyecto de energía solar fotovoltaica tipo arport en Mallplaza Vespucio, con una potencia de 1,23 MWp y una generación de 2,1 GWh/Año.
3) Se cuenta con un 13,5% del portafolio con proyectos de autogeneración in situ, manteniendo la operación de plantas solares en Cartagena, Arequipa, Calama, Copiapó y Vespucio.
4) Para el año 2025 la energía renovable total producida en sitio fue de un 4%, lo cual se calculó considerando la energía autogenerada v/s el consumo total de los centros comercial con sistemas solares instalados.
5) Mallplaza ha desarrollado un estudio a nivel regional para incorporar energía solar fotovoltaica en los centros comerciales, donde se ha determinado un potencial para instalar de 10,6 MWp, equivalente a una autogeneración de 18,9 GWh/Año, lo que podría agregar un 5% de autogeneración a nivel regional. Se proyecta continuar con nuevos proyectos para el año 2026.



Intensidad del consumo energético

GRI 302-3b / GRI 302-3a / MP 17

REGIONAL			
Intensidad del consumo energético	Unidad de medida	2025	2024
Consumo energético	kWh	373.859.695	373.167.449
Consumo directo	kWh	118.475.907	118.790.406
Denominador	m2 GLA	2.371.820	2.337.990
Intensidad directa de consumo energía (compromiso):	kWh/m2 GLA	49,95	50,81
Intensidad total de consumo energía:	kWh/m2 GLA	157,63	159,61

CHILE			
Intensidad del consumo energético	Unidad de medida	2025	2024
Consumo energético	kWh	253.506.595	251.430.941
Consumo directo	kWh	85.489.697	84.626.083
Denominador	m2 GLA	1.459.773	1.438.521
Intensidad directa de consumo energía (compromiso):	kWh/m2 GLA	58,56	58,83
Intensidad total de consumo energía:	kWh/m2 GLA	173,66	174,78

PERÚ			
Intensidad del consumo energético	Unidad de medida	2025	2024
Consumo energético	kWh	89.078.797	89.598.913
Consumo directo	kWh	19.712.270	20.404.221
Denominador	m2 GLA	627.882	621.394
Intensidad directa de consumo energía (compromiso):	kWh/m2 GLA	31,39	32,84
Intensidad total de consumo energía:	kWh/m2 GLA	141,87	144,19

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

COLOMBIA			
Intensidad del consumo energético	Unidad de medida	2025	2024
Consumo energético	kWh	31.274.303	32.137.595
Consumo directo	kWh	13.273.940	13.760.102
Denominador	m2 GLA	284.166	278.076
Intensidad directa de consumo energía (compromiso):	kWh/m2 GLA	46,71	49,48
Intensidad total de consumo energía:	kWh/m2 GLA	110,06	115,57



Cobertura de calificación energética

SASB IF-RE-130a.4

Cobertura de calificación energética	2025		2024		2023	
	% de la cartera cualificada que tenga una calificación energética	% de la cartera cualificada que tenga una certificación ENERGY STAR	% de la cartera cualificada que tenga una calificación energética	% de la cartera cualificada que tenga una certificación ENERGY STAR	% de la cartera cualificada que tenga una calificación energética	% de la cartera cualificada que tenga una certificación ENERGY STAR
Chile	23,50%	N/A	23,50%	N/A	23,50%	NA
Perú	13,30%	N/A	13,30%	NA	13,30%	NA
Colombia	60,00%	N/A	40,00%	N/A	50,00%	NA
Regional	24,30%	N/A	30,80%	N/A	32,00%	NA

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza

Medidas de eficiencia energética

Programa 1 del 2025	
Tipo de Programa de Eficiencia Energética implementado:	Sistema Gestión de Energía
Descripción del Programa de Eficiencia Energética implementado:	Mallplaza mantiene un Sistema de Gestión de Energía (SGE) certificado ISO 50001:2018 para Chile, Perú y Colombia. Durante 2025 se avanzó en la regionalización de los procesos para mantener un mismo estándar de gestión energética en todos sus centros comerciales, auditando el sistema de gestión a nivel regional. El sistema ha permitido monitorear el desempeño energético, implementando las acciones necesarias para la mejora continua y generando beneficios económicos, ambientales y sociales. La inversión incluye un equipo central de gestión energética dedicado a operar el sistema y a definir e implementar mejoras, además de coordinadores locales. El ahorro estimado por el mantenimiento del sistema es de 3196 MWH/Año.
% de la cartera cubierta (por ejemplo, como % del total de metros cuadrados, GLA, ingresos netos por alquiler)	100%
Ahorro estimado (MWh)	3.196
% ROI estimado	287%

Programa 2 del 2025	
Tipo de Programa de Eficiencia Energética implementado:	Equipos de calefacción, ventilación y aire acondicionado energéticamente eficientes
Descripción del Programa de Eficiencia Energética implementado:	Mallplaza dispone de un sistema de control centralizado para el funcionamiento de sus sistemas de iluminación y climatización. Este sistema está atendido todos los días del año, durante el horario comercial del centro comercial. El sistema garantiza la operación y programación remota de los equipos relacionados con la energía para optimizar su rendimiento. Es un gran logro disponer de esta tecnología a nivel regional en Chile, Perú y Colombia. Durante el años 2025, se potencio la operación del sistema BMS en Perú extendiendolo a nuevos centros comerciales como son: Piura, Huancayo y Angamos. Además, se realizó un proyecto denominado "Smart Mall" en Mallplaza Oeste, el cual automatiza la operación en tiempo real a través de Inteligencia Artificial, lo cual genera un nuevo y más alto estándar para nuestros sistemas actuales.
% de la cartera cubierta (por ejemplo, como % del total de metros cuadrados, GLA, ingresos netos por alquiler)	90%
Ahorro estimado (MWh)	5.339
% ROI estimado	38%

Programa 3 del 2025	
Tipo de Programa de Eficiencia Energética implementado:	Red eléctrica inteligente/tecnología de la construcción
Descripción del Programa de Eficiencia Energética implementado:	Mallplaza ha continuado la implementación de un sistema de monitoreo eléctrico remoto, llegando en 2025 a 21 centros comerciales de la región. Para 2025 se realizaron importantes avances en Perú, logrando un 47% de los centros con esta tecnología, siendo los más relevantes de la cartera, mientras que en Chile la tecnología alcanza el 82% de los centros comerciales. Los 14 centros implementados en Chile son: PAR, PAN, PCO, PLS, PNO, PLD, PEG, POE, PTO, PSU, PTR, PVE, PAL y PLA, mientras que en Perú son PAQ, TRU, PBE , PCO PPIU, PANG Y PHYO . El sistema permite realizar lecturas eléctricas de las instalaciones en tiempo real y análisis energéticos de las acometidas generales o sectoriales.
% de la cartera cubierta (por ejemplo, como % del total de metros cuadrados, GLA, ingresos netos por alquiler)	73,5% (Desde GLA)
Ahorro estimado (MWh)	5.250
% ROI estimado	190%



Arrendatarios que miden por separado el consumo energético

SASB IF-RE-410a.2

	2025	2024	2023
Arrendatarios que se miden o submiden por separado en cuanto al consumo de electricidad de la red	% de arrendatarios que se miden por separado en cuanto al consumo de energía	% de arrendatarios que se miden por separado en cuanto al consumo de energía	% de arrendatarios que se miden por separado en cuanto al consumo de energía
Chile	26,50%	9,40%	18,30%
Perú	35,80%	S/I	0,00%
Colombia	60,80%	S/I	S/I
Regional	31,40%	S/I	

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza
2) Para Perú, en Open Plaza se cuenta con un 15% de los arrendatarios que se miden por separado en cuanto al consumo de energía.
3) S/I: Sin información.

Programa de eficiencia hídrica

REGIONAL 2025				
Tipo de programa de eficiencia hidrica implementado	% del portafolio cubierto (por ejemplo como % del total de metros cuadrados, GLA (Área Bruta Alquilable), ingreso neto total)	Ahorros estimados (m3)	% Estimado de ROI (Return of Investment)	Descripción del programa
Sistema de Aguas Lluvias Categoría: Reutilización de aguas pluviales y grises	3%	9418	48%	En Mallplaza Cali se ha implementado un sistema de recuperación de aguas lluvias que disminuye el consumo de áreas comunes. Durante 2025 se observa un ahorro de 9418 m3.
Accesorios de alta eficiencia Categoría: Uso de artefactos de alta eficiencia	94%	21339	43%	Durante 2025 Mallplaza realizó el reemplazo y ajustes de gifrerías para asegurar su eficiencia hídrica, en 28 centros comerciales.
Eficiencia hídrica en Paisajismo Categoría: Uso de artefactos de alta eficiencia.	22%	519	17%	Durante el año 2025 se realizaron diversos proyectos para mejorar el sistema de riego de paisajimos. Los proyectos consideraron eliminar el riego manual e instalar sistemas de riego tecnificado y automatizado con controladores.



Cobertura de datos de agua extraída

SASB IF-RE-140a.1

2025								
Cobertura de datos de agua extraída	Países	Superficie total construida (m2)	Superficie total arrendable de suelo	Cobertura de datos de extracción del agua (m2)	% de cobertura de datos de extracción de agua (% por área de suelo)	Superficie total construida en zonas de estrés hídrico alto o extremadamente alto (m2)	Cobertura de datos de extracción de agua en zonas con estrés hídrico	% de cobertura de datos de extracción de agua en zonas de estrés hídrico (% por área de suelo)
Centros comerciales	Chile	4.006.705	1.459.773	3.620.097	90%	4.006.705	4.006.705	100,00%
	Perú	1.412.216	650.178	1.187.690	84%	1.221.205	1.094.761	89,60%
	Colombia	768.634	284.166	627.991	82%	0	0	0,00%
	Regional	6.187.555	2.394.117	5.435.778	88%	5.227.910	5.101.466	97,60%

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza

2024								
Cobertura de datos de agua extraída	Países	Superficie total construida (m2)	Superficie total arrendable de suelo	Cobertura de datos de extracción del agua (m2)	% de cobertura de datos de extracción de agua (% por área de suelo)	Superficie total construida en zonas de estrés hídrico alto o extremadamente alto (m2)	Cobertura de datos de extracción de agua en zonas con estrés hídrico	% de cobertura de datos de extracción de agua en zonas de estrés hídrico (% por área de suelo)
Centros comerciales	Chile	4.114.765	1.438.521	4.114.765	100%	3.515.707	3.515.707	100,00%
	Perú	1.311.487	621.394	1.220.971	93%	1.145.962	1.145.962	100,00%
	Colombia	697.442	278.076	697.442	100%	0	0	0,00%
	Regional	6.123.694	2.337.990	6.033.178	99%	4.661.669	4.661.669	100,00%

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza

2023								
Cobertura de datos de agua extraída	Países	Superficie total construida (m2)	Superficie total arrendable de suelo	Cobertura de datos de extracción del agua (m2)	% de cobertura de datos de extracción de agua (% por área de suelo)	Superficie total construida en zonas de estrés hídrico alto o extremadamente alto (m2)	Cobertura de datos de extracción de agua en zonas con estrés hídrico	% de cobertura de datos de extracción de agua en zonas de estrés hídrico (% por área de suelo)
Centros comerciales	Chile	4.003.887	1.433.843	3.988.247	100%	3.386.304	3.386.304	100,00%
	Perú	708.397	300.734	706.030	100%	708.397	708.397	100,00%
	Colombia	444.312	208.712	444.312	100%	0	0	0,00%
	Regional	5.156.596	1.943.289	5.138.589	100%	4.094.701	4.094.701	100,00%

Pie de tabla:
1) La data de Perú no incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza



Extracción de agua en zonas de estrés hídrico

SASB IF-RE-140a.2 / GRI 303-3 / SASB IF-RE-140a.1

Extracción de agua en zonas de estrés hídrico:	Países	2025			2024			2023		
		Total extracción agua (m3)	Extracción de agua en zonas de estrés hídrico (m3)	Porcentaje zonas de estrés hídrico (%)	Total extracción agua (m3)	Extracción de agua en zonas de estrés hídrico (m3)	Porcentaje zonas de estrés hídrico (%)	Total extracción agua (m3)	Extracción de agua en zonas de estrés hídrico (m3)	Porcentaje zonas de estrés hídrico (%)
Centros comerciales	Chile	2.363.476	2.363.476	100%	2.392.372	2.076.228	87%	2.368.469	2.215.487	94%
	Perú	848.258	757.392	89%	804.042	732.352	91%	788.199	703.155	89%
	Colombia	377.524	0	0%	363.581	0	0%	299.792	0	0%
	Regional	3.589.258	3.120.868	87%	3.559.995	2.808.580	79%	3.456.460	2.918.642	84%

Pie de tabla:
1) Instalaciones en zonas de estrés hídrico alto:
En Chile: Mallplaza Trébol, Mallplaza Los Ángeles y Mallplaza Bio Bio.
En Perú: Ninguna instalación.
En Colombia: Ninguna instalación.
2) Instalaciones en zonas de estrés hídrico extremadamente alto:
En Chile: Mallplaza Calama, Mallplaza Antofagasta, Mallplaza Iquique, Mallplaza Alameda, Mallplaza Arica, Mallplaza Copiapó, Mallplaza Egaña, Mallplaza Los Dominicos, Mallplaza La Serena, Mallplaza Norte, Mallplaza Oeste, Mallplaza Sur, Mallplaza Tobalaba y Mallplaza Vespucio.
En Perú: Mallplaza Piura, Open Chinclayo, Mallplaza Trujillo, Open Trujillo, Mallplaza Angamos, Mallplaza Bellavista, Mallplaza Comas, Open Marina, Open Callao, Open Atocongo, Mallplaza Arequipa y Open Cajamarca.
En Colombia: Ninguna instalación.
3) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza

Variación en la extracción de agua

SASB IF-RE-140a.3

Variación en la extracción de agua:		2022-2023	2023-2024	2024-2025
Centros comerciales	Chile	2,40%	1,00%	-1,20%
	Perú	22,00%	2,00%	5,50%
	Colombia	7,40%	21,30%	3,80%
	Regional	6,70%	3,00%	0,80%

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza

Extracción y descarga de agua

Extracción y descarga de agua:	Unidades	2025	2024	2023	2022
A. Extracción de agua (excluyendo agua salada)	Millones de m3	3,59	3,56	3,46	3,24
B. Descarga de agua (excluyendo agua salada)	Millones de m3	3,17	0	0	0
Consumo neto total de agua dulce (A-B)	Millones de m3	0,42	3,56	3,46	3,24
Cobertura de la información	%	100%	100%	100%	100%



Extracción de agua

GRI 303-3a / GRI 303-3b / GRI 303-5d

TOTAL REGIONAL								
Extracción de agua			2025			2024		
Fuente	Tipo	Unidad de medida	Extracción en zonas con estrés hídrico	Extracción en otras zonas	Total agua Extraída	Extracción en zonas con estrés hídrico	Extracción en otras zonas	Total agua Extraída
Aguas superficiales	Dulce	Millones de m3	0	0	0	0	0	0
Aguas subterráneas	Dulce	Millones de m3	0,46	0,039	0,499	0,378	0,021	0,399
Agua marina	Salada	Millones de m3	0	0	0	0	0	0
Agua provista por terceros	Dulce	Millones de m3	2,661	0,429	3,09	2,431	0,73	3,16
Total		Millones de m3	3,121	0,468	3,589	2,809	0,751	3,56

Pie de tabla:
1) El consumo de agua se obtiene desde la facturación de proveedores de agua local y de medidores instalados en pozos.
2) El consumo de agua directo de Mallplaza se calcula de forma mensual en un Informe de gasto común. Al consumo total de Mallplaza se descuenta el consumo de los locales en base a sus medidores de agua. (Consumo directo = consumo total Mallplaza - Consumo locales)
3) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

CHILE								
Extracción de agua			2025			2024		
Fuente	Tipo	Unidad de medida	Extracción en zonas con estrés hídrico	Extracción en otras zonas	Total agua Extraída	Extracción en zonas con estrés hídrico	Extracción en otras zonas	Total agua Extraída
Aguas superficiales	Dulce	Millones de m3	0	0	0	0	0	0
Aguas subterráneas	Dulce	Millones de m3	0,182	0	0,182	0,091	0	0,091
Agua marina	Salada	Millones de m3	0	0	0	0	0	0
Agua provista por terceros	Dulce	Millones de m3	2,181	0	2,181	1,985	0,316	2,301
Total		Millones de m3	2,363	0	2,363	2,076	0,316	2,392

PERÚ								
Extracción de agua			2025			2024		
Fuente	Tipo	Unidad de medida	Extracción en zonas con estrés hídrico	Extracción en otras zonas	Total agua Extraída	Extracción en zonas con estrés hídrico	Extracción en otras zonas	Total agua Extraída
Aguas superficiales	Dulce	Millones de m3	0	0	0	0	0	0
Aguas subterráneas	Dulce	Millones de m3	0,278	0,039	0,317	0,286	0,021	0,308
Agua marina	Salada	Millones de m3	0	0	0	0	0	0
Agua provista por terceros	Dulce	Millones de m3	0,48	0,051	0,531	0,446	0,051	0,497
Total		Millones de m3	0,757	0,091	0,848	0,732	0,072	0,805

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



COLOMBIA								
Extracción de agua			2025			2024		
Fuente	Tipo	Unidad de medida	Extracción en zonas con estrés hídrico	Extracción en otras zonas	Total agua Extraída	Extracción en zonas con estrés hídrico	Extracción en otras zonas	Total agua Extraída
Aguas superficiales	Dulce	Millones de m3	0	0	0	0	0	0
Aguas subterráneas	Dulce	Millones de m3	0	0	0	0	0	0
Agua marina	Salada	Millones de m3	0	0	0	0	0	0
Agua provista por terceros	Dulce	Millones de m3	0	0,378	0,378	0	0,363	0,363
Total		Millones de m3	0	0,378	0,378	0	0,363	0,363

Intensidad del consumo de agua

SASB IF-RE-140a.4

REGIONAL					
Intensidad del consumo de agua	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Consumo de agua total	m3	4.183.037	3.559.995	3.456.460	3.238.373
Consumo directo	m3	1.815.626	1.847.132	1.784.068	1.676.097
Denominador (GLA Arrendable)	m2 GLA	2.371.820	2.337.990	2.263.853	1.942.787
Intensidad del consumo directo de agua (compromiso):	m3/m2 GLA	0,77	0,79	0,79	0,86
Intensidad total de consumo de agua:	m3/m2 GLA	1,76	1,52	1,53	1,67

Pie de tabla:
1) La meta establecida por Mallplaza es alcanzar un 30% de disminución en intensidad hídrica durante el 2025.
2) El consumo directo regional en el mes de diciembre 2025 es de 0,066 m3/GLA equivalente a 134.682 m3/mes.

CHILE					
Intensidad del consumo de agua	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Consumo de agua total	m3	2.363.476	2.392.372	2.368.469	2.313.407
Consumo directo	m3	1.294.039	1.336.135	1.303.371	1.332.022
Denominador (GLA Arrendable)	m2 GLA	1.459.773	1.438.521	1.433.843	1.425.316
Intensidad del consumo directo de agua (compromiso):	m3/m2 GLA	0,89	0,93	0,91	0,93
Intensidad total de consumo de agua:	m3/m2 GLA	1,62	1,66	1,65	1,62

PERÚ					
Intensidad del consumo de agua	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Consumo de agua total	m3	1.442.037	804.042	788.199	645.892
Consumo directo	m3	412.850	381.625	351.372	145.579
Denominador (GLA Arrendable)	m2 GLA	627.882	621.394	621.298	302.812
Intensidad del consumo directo de agua (compromiso):	m3/m2 GLA	0,66	0,61	0,57	0,48
Intensidad total de consumo de agua:	m3/m2 GLA	2,3	1,29	1,27	2,13

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza



COLOMBIA					
Intensidad del consumo de agua	Unidad de medida	2025	2024	2023	2022
Consumo de agua total	m3	377.524	363.581	299.792	279.074
Consumo directo	m3	108.737	129.372	129.325	198.496
Denominador (GLA Arrendable)	m2 GLA	284.166	278.076	208.712	214.659
Intensidad del consumo directo de agua (compromiso):	m3/m2 GLA	0,38	0,47	0,62	0,92
Intensidad total de consumo de agua:	m3/m2 GLA	1,33	1,31	1,44	1,3

Arrendatarios que miden por separado el consumo de agua

SASB IF-RE-410a.2

Arrendatarios que se miden o submiden por separado en cuanto al consumo de agua	2025	2024	2023
	% de arrendatarios que se miden por separado en cuanto al agua extraída	% de arrendatarios que se miden por separado en cuanto al agua extraída	% de arrendatarios que se miden por separado en cuanto al agua extraída
Chile	0%	0%	0%
Perú	0,10%	0,10%	SI
Colombia	S/I	S/I	S/I
Regional	S/I		

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza. 2) S/I: Sin información

Vertido de agua

GRI 303-4a / GRI 303-4c

REGIONAL						
Vertido de agua				2025		
Destino		Tipo	Unidad de medida	Vertido en zonas con estrés hídrico	Vertido en otras zonas	Total agua Vertida
Aguas superficiales		Dulce	Millones de m3	0	0	0
Aguas subterráneas		Dulce	Millones de m3	0,394	0,033	0,427
Agua marina		Salada	Millones de m3	0	0	0
Agua provista por terceros		Dulce	Millones de m3	2,362	0,382	2,744
Total			Millones de m3	2,756	0,415	3,171

Pie de tabla:
1) Según el estudio de Huella de Agua 2023 elaborado por Proyectae, el vertido de agua corresponde al 90% de la extracción en Chile, al 83% en Perú y al 90% en Colombia.
2) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



CHILE						
Vertido de agua				2025		
Destino		Tipo	Unidad de medida	Vertido en zonas con estrés hídrico	Vertido en otras zonas	Total agua Vertida
Aguas superficiales		Dulce	Millones de m3	0	0	0
Aguas subterráneas		Dulce	Millones de m3	0,164	0	0,164
Agua marina		Salada	Millones de m3	0	0	0
Agua provista por terceros		Dulce	Millones de m3	1,963	0	1,963
Total			Millones de m3	2,127	0	2,127

Pie de tabla:
1) Para el vertido de agua (GRI 303-4) en Chile, se considera que corresponde al 90% de la extracción total de agua según el estudio de Huella de Agua 2023 elaborado por Proyectae.

PERÚ						
Vertido de agua				2025		
Destino		Tipo	Unidad de medida	Vertido en zonas con estrés hídrico	Vertido en otras zonas	Total agua Vertida
Aguas superficiales		Dulce	Millones de m3	0	0	0
Aguas subterráneas		Dulce	Millones de m3	0,23	0,033	0,263
Agua marina		Salada	Millones de m3	0	0	0
Agua provista por terceros		Dulce	Millones de m3	0,398	0,043	0,441
Total			Millones de m3	0,629	0,075	0,704

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.
2) Para el vertido de agua (GRI 303-4) en Perú, se considera que corresponde al 83% de la extracción total de agua según el estudio de Huella de Agua 2023 elaborado por Proyectae.

COLOMBIA						
Vertido de agua				2025		
Destino		Tipo	Unidad de medida	Vertido en zonas con estrés hídrico	Vertido en otras zonas	Total agua Vertida
Aguas superficiales		Dulce	Millones de m3	0	0	0
Aguas subterráneas		Dulce	Millones de m3	0	0	0
Agua marina		Salada	Millones de m3	0	0	0
Agua provista por terceros		Dulce	Millones de m3	0	0,34	0,34
Total			Millones de m3	0	0,34	0,34

Pie de tabla:
1)Para el vertido de agua (GRI 303-4) en Colombia, se considera que corresponde al 90% de la extracción total de agua según el estudio de Huella de Agua 2023 elaborado por Proyectae.



Consumo de agua

GRI 303-5a / GRI 303-5b

Consumo Total 2025				
País	Unidad de medida	2025		
		Consumo en zonas con estrés hídrico	Consumo en otras zonas	Total agua consumida
Chile	Millones de m3	0,236	0	0,236
Perú	Millones de m3	0,129	0,015	0,144
Colombia	Millones de m3	0	0,038	0,038
Regional	Millones de m3	0,365	0,053	0,418

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.
2) El consumo reportado se calcula a partir de la diferencia entre la extracción y el vertido de agua

Generación total de residuos

GRI 306-3a

Generación total de residuos	Unidad de medida	2025			2024		
		Residuos no peligrosos	Residuos peligrosos	Total	Residuos no peligrosos	Residuos peligrosos	Total
Chile	Toneladas (ton)	31.491,92	8,77	31.500,69	23.245,89	21,93	23.267,82
Perú	Toneladas (ton)	3.100,43	0,25	3.100,68	1.616,25	0,08	1.616,33
Colombia	Toneladas (ton)	6.750,05	0	6.750,05	5.562,06	0	5.562,06
Regional	Toneladas (ton)	41.342,40	9,03	41.351,43	30.424,20	22	30.446,20

Pie de tabla:
1) Los datos reportados consideran los residuos generados en: administraciones (oficinas Mallplaza), espacios comunes visitantes, locales menores, locales medianos y locales food.
2) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.
3) En Perú, los datos reportados de residuos peligrosos son los generados solo por Mallplaza Trujillo.

Métodos de valorización de residuos (métodos de NO eliminación)

GRI 306-4a / GRI 306-4b / GRI 306-4c /GRI 306-4d / MP 19

Métodos de valorización de residuos (métodos de NO eliminación) - Toneladas (ton)	2025							
	Chile		Perú		Colombia		Regional	
	Instalaciones	Fuera de las instalaciones	Instalaciones	Fuera de las instalaciones	Instalaciones	Fuera de las instalaciones	Instalaciones	Fuera de las instalaciones
Compostaje	142,2	1796,1	-	437,48	-	1146,16	142,2	3.379,74
Lodos grasos sust.	-	1325,8	-	-	-	726,82	-	2052,62
Orgánicos (interno) : Composteras y digestor	142,2	-	-	-	-	-	142,2	-
Organicos (externo)	-	470,3	-	437,48	-	419,34	-	1327,12
Reciclaje total	-	4.226,05	-	441,28	-	737,3	-	5.404,63
Cartones	-	3,409,30	-	391,64	-	545,49	-	4.346,43
Aceite usado	-	536,3	-	-	-	-	-	536,3
Plastico film	-	7,48	-	16,25	-	36,75	-	60,48
Vidrio	-	40,8	-	1,34	-	104,99	-	147,13
Latas	-	5,3	-	1,2	-	5,07	-	11,57
Envases plásticos	-	165,3	-	18,42	-	15,18	-	198,9
Papel	-	1,98	-	1,08	-	26,99	-	30,05
Tetrapack	-	2,58	-	0,55	-	0,18	-	3,31
Chatarra	-	57,01	-	-	-	1,71	-	58,72
Residuos electrónicos	-	-	-	-	-	0,94	-	0,94
Otros (plastico duro)	-	-	-	8,78	-	-	-	8,78
Otros (caucho)	-	-	-	2,02	-	-	-	2,02
Total	142,2	6.022,15	-	878,76	-	1883,46	142,2	8.784,37

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Métodos de valorización de residuos (métodos de NO eliminación) - Toneladas (ton)	2024							
	Chile		Perú		Colombia		Regional	
	Instalaciones	Fuera de las instalaciones	Instalaciones	Fuera de las instalaciones	Instalaciones	Fuera de las instalaciones	Instalaciones	Fuera de las instalaciones
Compostaje	91,4	847,2	-	269,1	-	354,86	91,4	1.471,16
Lodos grasos sust.	-	725,5	-	-	-	-	-	725,5
Orgánicos (interno) : Composteras y digestor	91,4	-	-	-	-	-	91,4	-
Organicos (externo)	-	121,7	-	269,1	-	354,86	-	745,66
Reciclaje total	-	3.586,40	-	284,71	-	634,9	-	4.506,01
Cartones	-	3,145,80	-	238,55	-	455,22	-	3.839,57
Aceite usado	-	383,9	-	-	-	-	-	383,9
Plastico film	-	12,4	-	14,69	-	23,87	-	50,96
Vidrio	-	27,5	-	1,03	-	108,28	-	136,81
Latas	-	0,9	-	3,26	-	2,5	-	6,66
Botellas PET	-	11	-	15,77	-	15,21	-	41,98
Papel	-	3,3	-	3,1	-	23,68	-	30,08
Tetrapack	-	-	-	0,59	-	2,32	-	2,91
Chatarra	-	1,6	-	-	-	3,82	-	5,42
Residuos electrónicos	-	-	-	-	-	-	-	-
Plástico duro	-	-	-	5,58	-	-	-	5,58
Caucho	-	-	-	2,14	-	-	-	2,14
Total	91,4	4.433,60	-	553,81	-	989,76	91,4	5.977,17

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



Tipo de tratamiento de residuos

GRI 306-5a / GRI 306-5b / GRI 306-5c / GRI 306-4a

Tipo de tratamiento de residuos - Toneladas (ton)	2025							
	Chile		Perú		Colombia		Regional	
	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos
Reutilización	0	0	0	0	0	0	0	0
Reciclaje	4.226,05	0	441,28	0	737,3	0	5.404,63	0
Compostaje	1.938,30	0	437,48	0	1.146,16	0	3.521,94	0
Digestores	0	0	0	0	0	0	0	0
Valorización energética: Generación de biogas (no incinerado)	6.061,00	0	0	0	0	0	6.061,00	0
Total valorización	12.225,35	0	878,76	0	1.883,46	0	14.987,57	0
Incineración (con recuperación energética)	0	0,14	0	0	0	0	0	0,14
Incineración (sin recuperación energética)	0	0	0	0	0	0	0	0
Relleno sanitario	13.102,22	0	1.342,91	0	2.983,13	0	17.428,26	0
Otra eliminación: Relleno de seguridad	0	8,63	0	0,25	0	0	0	8,89
Total eliminación	13.102,22	8,77	1.342,91	0,25	2.983,13	0	17.428,26	9,03
TOTAL RESIDUOS	25.327,57	8,77	2.221,67	0,25	4.866,59	0	32.415,83	9,03
% de Cobertura	100%	100%	27%	27%	100%	100%	70%	70%
% de Valorización anual	48,30%		39,50%		38,70%		46,20%	

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Tipo de tratamiento de residuos - Toneladas (ton)	2024							
	Chile		Perú		Colombia		Regional	
	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos
Reutilización	19,6		0	0			19,6	0
Reciclaje	3.586,40		284,71	0	634,9		4.506,01	0
Compostaje	861,90		269,1	0	354,86		1.485,86	0
Digestores	76,71		0	0			76,71	0
Valorización energética: Generación de biogas (no incinerado)	6.067,44		0	0			6.067,44	0
Total valorización	10.612,05	0	553,81	0	989,76	0	12.155,62	0
Incineración (con recuperación energética)	25,06		0	0			25,06	0
Incineración (sin recuperación energética)			0	0			0	0
Relleno sanitario	12.608,78		1.062,44	0	4.572,30		18.243,52	0
Otra eliminación: Relleno de seguridad		21,93	0	0,08			0	22
Total eliminación	12.633,84	21,93	1.062,44	0,08	4.572,30	0	18.268,58	22
TOTAL RESIDUOS	23.245,89	21,93	1.616,25	0,08	5.562,06	0	30.424,20	22
% de Cobertura								
% de Valorización	45,70%		34,30%		17,80%		40,00%	

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Tipo de tratamiento de residuos - Toneladas (ton)	2023							
	Chile		Perú		Colombia		Regional	
	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos
Reutilización	7,96		0	0			7,96	0
Reciclaje	3.324,60		316,74	0	639,5		4.280,84	0
Compostaje	696,60		74,3	0	358,20		1.129,10	0
Digestores	53,57		0	0			53,57	0
Valorización energética: Generación de biogas (no incinerado)	5.056,50		0	0			5.056,50	0
Total valorización	9.139,23	0	391,04	0	997,70	0	10.527,97	0
Incineración (con recuperación energética)			0	0			0	0
Incineración (sin recuperación energética)			0	0			0	0
Relleno sanitario	11.712,15		925,70	0	4.123,80		16.761,65	0
Otra eliminación: Relleno de seguridad		13,11	0	0			0	13,11
Total eliminación	11.712,15	13,11	925,70	0	4.123,80	0	16.761,65	13,11
TOTAL RESIDUOS	20.851,38	13,11	1.316,74	0	5.121,50	0	27.289,62	13,11
% de Cobertura	100%	100%			100%	100%	100%	100%
% de Valorización	43,80%		29,70%		19,50%		38,60%	

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.



Tipo de tratamiento de residuos - Toneladas (ton)	2022							
	Chile		Perú		Colombia		Regional	
	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos	No peligrosos	Peligrosos
Reutilización	3,5		0	0			3,5	0
Reciclaje	3.102,70		311,6	0	613,9		4.028,20	0
Compostaje	702,99		0	0	310,20		1.013,19	0
Digestores	52,1		0	0			52,1	0
Valorización energética: Generación de biogas (no incinerado)	5.479,70		0	0			5.479,70	0
Total valorización	9.340,99	0	311,6	0	924,10	0	10.576,69	0
Incineración (con recuperación energética)			0	0			0	0
Incineración (sin recuperación energética)			0	0			0	0
Relleno sanitario	11.000,18		841,30	0	3.097,80		14.939,28	0
Otra eliminación: Relleno de seguridad		12,3	0	0			0	12,3
Total eliminación	11.000,18	12,3	841,30	0	3.097,80	0	14.939,28	12,3
TOTAL RESIDUOS	20.341,17	12,3	1.152,90	0	4.021,90	0	25.515,97	12,3
% de Cobertura	100%	100%			100%	100%	100%	100%
% de Valorización	45,90%		27,00%		23,00%		41,50%	

Pie de tabla:
1) En Perú, los datos reportados no consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.

Contratos de arrendamiento con cláusula de sostenibilidad

SASB IF-RE-410a.1

Contratos de arrendamiento que contengan una cláusula de recuperación de los costos de las mejoras estructurales relacionadas con la eficiencia de los recursos:	2025		2024		2023	
	Superficie útil alquilada conexas	% de nuevos contratos de arrendamiento	Superficie útil alquilada conexas	% de nuevos contratos de arrendamiento	Superficie útil alquilada conexas	% de nuevos contratos de arrendamiento
Chile	0	0%	0	0%	0	0%
Perú	0	0%	0	0%	0	0%
Colombia	0	0%	0	0%	0	0%
Regional	0	0%	0	0%	0	0%

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza



Parámetros de actividad

SASB IF-RE-000.A / SASB IF-RE-000.B / SASB IF-RE-000.C / SASB IF-RE-000.D

2025		CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Parámetros de actividad	Unidad de medida				
Número de inmuebles, por subsector inmobiliario	Número	17	15	5	37
Superficie total construída	m2	4.006.705	1.412.219	768.634	6.187.558
Superficie de suelo alquilable, por subsector inmobiliario	m2	1.459.773	627.882	284.166	2.371.820
Porcentaje de inmuebles administrados indirectamente, por subsector inmobiliario	Porcentaje por área de suelo	0%	0%	0%	0%
Tasa de ocupación media, por subsector inmobiliario	Porcentaje	95,50%	95,40%	96,10%	95,60%

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza

2024		CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Parámetros de actividad	Unidad de medida				
Número de inmuebles, por subsector inmobiliario	Número	17	15	5	37
Superficie total construída	m2	4.114.765	1.311.487	697.442	6.123.694
Superficie de suelo alquilable, por subsector inmobiliario	m2	1.438.521	621.394	278.076	2.337.990
Porcentaje de inmuebles administrados indirectamente, por subsector inmobiliario	Porcentaje por área de suelo	0%	100%	0%	16%
Tasa de ocupación media, por subsector inmobiliario	Porcentaje	96,10%	94,20%	95,00%	95,70%

Pie de tabla:
1) La data de Perú respecto a las secciones de porcentajes no incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza

2023		CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL
Parámetros de actividad	Unidad de medida				
Número de inmuebles, por subsector inmobiliario	Número	17	15	4	36
Superficie total construída	m2	4.003.887	1.311.193	444.312	5.759.392
Superficie de suelo alquilable, por subsector inmobiliario	m2	1.433.843	621.298	208.712	2.263.853
Porcentaje de inmuebles administrados indirectamente, por subsector inmobiliario	Porcentaje por área de suelo	0%	100%	0%	16%
Tasa de ocupación media, por subsector inmobiliario	Porcentaje	96,40%	92,70%	95,80%	95,80%

Pie de tabla:
1) La data de Perú respecto a las secciones de porcentajes no incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza



Proyectos que buscan obtener una certificación de construcción sostenible

Proyectos de renovación y desarrollos nuevos que buscan obtener una certificación de construcción sostenible o ecológica	2025				2024			
	REGIONAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA	REGIONAL	CHILE	PERÚ	COLOMBIA
Nº de proyectos de renovación que buscan obtener una certificación de construcción sostenible o ecológica	1	1	0	0	1		0	1
Nº de nuevos desarrollos que buscan obtener una certificación de construcción sostenible o ecológica	0	0	0	0	0		0	
Nº total de nuevos proyectos	3	2	1	0	0		0	
% de proyectos que buscan obtener una certificación de construcción sostenible o ecológica:	33,30%	50,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%

Pie de tabla:
1) La data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza

Instalaciones sostenibles certificadas

Instalaciones sostenibles certificadas			
Ingresos procedentes de las instalaciones	2025	2024	2023
% de edificios certificados	24,30%	31%	32%
Ingresos procedentes de edificios certificados	141.223.000.000	124.589.000.000	99.160.000.000
Porcentaje de ingresos sostenibles	22,00%	25,19%	23,61%

Pie de tabla:
1) Durante el 2025 se obtuvo la categoría LEED Silver para Mallplaza Cali, llegando a 9 centros comerciales con certificación.
2) Considerando la misma base del año 2024, se logra un 34% de centros comerciales certificados. Al considerar la adquisición de 11 centros comerciales se alcanza un 24,3% de centros comerciales certificados.

Ingresos sostenibles

Igresos sostenibles al certificar sus edificios administrados/desarrollados/construidos/diseñados de acuerdo con calificaciones/etiquetas de desempeño energético				
Ingresos procedentes de:		2025	2024	2023
Edificios energéticamente eficientes	Ingresos	141.223.000.000	124.589.000.000	99.160.000.000
	% de los edificios	24%		
Descripción del edificio energéticamente eficiente		Se consideran 9 centros urbanos que cuentan con certificación LEED o Edge	Dentro de las operaciones de Mallplaza, en 2024 estos centros urbanos generaron el 23,5% de los ingresos de la empresa.	
Otros productos o servicios sostenibles	Ingresos	194.734.951	6.979.087	129.289.614
Descripción del producto o servicio sostenible		Mallplaza cuenta con estaciones de carga eléctrica (Electrolineras) tanto de carga rápida como carga lenta con el objetivo de que los vistantes puedan abastecer sus vehículos eléctricos y fomentar la eletromovilidad.	De nuestras operaciones, se concibió el proyecto Plaza 0. Su objetivo es minimizar los residuos generados en los patios de comida de nuestros centros comerciales, reemplazando el plástico de un solo uso por vajilla reutilizable y reutilizando la parte orgánica de nuestros residuos, la cual es procesada para obtener un líquido con alto contenido de nutrientes. Este proyecto disminuye la cantidad total de residuos que deben ser eliminados, lo que también se traduce en un ahorro para Mallplaza al reducir el volumen de residuos que debe gestionar. Estaciones de carga: En nuestros centros comerciales, contamos con estaciones de carga para nuestros clientes que nos visitan en vehículos eléctricos. Esto con el fin de incentivar el uso de estos vehículos y brindar comodidad y servicios personalizados a nuestros clientes. Este servicio, además de ayudarnos a cumplir nuestros objetivos, también nos proporciona una fuente adicional de	
Ingresos totales procedentes de productos o servicios sostenibles	Ingresos	141.417.734.951	124.595.979.087	99.289.289.614
Porcentaje de ingresos sostenibles	% de los ingresos	22%	25,19%	23,65%

Pie de tabla:
1) En el 2025 la data de Perú incluye las 11 instalaciones adquiridas de Open Plaza



Anexos
Capítulo VIII

Ingresos anuales de la organización

Indique los ingresos anuales de la organización (CLP)	
2025	\$655.401.038.000
2024	\$494.605.239.000
Pie de tabla: 1) En Perú 2025, los datos reportados consideran las 11 instalaciones de Open Plaza.	

Ingreso, Ganancia e Impuestos por entidad

2025						
Entidad/Sociedad legal 2025	País	Ingresos (M\$)	Ganancias (pérdidas) ante impuestos	Impuestos devengados (año en curso)	Impuestos pagados	Número de empleados
Plaza Vespucio S.A.	Chile	\$40.038.033	\$226.611.873	\$45.670.368	\$3.235.523	0
Adm. Plaza Vespucio S.A.	Chile					0
Plaza Oeste S.A.	Chile	\$111.365.443	\$1194.745.584	\$90.699.401	\$19.452.187	0
Plaza del Trébol S.A.	Chile	\$90.554.040	\$388.998.813	\$83.743.450	\$17.939.831	0
Plaza Tobalaba S.A.	Chile					0
Plaza La Serena S.A.	Chile	\$22.741.656	\$61.719.916	\$16.277.232	\$7.730.132	0
Plaza Antofagasta S.A.	Chile	\$28.353.474	\$22.169.468	\$5.540.238	\$4.952.073	0
Plaza Valparaíso S.A.	Chile	\$32.663.087	\$88.065.925	\$23.252.507	\$21.746.446	0
Inmob. Mall Calama S.A.	Chile					0
Des.e Inv. Inter S.A.	Chile	\$110.590.171	\$224.621.775	\$43.156.453	\$3.330.510	0
Desarrollos Urbanos S.A.	Chile					0
Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	\$28.985.006	\$12.713.441	\$2.625.425	\$885.743	0
Plaza Cordillera S.A.	Chile	\$15.562.650	\$22.845.904	\$5.827.207		0
Inm. Mall Las Américas	Chile	\$8.854.782	\$26.913.721	\$7.096.140	\$1.177.110	0
Autoplaza S.A.	Chile					0
Plaza S.A.	Chile	\$6.806.830	\$1.435.151.863	\$4.140.268	\$206.945	4
Servicios Mallplaza SpA.	Chile	\$72.208.641	\$1.662.724	\$382.585	\$237.807	531
Desarrollos e Inversiones Internacionales en Colombia SpA	Chile		\$97.303.117			0
Mallplaza Desarrollos Perú SpA	Chile		\$180.356.009	\$410.310	\$410.310	0
Total Chile		\$568.723.813	\$3.983.880.133	\$328.821.584	\$81.304.617	535
Patrimonio Autónomo Castillo	Colombia	\$9.252.937	\$11.124.983			
Patrimonio Autónomo Manizales	Colombia	\$8.591.962	\$13.425.268			
Patrimonio Autónomo Barranquilla	Colombia	\$14.838.336	\$19.228.339			
Patrimonio Autónomo Cali	Colombia	\$12.165.629	\$5.241.526			
Patrimonio Autónomo Calima	Colombia	\$18.593.072	\$58.168.177			
Fondo de Capital Privado	Colombia		\$94.098.241			
Mallplaza Servicios SAS	Colombia	\$7.462.020	\$54.178			89
Total Colombia		\$70.903.956	\$201.340.712	\$-	\$-	89
Salón Motor Plaza Perú S.A.C.	Perú	\$2.321.975	\$5.092.576	\$1.491.220	\$-156.251	
Open Plaza Corporativo Perú S.A.C.	Perú	\$13.407.273	\$-1.087.335	\$-292.288	\$-42.220	134
Logística y Distribución S.A.C.	Perú	\$2.582.937	\$2.485.375	\$733.211	\$-178.605	
Inmobiliaria Kainos S.A.C.	Perú	\$1.021.841	\$831.799	\$245.382	\$-60.521	
Inversiones Corporativas Beta. S.A.C	Perú	\$2.546.998	\$2.427.218	\$716.030	\$-174.780	
Inversiones Corporativas Gamma S.A.C.	Perú	\$1.041.645	\$985.098	\$290.449	\$-70.790	
Open Plaza S.A.	Perú	\$52.642.063	\$181.351.264	\$41.383.804	\$-5.756.947	
Activo Inmobiliarios Peruano S.A.A.	Perú		\$181.848.315	\$462.944	\$-21.336.136	
Mall Plaza Perú S.A.C.	Perú	\$494.949.716	\$165.567.108	\$40.044.899	\$-4.011.209	
Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	Perú	\$15.725.986			\$-16.852	
Gemma Negocios S.A.C.	Perú		\$-528.203			
Tierra Panie S.A.	Perú		\$-231.092	\$-68.104		
Total Perú		\$586.240.434	\$538.742.123	\$85.007.547	\$-31.804.311	134
Eliminaciones Chile						
TOTAL REGIONAL		\$1.225.868.203	\$4.723.962.968	\$413.829.131	\$49.500.306	758



2024						
Entidad/Sociedad legal 2024	País	Ingresos (M\$)	Ganancias (pérdidas) ante impuestos	Impuestos devengados (año en curso)	Impuestos pagados	Número de empleados
Plaza Vespucio S.A.	Chile	\$31.561.359	\$36.185.079	\$1.937.772	\$1.393.724	
Adm. Plaza Vespucio S.A.	Chile	\$-	\$-	\$-	\$3.146.751	
Plaza Oeste S.A.	Chile	\$90.849.428	\$256.070.937	\$14.738.161	\$10.486.980	
Plaza del Trébol S.A.	Chile	\$61.376.552	\$125.233.658	\$10.602.025	\$8.854.605	
Plaza Tobalaba S.A.	Chile	\$-	\$-	\$-	\$2.874.224	
Plaza La Serena S.A.	Chile	\$42.824.012	\$37.076.913	\$7.648.121	\$2.829.182	
Plaza Antofagasta S.A.	Chile	\$25.978.447	\$31.054.608	\$4.437.001	\$3.897.503	
Plaza Valparaíso S.A.	Chile	\$30.261.059	\$1.528.295	\$-	\$-	
Inmob. Mall Calama S.A.	Chile	\$-	\$-	\$-	\$2.590.535	
Des.e Inv. Inter S.A.	Chile	\$39.053.440	\$40.208.635	\$-	\$-	
Desarrollos Urbanos S.A.	Chile	\$-	\$-	\$-		
Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	\$107.580.588	\$107.487.921	\$7.949.145	\$2.941.682	
Plaza Cordillera S.A.	Chile	\$13.167.862	\$15.278.253	\$-	\$-	
Inm. Mall Las Américas	Chile	\$7.742.999	\$11.035.411	\$961.589	\$861.734	
Autoplaza S.A.	Chile	\$-	\$-	\$-	\$-	
Plaza S.A.	Chile	\$4.090.872	\$335.393.867	\$1.034	\$1.742.817	4
Servicios Mallplaza SpA.	Chile	\$64.447.704	\$1.551.697	\$182.659	\$1.047.501	524
Desarrollos e Inversiones Internacionales en Colombia SpA	Chile	\$-	\$-42.724.449	\$-	\$-	
Mallplaza Desarrollos Perú SpA	Chile	\$-	\$45.947.520	\$-	\$-	
Total Chile		\$518.934.323	\$1.001.328.345	\$48.457.507	\$42.667.238	528
Patrimonio Autónomo Castillo	Colombia	\$8.637.170	\$8.033.074	\$-	\$-	
Patrimonio Autónomo Manizales	Colombia	\$7.673.123	\$2.968.999	\$-	\$-	
Patrimonio Autónomo Barranquilla	Colombia	\$11.697.739	\$13.517.294	\$-	\$-	
Patrimonio Autónomo Cali	Colombia	\$8.644.571	\$-67.471.373	\$-	\$-	
Patrimonio Autónomo Calima	Colombia	\$15.872.264	\$16.444.202	\$-	\$-	
Fondo de Capital Privado	Colombia	-	\$-40.582.676	\$-	\$-	
Mallplaza Servicios SAS	Colombia	\$3.317.628	\$-617.208	\$-	\$-	80
Total Colombia		\$55.842.495	\$-67.707.688	\$-	\$-	80
Salón Motor Plaza Perú S.A.	Perú	\$2.271.386	\$1.263.337	\$201.435	\$27.416	
Open Plaza Corporativo Perú S.A.C	Perú	\$209.140	\$20.754	\$115.791	\$93.067	
Logística y Distribución S.A.C	Perú	\$212.324	\$202.636	\$726.549	\$730.443	
Inmobiliaria Kainos S.A.C	Perú	\$83.998	\$83.998	\$243.521	\$248.373	
Inversiones Corporativas Beta S.A.C	Perú	\$209.366	\$197.959	\$709.364	\$717.674	
Inversiones Corporativas Gamma S.A.C	Perú	\$85.626	\$80.256	\$287.637	\$290.102	
Open Plaza S.A.	Perú	\$5.562.315	\$13.541.767	\$8.079.197	\$7.146.494	
Falabella Perú S.A.A	Perú	-	\$30.915.868	\$729.217	\$799.041	
Mall Plaza Perú S.A.C	Perú	\$-	\$-	\$9.328.745	\$7.226.902	
Mall Plaza Inmobiliaria S.A	Perú	\$1.438.112	\$17.689.243	\$-	\$-	
Gemma Negocios S.A.C	Perú	-	\$-45.995	\$-	\$-	
Tierra Panie S.A.	Perú	-	\$68.627	\$-	\$-	
Total Perú		\$10.072.267	\$64.018.450	\$20.421.456	\$17.279.512	0
Eliminaciones Chile			\$-526.468.688			
TOTAL REGIONAL		\$584.849.085	\$471.170.419	\$68.878.963	\$59.946.750	608

Tasa impositiva efectiva

Tasa impositiva efectiva (CLP)	2025	2024
Beneficios antes de impuestos	\$1.869.002.484.000	\$471.170.419.000
Impuestos declarados	\$428.024.091.000	\$129.710.825.000
Impuestos pagados en efectivo	\$78.476.924.000	\$59.946.750.000



CERTIFICATE OF VERIFICATION

GREENHOUSE GAS EMISSIONS INVENTORY

CARBON FOOTPRINT

MALLPLAZA COLOMBIA - Year 2025

SCOPE 3

Geoinvest Limitada informs that the Company MALLPLAZA COLOMBIA, NIT: 901.120.943-3, address: Avenue. Street 19 N° 28-80 6th floor, Bogotá, Colombia, achieved the quantification of the Organizational Carbon Footprint based on **ISO 14.064-1:2018 and GHG Protocol** standards for the base year 2025. The result in tons of CO2e is shown below:

Carbon Footprint - 2025 MallPlaza Colombia	tCO ₂ e
Scope 3	87.270,60
TOTAL (location-based method)	87.270,60

Verification audit conducted in accordance with: ISO 14064-3:2018.

Focus and Boundary: operational control of the activities carried out in the facilities of the 5 MALLPLAZA shopping centers in Colombia.

Audit date: February 09th, 2026.
Final Report date, February 2026 – V02

Exclusions: Capital goods, Office Paper, and Scopes 1 and 2

Chile, February– 2026

Pablo Lean
Geoinvest Ltda.

Víctor Abarca
Geoinvest Ltda.

This certificate is issued by Geoinvest Ltda., a company accredited in Chile by Huella Chile, a body under the Ministry of Environment of the Republic of Chile, for auditing the Carbon Footprint of an organization according to ISO 14064-1:2018 and GHG Protocol.

www.geoinvest.cl

CERTIFICATE No: 0039-2026
V03

Certificado de Verificación

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto

Invernadero-Huella de Carbono

MALLPLAZA CHILE - Año 2025

ALCANCE 3

Geoinvest Limitada informa que la Empresa MALLPLAZA CHILE S.A., RUT: 96.653.650-0, dirección: Av. Américo Vespucio 1737 Huechuraba – Santiago de Chile logró la cuantificación de la Huella de Carbono Corporativa en base a las normas ISO 14.064-1:2018 y GHG Protocol para el año base 2025. El resultado en toneladas de CO2e se indica a continuación:

Huella de Carbono 2025 MallPlaza Chile	tCO ₂ e
Alcance 3	361.855,85
TOTAL (método de ubicación)	361.855,85

El método de auditoría: basado en la norma ISO 14064-3:2018.

Enfoque y Límite: control operacional de las actividades desarrolladas en las instalaciones de los 17 centros comerciales y casa Matriz de MALLPLAZA en Chile.

Nivel de aseguramiento: Limitado.
Umbral de materialidad: 5 %.

Fecha de auditoría: 09 de febrero de 2026.
Fecha de emisión final del reporte Versión 02: febrero 2026.

Exclusiones: Bienes de capital, Papel de Oficinas y Alcances 1 y 2

Chile, Febrero – 2026

Pablo Lean
Geoinvest Ltda.

Víctor Abarca
Geoinvest Ltda.

Geoinvest Ltda., empresa acreditada en Chile por Huella Chile organismo dependiente del Ministerio de Medio Ambiente de la República de Chile para la auditoría de Huella de Carbono de Organización según -ISO14064-1:2018 y GHG Protocol.

www.geoinvest.cl

N° CERTIFICADO: 0040-2026
V03

Certificado de Verificación

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto

Invernadero-Huella de Carbono

MALLPLAZA PERÚ - Año 2025

ALCANCE 3

Geoinvest Limitada informa que la Empresa MALLPLAZA PERÚ S.A., RUC: 20513669560, dirección: Av. Angamos Numero 1805, Piso 8, Surquillo, Lima, Lima, Perú, logró la cuantificación de la Huella de Carbono Corporativa en base a las normas ISO 14.064-1:2018 y GHG Protocol para el año base 2025. El resultado en toneladas de CO2e se indica a continuación:

Huella de Carbono 2025 MallPlaza Perú	tCO ₂ e
Alcance 3	90.898,75
TOTAL (método de ubicación)	90.898,75

El método de auditoría: basado en la norma ISO 14064-3:2018.

Enfoque y Límite: control operacional de las actividades desarrolladas en las instalaciones de los 4 centros comerciales de MALLPLAZA en Perú.

Nivel de aseguramiento: Limitado.
Umbral de materialidad: 5 %.

Fecha de auditoría: 10 de febrero de 2026.
Fecha de emisión final del reporte Versión 02: febrero 2026.

Exclusiones: Bienes de capital, Papel de Oficinas y Alcances 1 y 2

Chile, Febrero – 2026

Pablo Lean
Geoinvest Ltda.

Víctor Abarca
Geoinvest Ltda.

Geoinvest Ltda., empresa acreditada en Chile por Huella Chile organismo dependiente del Ministerio de Medio Ambiente de la República de Chile para la auditoría de Huella de Carbono de Organización según -ISO14064-1:2018 y GHG Protocol.

www.geoinvest.cl

N° CERTIFICADO: 0043-2026
V03





Certificado de Verificación

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto

Invernadero-Huella de Carbono



MALLPLAZA COLOMBIA - Año 2025

ALCANCE 1 Y 2

Geoinvest Limitada informa que la Empresa MALLPLAZA COLOMBIA, NIT: 901.120.943-3, dirección: Avenida. Calle 19 N° 28-80 piso 6, Bogotá, Colombia, logró la cuantificación de la Huella de Carbono Corporativa en base a las normas ISO 14.064-1:2018 y GHG Protocol para el año base 2025. El resultado en toneladas de CO2e se indica a continuación:

Huella de Carbono 2025 MallPlaza Colombia	tCO2e
Alcance 1	74
Alcance 2 (método de ubicación)	2.884
Alcance 2 (método de mercado)	1.896
TOTAL (método de ubicación)	2.958
TOTAL (método de mercado)	1.969

El método de auditoría: basado en la norma ISO 14064-3:2018.

Enfoque y Límite: control operacional de las actividades desarrolladas en las instalaciones de los 5 centros comerciales de MALLPLAZA en Colombia.

Nivel de aseguramiento: Limitado.

Umbral de materialidad: 5 %.

Fecha de auditoría: 23 de enero de 2026.

Fecha de emisión final del reporte Versión 02: enero 2026.

Exclusiones: Alcance 3, bienes de capital y pérdidas T&D.

Chile, Enero – 2026



Pablo Lean
Geoinvest Ltda.



Víctor Abarca
Geoinvest Ltda.



N° CERTIFICADO: 0037-2026
V02

Geoinvest Ltda., empresa acreditada en Chile por Huella Chile organismo dependiente del Ministerio de Medio Ambiente de la República de Chile para la auditoría de Huella de Carbono de Organización según -ISO14064-1:2018 y GHG Protocol.
 www.geoinvest.cl



Certificado de Verificación

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto

Invernadero-Huella de Carbono



MALLPLAZA CHILE - Año 2025

ALCANCE 1 Y 2

Geoinvest Limitada informa que la Empresa MALLPLAZA CHILE S.A., RUT: 96.653.650-0, dirección: Av. Américo Vespucio 1737 Huechuraba – Santiago de Chile logró la cuantificación de la Huella de Carbono Corporativa en base a las normas ISO 14.064-1:2018 y GHG Protocol para el año base 2025. El resultado en toneladas de CO2e se indica a continuación:

Huella de Carbono 2025 MallPlaza Chile	tCO2e
Alcance 1	134
Alcance 2 (método de ubicación)	17.278
Alcance 2 (método de mercado)	7
TOTAL (método de ubicación)	17.412
TOTAL (método de mercado)	141

El método de auditoría: basado en la norma ISO 14064-3:2018.

Enfoque y Límite: control operacional de las actividades desarrolladas en las instalaciones de los 17 centros comerciales y casa Matriz de MALLPLAZA en Chile.

Nivel de aseguramiento: Limitado.

Umbral de materialidad: 5 %.

Fecha de auditoría: 23 de enero de 2026.

Fecha de emisión final del reporte Versión 02: enero 2026.

Exclusiones: Alcance 3, bienes de capital y pérdidas T&D.

Chile, Febrero – 2026



Pablo Lean
Geoinvest Ltda.



Víctor Abarca
Geoinvest Ltda.



N° CERTIFICADO: 0038-2026
V02

Geoinvest Ltda., empresa acreditada en Chile por Huella Chile organismo dependiente del Ministerio de Medio Ambiente de la República de Chile para la auditoría de Huella de Carbono de Organización según -ISO14064-1:2018 y GHG Protocol.
 www.geoinvest.cl



Certificado de Verificación

Inventario de Emisiones de Gases de Efecto

Invernadero-Huella de Carbono



MALLPLAZA PERÚ - Año 2025

ALCANCE 1 Y 2

Geoinvest Limitada informa que la Empresa MALLPLAZA PERÚ S.A., RUC: 20513669560, dirección: Av. Angamos Numero 1805, Piso 8, Surquillo, Lima, Lima, Perú, logró la cuantificación de la Huella de Carbono Corporativa en base a las normas ISO 14.064-1:2018 y GHG Protocol para el año base 2025. El resultado en toneladas de CO2e se indica a continuación:

Huella de Carbono 2025 MallPlaza Perú	tCO2e
Alcance 1	77,12
Alcance 2 (método de ubicación)	1.846,23
Alcance 2 (método de mercado)	631,37
TOTAL (método de ubicación)	1.923,35
TOTAL (método de mercado)	708,49

El método de auditoría: basado en la norma ISO 14064-3:2018.

Enfoque y Límite: control operacional de las actividades desarrolladas en las instalaciones de los 4 centros comerciales de MALLPLAZA en Perú.

Nivel de aseguramiento: Limitado.

Umbral de materialidad: 5 %.

Fecha de auditoría: 23 de enero de 2026.

Fecha de emisión final del reporte Versión 03: enero 2026.

Exclusiones: Alcance 3, bienes de capital y pérdidas T&D.

Chile, Enero – 2026



Pablo Lean
Geoinvest Ltda.



Víctor Abarca
Geoinvest Ltda.



N° CERTIFICADO: 0042-2026
V03

Geoinvest Ltda., empresa acreditada en Chile por Huella Chile organismo dependiente del Ministerio de Medio Ambiente de la República de Chile para la auditoría de Huella de Carbono de Organización según -ISO14064-1:2018 y GHG Protocol.
 www.geoinvest.cl

IX. ANEXOS

Declaración CL26/00000030

DECLARACIÓN DE ASEGURAMIENTO DE SGS ACERCA DE LOS INDICADORES ESG DE PLAZA S.A.

NATURALEZA Y ALCANCE DEL ASEGURAMIENTO

SGS Chile Limitada (SGS) fue contratado por **PLAZA S.A.** para llevar a cabo un aseguramiento independiente de solo los **Indicadores ESG** del periodo de 01.01.2025 al 31.12.2025. El alcance del aseguramiento, basado en la metodología de Aseguramiento de Reportes, incluye el texto y los datos del 2025, contenidos de KPIs en la **Memoria Plaza S.A. 2025**. La información presentada en la **Memoria Plaza S.A. 2025** son responsabilidad de **PLAZA S.A.** SGS no ha participado en la preparación de ningún material, incluido los indicadores. Nuestra responsabilidad consiste en revisar el texto, datos, gráficos y declaraciones, dentro del alcance del aseguramiento, con la intención de informar a todas las partes interesadas de **PLAZA S.A.**

El Grupo SGS ha desarrollado un conjunto de protocolos para el Aseguramiento de Sostenibilidad basándose en las mejores practicas dadas en esta ocasión por el estándar de aseguramiento ISAE3000.

El aseguramiento comprendió la verificación de **Indicadores ESG** para **PLAZA S.A.** Dicho reporte, comprende la data de diferentes razones sociales en cada país, y sitios, y Plaza S.A. tiene participación accionaria, y es quien reporta en su conjunto. Los indicadores son dados por un enfoque de control operacional.

USUARIOS PREVISTOS DE ESTA DECLARACIÓN DE VERIFICACIÓN

Esta Declaración de Verificación se proporciona con la intención de informar a todos los Grupos de Interés de **PLAZA S.A.**

RESPONSABILIDADES

La información contenida en el Informe y su presentación son responsabilidad de la Gerencia de Comunicaciones y Sostenibilidad de **PLAZA S.A.** SGS no ha participado en la preparación de ninguno de los materiales incluidos en los informes.

Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre el texto, datos, gráficos y declaraciones dentro del alcance de la verificación con la intención de informar a todos los grupos de interés de **PLAZA S.A.**

NORMAS DE ASEGURAMIENTO, TIPO Y NIVEL DE ASEGURAMIENTO

Los protocolos de aseguramiento de SGS en materia de sostenibilidad utilizados para llevar a cabo la Verificación se basan en directrices y estándares de aseguramiento reconocidos internacionalmente, contenidos en la serie de normas ISAE3000.

Se tiene como objetivo el realizar una evaluación de la calidad, confiabilidad y precisión de la información de desempeño especificada. El presente aseguramiento comprende la exactitud de los **Indicadores ESG**.

El Aseguramiento de su informe se ha llevado a cabo de acuerdo con:

Opciones estándar de verificación		Nivel de verificación
B	ISAE3000	Limitada

El Aseguramiento se ha llevado a cabo con un nivel limitado

Los procedimientos realizados para un Aseguramiento Limitado varían en naturaleza y tiempo y son realizados en un menor tiempo que para un trabajo de Aseguramiento Razonable. En consecuencia, el nivel de aseguramiento obtenido para un aseguramiento limitado es sustancialmente menor que el que se habría obtenido si se hubiera realizado con un Aseguramiento razonable.

ALCANCE DE LOS CRITERIOS DE ASEGURAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE INFORMES

El alcance de la verificación tiene por objetivo la evaluación de la calidad, exactitud y fiabilidad de la información sobre el desempeño y la evaluación del cumplimiento de los siguientes criterios de presentación de los indicadores.

Reporting Criteria Options

1

KPIs Reference GRI: Global Reporting Initiative 2021

2

NCG 461: La Norma de Carácter General de la Comisión para el Mercado Financiero en Chile y modificatorias

3

Indicadores propios de Plaza S.A.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeta a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se presta la especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

Página 1 / 4

Declaración CL26/00000030, continúa

DECLARACIÓN DE ASEGURAMIENTO DE SGS ACERCA DE LOS INDICADORES ESG DE PLAZA S.A.

METODOLOGÍA DE ASEGURAMIENTO

La Verificación comprendió una combinación de investigación previa a la verificación. Para el aseguramiento de los **Indicadores ESG**, la auditoría de verificación se realizó de forma híbrida del 12 al 15 de enero del 2026 la cual incluyó: entrevistas con empleados relevantes, revisión de documentación, registros y evaluación del informe y una visita in situ a un Centro Comercial. Se consideró una metodología por muestreo, siendo la visita presencial al **MallPlaza Norte en Santiago de Chile** para la verificación de los procesos.

DECLARACIÓN DE INDEPENDENCIA Y COMPETENCIA

El Grupo SGS es el líder mundial en inspección, análisis y verificación, operando en más de 140 países y prestando servicios que incluyen la certificación de los sistemas de gestión; auditorías y capacitación en asuntos de calidad, ambiental, social y éticos; aseguramiento de reportes de sostenibilidad y verificación de gases de efecto invernadero. SGS afirma su independencia de **PLAZA S.A.**, estando libre de sesgo y conflictos de interés con la organización y partes interesadas.

El equipo de aseguramiento fue elegido en base al conocimiento, experiencia y calificaciones para esta tarea; y estuvo compuesto por dos personas formadas en Aseguramiento de Reportes de Sostenibilidad. La Auditora Líder tiene la siguiente experiencia: Sistema de Gestión Ambiental, Calidad, Seguridad y Salud Ocupacional. También es Auditora Líder de Aseguramiento de Memorias de Sostenibilidad, y Verificación de Huella de Carbono de organización, producto y agua, entre otros.

INFORMACIÓN DE RENDIMIENTO ESPECIFICADA Y DIVULGACIONES INCLUIDAS EN EL ALCANCE

Estos son los INDICADORES ESG tomados de la "**MEMORIA PLAZA S.A. 2025**"

Referencia GRI

1.

Consumo de energía GRI 302-1

2.

Intensidad energética GRI 302-3

3.

Extracción de agua GRI 303-3

4.

Vertido de agua GRI 303-4

5.

Consumo de agua GRI 303-5

6.

Residuos generados GRI 306-3

7.

Residuos no destinados a eliminación GRI 306-4

8.

Residuos destinados a eliminación GRI 306-5

9.

Lesiones por accidente laboral GRI 403-9

10.

Las dolencias y enfermedades laborales GRI 403-10

Indicadores NCG:

11.

Brecha Salarial (De acuerdo a NCG 461 5.4.2)

Indicadores Propios:

12.

Rotación voluntaria e involuntaria por edad, género, categoría laboral MP 5

13.

Rotación voluntaria e involuntaria por nacionalidad MP 6

14.

Tasa de ausentismo MP 10

15.

Contrataciones MP 13

16.

Selección de Proveedores MP 15

17.

Evaluación y desarrollo de proveedores MP 16

ALCANCE DE ASEGURAMIENTO Y PRESENTACIÓN DE INFORMES

El alcance de la verificación incluyó la evaluación de la calidad, exactitud y fiabilidad de la información sobre el desempeño, que tiene como alcance como se detalla a continuación:

El alcance de las actividades de la organización: "Gestión de Centros Comerciales".

El Alcance para los Indicadores ESG, abarca 17 Centros Comerciales, 15 en Perú y 5 en Colombia.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeta a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones | SGS. Se presta la especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

Página 2 / 4

IX. ANEXOS

Declaración CL26/00000030, continúa

DECLARACIÓN DE ASEGURAMIENTO DE SGS ACERCA DE LOS INDICADORES ESG DE PLAZA S.A.

SGS

Sitios incluidos:

Chile – 17 sedes

Empresa: Inmobiliaria Mall Las Americas S.A.

1. Mallplaza Iquique – Iquique

Empresa: Plaza Antofagasta S.A.

2. Mallplaza Antofagasta – Antofagasta

Empresa: Plaza del Trebol SpA

3. Mallplaza Calama – Calama

4. Mallplaza La Serena – La Serena

5. Mallplaza Los Angeles – Los Angeles

6. Mallplaza Trébol – Talcahuano

Empresa: Plaza Oeste SpA

7. Mallplaza Alameda – Santiago

8. Mallplaza Copiapó – Copiapó

9. Mallplaza Egafía – Santiago

10. Mallplaza Anca – Arica

11. Mallplaza Bio Bio – Concepción

12. Mallplaza Los Dominicos – Santiago

13. Mallplaza Norte – Santiago

14. Mallplaza Oeste – Santiago

15. Mallplaza Sur – Santiago

16. Mallplaza Tobalaba – Santiago

Empresa: Plaza Vespucio SpA

17. Mallplaza Vespucio – Santiago

Perú – 15 sedes

Empresa: Mall Plaza Perú S.A.C

1. Mallplaza Trujillo – Trujillo

2. Mallplaza Belavista – Callao

3. Mallplaza Arequipa – Arequipa

Empresa: Open Plaza S.A.

4. Mallplaza Huancayo – Huancayo

5. Mallplaza Piura – Piura

6. Mallplaza Angamos – Lima (Surquillo)

7. Open Atocongo – Lima (SJM)

8. Open Cajamarca – Cajamarca

9. Open Santa Callao – Callao

10. Open Chiclayo – Chiclayo

11. Open Huanuco – Huanuco

12. Open La Marina – Lima (San Miguel)

13. Open Pucallpa – Pucallpa

14. Open Trujillo – Trujillo

Empresa: Plaza Inmobiliaria S.A.

15. Mallplaza Comas – Lima (Comas)

Colombia – 5 sedes

Empresa: Patrimonio Autónomo Centro Comercial Barranquilla

1. Mallplaza Buenavista (Barranquilla) – Barranquilla

Empresa: Patrimonio Autónomo Cali

2. Mallplaza Cali – Cali

Empresa: Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena

3. Mallplaza Cartagena – Cartagena

Empresa: Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales

4. Mallplaza Manizales – Manizales

Empresa: Patrimonio Autónomo Centro Comercial Calima

5. Mallplaza NQS – Bogotá

RESULTADOS Y CONCLUSIONES

OPINION DE ASEGURAMIENTO

Sobre la base de la metodología descrita y el trabajo de verificación realizado, no ha llegado a nuestro conocimiento nada que nos haga creer que la información de desempeño de los indicadores ESG verificados contenidos en la **“Memoria Plaza S.A. 2025”** incluida en el alcance del aseguramiento no esté expresada de manera justa, confiable, precisa y no haya sido preparada, en todos los aspectos importantes, de acuerdo con los criterios de presentación de informes.

El equipo de aseguramiento opina que el reporte puede ser utilizado por las partes interesadas de **Plaza S.A.**

Consideraciones y Mejoras:

Los Indicadores ESG revisados durante esta verificación se encuentran listados en este documento, se revisó un total de 17 indicadores, de los cuales 10 son Indicadores GRI, 1 Indicador NCG 461 5 4 2 y 6 Indicadores propios.

Considerar que esta verificación solo se ha limitado a la verificación de indicadores de ESG indicados anteriormente, mas no el aseguramiento de todo el reporte de sostenibilidad (memoria de sostenibilidad) de Plaza S.A. Tampoco se han revisado otros indicadores presentados en el Reporte y/o Anexo del reporte de sostenibilidad.

La cantidad de sedes que se ha incluido en la verificación son las sedes mencionadas, activas para el periodo 2025. Detalle de las sedes están en la Memoria – Item 1.1

Considerar que en cada sitio, se tiene una razón social. Además Plaza S.A. tiene participación accionaria en las diversas razones sociales.

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía según a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones (SGS). Se presta especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

Página 2 / 4

Declaración CL26/00000030, continúa

DECLARACIÓN DE ASEGURAMIENTO DE SGS ACERCA DE LOS INDICADORES ESG DE PLAZA S.A.

SGS

Los KPI de energía y agua consideran únicamente la gestión bajo responsabilidad de Mallplaza, a través de sus distintas razones sociales, que administran los centros comerciales en cada país. Los datos incluyen solo el consumo de las áreas comunes. Se excluye el consumo de energía y agua de terceros (tiendas u otros concesionarios), ya que estos valores son refacturados. Asimismo, las tiendas ancla cuentan con mediciones y consumos independientes.

Los KPI de residuos reflejan la medición de todo el centro comercial, tanto la de Mallplaza, como la de los terceros (tiendas o concesionarios). Se excluyen de esta medición las tiendas anclas ya que tienen su propia gestión de residuos de manera independiente.

Para el Indicador Vertido de agua GRI 303-4 los resultados obtenidos son teóricos.

Para el Indicador Consumo de agua GRI 303-5 los resultados obtenidos son teóricos.

Considerar el realizar precisiones en el reporte de alcance de los KPI según el control operacional según los sitios.

Esta Declaración debe ser interpretada junto con la **Memoria Plaza S.A 2025** y detalles sobre el alcance de cada indicador con el Capítulo IX Anexos.

Pamela Castiello Rubiños; Auditora Líder - Aseguramiento de Reportes

Revisión técnica - Peer Review: Fanny Valencia.

Fecha de declaración de verificación:

Issue 1: 19 de febrero del 2026

Authorized by

Julio Ubames Pinto

Certification Manager

SGS del Perú S.A.C.

Av. Elmer Faucett N° 3348 - Urb. Bocanegra, Callao, Lima, Perú

t (511) 517-1900 - www.pe.sgs.com

Este documento es un certificado electrónico auténtico para el uso comercial del Cliente únicamente. Está permitida la versión impresa del certificado electrónico y se considerará como una copia. Este documento es emitido por la Compañía sujeta a las Condiciones Generales de SGS de los servicios de certificación disponibles en los términos y condiciones (SGS). Se presta especial atención sobre las cláusulas de limitación de responsabilidad, indemnización y jurisdicción que contiene. Este documento está protegido por derechos de autor y cualquier alteración, falsificación o modificación no autorizada de su contenido o apariencia es ilegal.

Página 4 / 4

IX. ANEXOS

Informe Anual 2025

Comité de Directores Plaza S.A.

INFORME ANUAL 2025 COMITÉ DE DIRECTORES PLAZA S.A.

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 actual Comité de Directores de Plaza S.A. se constituyó tras la designación de sus miembros por parte del Directorio en sesión de fecha 23 de abril de 2025. El Comité se encuentra presidido por don Manuel Ovalle, director independiente, e integrado por los directores don Pablo Eyzaguirre Court y Alejandro Puentes Bruno.

2. Sesiones del Comité de Directores Durante el ejercicio 2025, el Comité de Directores de Plaza S.A., considerando su actual y antigua composición, se reunió en 14 oportunidades, celebrando sesiones ordinarias y extraordinarias para abordar las materias de su competencia. Las sesiones se realizaron principalmente de manera presencial en las oficinas de la Sociedad, disponiendo además de plataformas digitales (Zoom) para la participación remota cuando fue requerido.

Las fechas de las reuniones durante el año 2025 fueron las siguientes: 30 de enero, 20 de febrero, 19 de abril, 5 y 8 de mayo, 11 de junio, 9 de julio, 4 de agosto, 7 y 23 de octubre, 3 y 26 de noviembre, y 1 y 17 de diciembre.

3. Gastos del Comité de Directores La Junta de Accionistas de la Sociedad estableció la remuneración de los miembros del Comité para el ejercicio 2025. El presupuesto de gastos para el funcionamiento del Comité y la contratación de asesorías se estableció en un monto equivalente a la suma de las remuneraciones anuales de sus miembros.

Durante el año 2025, el Comité no incurrió en gastos adicionales por asesoría externa especializada.

4. Actividades desarrolladas por el Comité de Directores durante el año 2025 Entre las materias indicadas en el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046 y las encargadas por el Directorio, el Comité realizó las siguientes actividades principales:

- Examen de Estados Financieros: El Comité examinó trimestralmente los Estados Financieros Consolidados y los respectivos Earnings Release, contando con la presentación de la Administración y los informes de revisión de los auditores externos. Específicamente, se analizaron y aprobaron para su presentación al Directorio los estados financieros con corte al 31 de marzo (sesión del 5 de mayo), 30 de junio (sesión del 4 de agosto) y 30 de septiembre de 2025 (sesión del 3 de noviembre).
- Normativa Contable (NIIF 18): En su sesión de noviembre, el Comité analizó los alcances de la nueva norma NIIF 18 (vigente a partir de 2027), cuyo objetivo es mejorar la información entregada a los inversionistas. Se tomó conocimiento de que la Administración trabajará con asesores externos para asegurar su correcta implementación.
- Auditoría Externa: Supervisó el plan de trabajo de la empresa auditora Deloitte, revisando el plan anual, los avances de la revisión limitada y el informe de control interno, destacando que al cierre del ejercicio se subsanaron todas las observaciones del año anterior.
- Auditoría Interna y Riesgos: Trabajó en conjunto con la Contraloría en el seguimiento del plan de Auditoría Interna 2025 y aprobó la propuesta del Plan Anual 2026. Monitoreó la gestión de riesgos, incluyendo la incorporación de riesgos emergentes como el uso de Inteligencia Artificial y protección de datos, y supervisó auditorías específicas de seguridad física en centros comerciales a nivel regional.
- Cumplimiento y Políticas: Revisó y aprobó la actualización de diversas políticas corporativas, incluyendo el Estatuto de Auditoría Interna, el Manual de Prevención de Lavado de Activos (Circular UAF N°62) y las políticas de Donaciones, Habitualidad y Seguridad

y Salud en el Trabajo. Asimismo, lideró la propuesta de ajuste de poderes del Directorio respecto a contratos de arriendo y servicios.

- Remuneraciones e Incentivos: Analizó la implementación del programa de incentivos para ejecutivos 2024-2026, así como la estructura de remuneración del nuevo gerente general.

5. Operaciones con Partes Relacionadas (OPR) Se deja constancia de que el Comité revisó un conjunto de operaciones a las que se refiere el Título XVI de la Ley de Sociedades Anónimas, las cuales no fueron de monto relevante (contratación de servicios de asesoría y monitoreo, donaciones y convenios con fundaciones).

El resto de las operaciones con partes relacionadas informadas en los Estados Financieros son consideradas habituales u ordinarias en consideración al giro social, conforme a la Política de Habitualidad vigente.

Santiago, febrero de 2026.



CAPÍTULO X

Estados Financieros





Deloitte
Auditores y Consultores Limitada
Rosario Norte 407
Rut: 80.276.200-3
Las Condes, Santiago
Chile
Fono: (56) 227 297 000
Fax: (56) 223 749 177
deloittechile@deloitte.com
www.deloitte.cl

INFORME DEL AUDITOR INDEPENDIENTE

A los Señores Accionistas y Directores de Plaza S.A

Opinión

Hemos auditado los estados financieros consolidados de Plaza S.A. y filiales (el Grupo), que comprenden el estado de situación financiera consolidado al 31 de diciembre de 2025, los estados consolidados de resultados, de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo correspondientes al año terminado en esa fecha, y las notas a los estados financieros consolidados, incluyendo información de las políticas contables materiales.

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados adjuntos presentan razonablemente, en todos los aspectos materiales, la situación financiera consolidada del Grupo al 31 de diciembre de 2025, sus resultados consolidados y flujos de efectivo consolidados correspondientes al año terminado en esa fecha, de conformidad con las Normas de Contabilidad de las Normas Internacionales de Información Financiera, emitidas por el International Accounting Standards Board.

Fundamento de la opinión

Hemos llevado a cabo nuestra auditoría de conformidad con las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Chile. Nuestras responsabilidades de acuerdo con dichas normas se describen más adelante en la sección *Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados* de nuestro informe. Somos independientes del Grupo de conformidad con el Código de Ética del Colegio de Contadores de Chile, y hemos cumplido las demás responsabilidades de ética de conformidad con esos requerimientos. Consideramos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido proporciona una base suficiente y adecuada para nuestra opinión.

Asuntos clave de la auditoría

Los asuntos clave de la auditoría son aquellos asuntos que, según nuestro juicio profesional, han sido de la mayor significatividad en nuestra auditoría de los estados financieros consolidados del año actual. Estos asuntos han sido tratados en el contexto de nuestra auditoría de los estados financieros consolidados como un todo y en la formación de nuestra opinión sobre éstos, y no expresamos una opinión por separado sobre esos asuntos.

Valor razonable de las propiedades de inversión

Las propiedades de inversión ascienden a MM\$6.961.880 y representan el 91,8% del total de activos del Grupo, las que se encuentran ubicadas en distintos países. Las propiedades de inversión son valorizadas a valor razonable de acuerdo con NIC 40 y NIIF 13 (Notas 2.13 y 11). Por lo tanto, el Grupo debe realizar estimaciones y utilizar supuestos para determinar dichos valores razonables.

Dado que la valoración de la propiedad de inversión es compleja y depende en gran medida de estimaciones y supuestos que incluyen proyecciones de flujos de caja futuros, determinación de la tasa de descuento apropiada para calcular el valor presente de dichos flujos, supuestos de crecimiento, vacancia por activos, tasas de capitalización y valores de salida. Consideramos que la valoración de la propiedad de inversión como un asunto clave de auditoría en nuestra revisión.

Como nuestra auditoría abordó el asunto clave de auditoría

Para abordar este asunto clave de auditoría, llevamos a cabo los siguientes procedimientos principales:

- Obtuvimos un entendimiento del proceso de valorización definido por la Administración, incluyendo la identificación y evaluación de los controles relevantes, así como de la metodología utilizada en el proceso de medición.
- Involucramos a profesionales en valoración con habilidades y conocimientos especializados.
- Evaluamos el control interno sobre las metodologías de valoración aplicadas, incluyendo la revisión de las hipótesis y supuestos significativos utilizados en el modelo de valorización.
- Evaluamos la metodología del modelo de valorización preparado por la administración.
- Probamos la integridad y exactitud de la información subyacente utilizada en el modelo de valorización.
- Evaluamos la razonabilidad de los supuestos significativos, tales como tasas de descuento, ingresos futuros esperados, costos operativos proyectados y otros insumos relevantes para la estimación del valor.
- Realizamos análisis de sensibilidad, evaluando el impacto en la valorización ante cambios en las tasas de descuentos utilizadas en el modelo de valorización.
- Comparamos estimaciones anteriores con resultados reales.
- Evaluamos la adecuación y consistencia de las revelaciones incluidas en los estados financieros.

De acuerdo con los resultados de nuestros procedimientos anteriores no hemos identificado observaciones relevantes sobre este asunto clave de auditoría.

Responsabilidades de la Administración y de los responsables del gobierno corporativo por los estados financieros consolidados

La Administración es responsable de la preparación y presentación razonable de los estados financieros consolidados adjuntos de conformidad con las Normas de Contabilidad de las Normas Internacionales de Información Financiera, emitidas por el International Accounting Standards Board y del control interno que la Administración considere necesario para permitir la preparación de estados financieros consolidados exentos de representaciones incorrectas materiales, debido a fraude o error.

En la preparación de los estados financieros consolidados, la Administración es responsable de la evaluación de la capacidad del Grupo de continuar como empresa en marcha, revelando, según corresponda, los asuntos relacionados con la empresa en marcha y utilizando la base contable de empresa en marcha excepto si la Administración tiene intención de liquidar el Grupo o de cesar sus operaciones, o bien no exista otra alternativa realista, que hacerlo.

Deloitte® se refiere a Deloitte Touche Tohmatsu Limited una compañía privada limitada por garantía, de Reino Unido, y a su red de firmas miembro, cada una de las cuales es una entidad legal separada e independiente. Por favor, vea en www.deloitte.com/cl/acerca de la descripción detallada de la estructura legal de Deloitte Touche Tohmatsu Limited y sus firmas miembro.

Deloitte Touche Tohmatsu Limited es una compañía privada limitada por garantía constituida en Inglaterra & Gales bajo el número 07271800, y su domicilio registrado: Hill House, 1 Little New Street, London, EC4A 3TR, Reino Unido.



Los responsables del gobierno corporativo son responsables de la supervisión del proceso de preparación y presentación de información financiera del Grupo.

Responsabilidades del auditor en relación con la auditoría de los estados financieros consolidados

Nuestros objetivos son obtener una seguridad razonable de que los estados financieros consolidados como un todo están exentos de representaciones incorrectas materiales, debido a fraude o error, y emitir un informe del auditor que contenga nuestra opinión. Seguridad razonable es un alto grado de seguridad, pero no garantiza que una auditoría realizada de conformidad con las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Chile siempre detecte una representación incorrecta material cuando exista. Las representaciones incorrectas pueden deberse a fraude o error y se consideran materiales si, individualmente o de forma agregada, se podría esperar razonablemente que influyan en las decisiones económicas que los usuarios toman basándose en los estados financieros consolidados.

Como parte de una auditoría de conformidad con las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Chile, aplicamos nuestro juicio profesional y mantenemos una actitud de escepticismo profesional durante toda la auditoría. También:

- Identificamos y evaluamos los riesgos de representaciones incorrectas materiales en los estados financieros consolidados, debido a fraude o error, diseñamos y aplicamos procedimientos de auditoría para responder a dichos riesgos y obtenemos evidencia de auditoría suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión. El riesgo de no detectar una representación incorrecta material debido a fraude es más elevado que en el caso de una representación incorrecta material debido a error, ya que el fraude puede implicar colusión, falsificación, omisiones deliberadas, representaciones intencionadamente erróneas o el caso omiso del control interno.
- Obtenemos entendimiento del control interno relevante para la auditoría con el fin de diseñar procedimientos de auditoría que sean adecuados en función de las circunstancias y no con la finalidad de expresar una opinión sobre la eficacia del control interno del Grupo.
- Evaluamos la adecuación de las políticas contables aplicadas y la razonabilidad de las estimaciones contables y la correspondiente información revelada por la Administración.
- Concluimos sobre lo adecuado de la utilización, por la Administración, de la base contable de empresa en marcha y, basándonos en la evidencia de auditoría obtenida, concluimos sobre si existe o no una incertidumbre material relacionada con hechos o con condiciones que pueden generar dudas significativas sobre la capacidad del Grupo para continuar como empresa en marcha. Si concluimos que existe una incertidumbre material, se requiere que llamemos la atención en nuestro informe del auditor sobre la correspondiente información revelada en los estados financieros consolidados o, si dichas revelaciones no son adecuadas, que expresemos una opinión modificada. Nuestras conclusiones se basan en la evidencia de auditoría obtenida hasta la fecha de nuestro informe del auditor. Sin embargo, hechos o condiciones futuros pueden ser causa de que el Grupo deje de ser una empresa en marcha.
- Evaluamos la presentación general, la estructura y el contenido de los estados financieros consolidados, incluida la información revelada, y si los estados financieros consolidados representan las transacciones y hechos subyacentes de un modo que logran la presentación razonable.

- Planificamos y llevamos a cabo la auditoría del grupo para obtener evidencia de auditoría suficiente y adecuada con respecto a la información financiera de las entidades o unidades de negocio dentro del grupo como una base para formarnos una opinión sobre los estados financieros consolidados del grupo. Somos responsables por la dirección, supervisión y revisión del trabajo de auditoría realizado para los fines de una auditoría de grupo. Somos los únicos responsables por nuestra opinión de auditoría.

Comunicamos a los responsables del gobierno corporativo, entre otros asuntos, el alcance y la oportunidad planificados y los hallazgos significativos de la auditoría, así como cualquier deficiencia significativa del control interno que identificamos en el transcurso de la auditoría.

También proporcionamos a los responsables del gobierno corporativo una declaración de que hemos cumplido los requerimientos de ética aplicables en relación con la independencia y comunicado todas las relaciones y demás asuntos de los que se puede esperar razonablemente afecten nuestra independencia y, en su caso, las medidas adoptadas para eliminar las amenazas o las salvaguardas aplicadas.

Entre los asuntos que han sido objeto de comunicación con los responsables del gobierno corporativo, determinamos los que han sido de mayor significatividad en la auditoría de los estados financieros consolidados del año actual y que son, en consecuencia, los asuntos clave de la auditoría. Describimos esos asuntos en nuestro informe del auditor salvo que las disposiciones legales o reglamentarias prohíban revelar públicamente el asunto o, en circunstancias extremadamente poco frecuentes, determinemos que un asunto no se debiera comunicar en nuestro informe porque cabe razonablemente esperar que las consecuencias adversas de hacerlo superarían los beneficios de interés público de la misma.

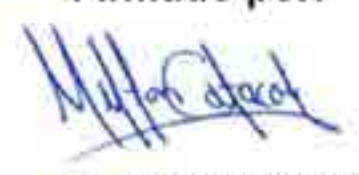
Otros Asuntos

El Colegio de Contadores de Chile A.G. aprobó que las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Chile adopten integralmente y sin reservas las Normas Internacionales de Auditoría emitidas por el International Auditing and Assurance Standards Board para las auditorías de los estados financieros preparados por el año iniciado a partir del 1 de enero de 2025.

La auditoría a los estados financieros consolidados de Plaza S.A y filiales al 31 de diciembre de 2024 fue efectuada de acuerdo con las Normas de Auditoría Generalmente Aceptadas en Chile vigentes a esa fecha por los cuales emitimos una opinión sin modificaciones con fecha 25 de febrero de 2025.

Deloitte.

Febrero 24, 2026
Santiago, Chile

Firmado por:

4A1A3834C94A452...

Milton Catacoli
25.070.919-6
Socio



PLAZA S.A. Y FILIALES

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Contenido:

- 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 Abierta

Inscripción en el Registro de Valores N°1.028

PLAZA S.A. Y FILIALES

Estados de Situación Financiera Consolidados

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

(En miles de pesos)

	Nota	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Activos			
Activos corrientes			
Efectivo y equivalentes al efectivo	3	268.291.385	179.173.763
Otros activos financieros corrientes	29	5.577.990	4.660.529
Otros activos no financieros corrientes	4	38.773.213	32.245.639
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	5	122.369.806	111.058.299
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	6.1	13.695.594	19.565.384
Activos por impuestos corrientes	7	18.088.892	8.198.046
Total activos corrientes en operación		466.796.880	354.901.660
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	2.11	5.346.143	50.111.656
Total activos corrientes		472.143.023	405.013.316
Activos no corrientes			
Otros activos no financieros no corrientes	4	37.317.240	35.047.337
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar no corrientes	5	69.421.092	67.012.564
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas no corrientes	6.1	6.735.609	6.563.056
Activos intangibles distintos de la plusvalía	9	7.748.340	6.664.914
Propiedades, planta y equipo	10	7.036.854	6.371.963
Propiedades de Inversión	11	6.961.880.467	5.356.540.334
Activos por impuestos diferidos	13.2	21.360.313	31.859.487
Total activos no corrientes		7.111.499.915	5.510.059.655
Total de Activos		7.583.642.938	5.915.072.971

		Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Pasivos			
Pasivos corrientes			
Otros pasivos financieros corrientes	14	127.178.876	184.533.058
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	15 a)	122.277.679	95.843.191
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	6.2	2.296.174	2.641.613
Pasivos por arrendamientos corrientes	16	1.120.725	1.692.424
Otras provisiones a corto plazo	26	876.442	884.435
Pasivos por impuestos corrientes	17	16.810.368	22.601.347
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	18	16.299.760	13.102.988
Otros pasivos no financieros corrientes	19	20.246.646	23.176.757
Total pasivos corrientes		307.106.670	344.475.813
Pasivos no corrientes			
Otros pasivos financieros no corrientes	14	1.452.136.317	1.433.041.928
Cuentas por pagar no corrientes	15 b)	1.622.447	1.415.976
Pasivos por arrendamientos no corrientes	16	15.002.880	18.495.490
Pasivos por impuestos diferidos	13.2	1.248.762.434	892.939.697
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	18	4.954.555	5.166.831
Otros pasivos no financieros no corrientes	19	29.504.502	28.487.414
Total pasivos no corrientes		2.751.983.135	2.379.547.336
Total de Pasivos		3.059.089.805	2.724.023.149
Patrimonio			
Capital emitido	20 b)	464.499.686	464.499.686
Ganancias acumuladas		3.887.986.663	2.591.607.732
Primas de emisión		139.259.994	139.259.994
Otras reservas	20 c)	(8.842.397)	(37.504.337)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		4.482.903.946	3.157.863.075
Participaciones no controladoras		41.649.187	33.186.747
Patrimonio total		4.524.553.133	3.191.049.822
Total de patrimonio y pasivos		7.583.642.938	5.915.072.971

Las notas adjuntas números 1 al 32 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados

PLAZA S.A. Y FILIALES

Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

(En miles de pesos)

Estado de Resultados	Nota	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
		2025 M\$	2024 ⁽¹⁾ M\$
Ingresos de actividades ordinarias	22	653.911.091	494.605.239
Costo de ventas	23.1	(39.055.588)	(44.769.100)
Ganancia bruta		614.855.503	449.836.139
Otros ingresos, por función	23.2	1.448.942.857	162.507.167
Gasto de administración	23.1	(92.236.839)	(71.311.227)
Otros gastos, por función	23.3	(3.510.685)	(5.158.518)
Ganancias de actividades operacionales		1.968.050.836	535.873.561
Ingresos financieros	23.4	13.959.758	24.952.131
Costos financieros	23.5	(67.947.156)	(55.855.711)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	8 a)	-	4.509.036
Diferencias de cambio	23.5	(1.235.845)	14.924.401
Resultados por unidades de reajuste	23.5	(43.825.108)	(53.232.999)
Ganancia antes de impuestos		1.869.002.485	471.170.419
Gasto por impuestos a las ganancias	13.1 a)	(428.024.091)	(129.710.825)
Ganancia		1.440.978.394	341.459.594
Ganancia atribuible a			
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora		1.431.011.596	335.933.777
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras		9.966.798	5.525.817
Ganancia		1.440.978.394	341.459.594
Ganancias por acción			
Ganancia por acción básica			
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas		\$ 653,43	\$ 153,39
Ganancia por acción básica		\$ 653,43	\$ 153,39
Ganancia por acción diluida			
Ganancia diluida por acción en operaciones continuadas		\$ 653,43	\$ 153,39
Ganancia diluida por acción		\$ 653,43	\$ 153,39

(1) Ver Nota 31.

Las notas adjuntas números 1 al 32 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados

PLAZA S.A. Y FILIALES

Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

(En miles de pesos)

Estados de Resultados Integrales	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 ⁽¹⁾ M\$
Ganancia	1.440.978.394	341.459.594
Componentes de otro resultado integral que se clasificarán al resultado del ejercicio, antes de impuestos		
Diferencia de cambio por conversión		
Ganancias por diferencias de cambio de conversión, antes de impuestos	30.087.355	23.086.331
Otro resultado integral, antes de impuestos, diferencia de cambio por conversión	30.087.355	23.086.331
Otros componentes de otro resultado integral, que se clasificarán al resultado del ejercicio, antes de impuestos	30.087.355	23.086.331
Otro resultado integral	30.087.355	23.086.331
Resultado Integral Total	1.471.065.749	364.545.925
Resultado integral atribuible a		
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	1.459.639.043	358.958.312
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	11.426.706	5.587.613
Resultado Integral Total	1.471.065.749	364.545.925

(1) Ver Nota 31.

Las notas adjuntas números 1 al 32 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados

PLAZA S.A. Y FILIALES

Estados de Flujos de Efectivo Consolidados

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

(En miles de pesos)

Estado de Flujo de Efectivo Directo	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 (1) 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	950.902.014	606.685.345
Clases de pagos:		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(290.853.863)	(156.036.796)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(45.957.903)	(39.284.225)
Otros pagos por actividades de operación	(94.369.895)	(61.914.627)
Impuestos a las ganancias pagados	(78.476.924)	(51.053.961)
Otras (salidas) entradas de efectivo	(108.029)	2.425.945
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación	441.135.400	300.821.681
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión		
Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias u otros negocios	-	(400.379.869)
Flujos de efectivo utilizados en la compra de participaciones no controladoras	(265.013)	-
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	2.205.977	5.401.157
Pagos por compras de activos intangibles	(4.530.274)	(2.322.194)
Pagos por compras de propiedades, planta y equipo	(1.239.733)	(506.449)
Pagos por compras de otros activos a largo plazo - Propiedades de Inversión	(97.871.863)	(73.492.503)
Intereses recibidos	10.750.562	20.996.363
Flujos de efectivo netos utilizados en actividades de inversión	(90.950.344)	(450.303.495)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Importes procedentes de la emisión de acciones	-	308.426.450
Importes procedentes de obligaciones con el público	-	107.567.874
Importes procedentes de préstamos	245.694.725	663.000
Total importes procedentes de préstamos	245.694.725	108.230.874
Pagos de préstamos	(330.888.684)	(105.608.369)
Pagos de obligaciones con el público	(1.323.928)	(1.274.086)
Préstamos netos a entidades relacionadas recibidos (otorgados)	4.666.809	(241.068)
Dividendos pagados	(108.499.025)	(125.750.816)
Intereses pagados	(68.173.832)	(54.431.826)
Otras salidas de efectivo	(2.664.760)	(2.352.522)
Flujos de efectivo netos (utilizados en) procedentes de actividades de financiación	(261.188.695)	126.998.637
Incremento (decremento) neto en efectivo y equivalentes al efectivo	88.996.361	(22.483.177)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	121.261	(358.708)
Efectivo y equivalentes al efectivo, Saldo Inicial	179.173.763	202.015.648
Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Saldo Final	268.291.385	179.173.763

(1) Ver Nota 31.

Las notas adjuntas números 1 al 32 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados

PLAZA S.A. Y FILIALES

Estados de Cambios en el Patrimonio Consolidados

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

(En miles de pesos)

Al 31 de diciembre de 2025	Capital en acciones M\$	Prima de emisión M\$			Otro resultado integral acumulado M\$	Otras reservas varias M\$	Total otras reservas M\$	Ganancias acumuladas M\$	Patrimonio neto atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Participaciones no controladoras M\$	Cambios en patrimonio neto,total M\$
			Reservas de conversión M\$	Reservas de cobertura de flujo de caja M\$							
Inicial período Actual	464.499.686	139.259.994	53.142.703	-	53.142.703	(90.647.040)	(37.504.337)	2.591.607.732	3.157.863.075	33.186.747	3.191.049.822
Cambios en patrimonio											
Resultado integral											
Ganancia	-	-	-	-	-	-	-	1.431.011.596	1.431.011.596	9.966.798	1.440.978.394
Otro resultado integral	-	-	28.627.447	-	28.627.447	-	28.627.447	-	28.627.447	1.459.908	30.087.355
Resultado integral	-	-	28.627.447	-	28.627.447	-	28.627.447	1.431.011.596	1.459.639.043	11.426.706	1.471.065.749
Emisión (disminución) de patrimonio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(2.664.760)	(2.664.760)
Dividendos	-	-	-	-	-	-	-	(134.632.665)	(134.632.665)	-	(134.632.665)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	-	-	34.493	34.493	-	34.493	(299.506)	(265.013)
Total incremento (disminución) en el patrimonio	-	-	28.627.447	-	28.627.447	34.493	28.661.940	1.296.378.931	1.325.040.871	8.462.440	1.333.503.311
Saldo Final período Actual	464.499.686	139.259.994	81.770.150	-	81.770.150	(90.612.547)	(8.842.397)	3.887.986.663	4.482.903.946	41.649.187	4.524.553.133

Al 31 de diciembre de 2024	Capital en acciones M\$	Prima de emisión M\$			Otro resultado integral acumulado M\$	Otras reservas varias M\$	Total otras reservas M\$	Ganancias acumuladas M\$	Patrimonio neto atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Participaciones no controladoras M\$	Cambios en patrimonio neto,total M\$
			Reservas de conversión M\$	Reservas de cobertura de flujo de caja M\$							
Inicial período Anterior	175.122.686	123.573.274	30.118.168	40.614	30.158.782	(74.839.634)	(44.680.852)	2.347.038.057	2.601.053.165	31.634.353	2.632.687.518
Cambios en patrimonio											
Ganancia	-	-	-	-	-	-	-	335.933.777	335.933.777	5.525.817	341.459.594
Otro resultado integral	-	-	23.024.535	-	23.024.535	-	23.024.535	-	23.024.535	61.796	23.086.331
Resultado integral	-	-	23.024.535	-	23.024.535	-	23.024.535	335.933.777	358.958.312	5.587.613	364.545.925
Emisión (disminución) de patrimonio	289.377.000	15.686.720	-	-	-	-	-	-	305.063.720	(2.352.522)	302.711.198
Dividendos	-	-	-	-	-	-	-	(91.237.044)	(91.237.044)	(44.217)	(91.281.261)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	(40.614)	(40.614)	(15.807.406)	(15.848.020)	(127.058)	(15.975.078)	(1.638.480)	(17.613.558)
Total incremento (disminución) en el patrimonio	289.377.000	15.686.720	23.024.535	(40.614)	22.983.921	(15.807.406)	7.176.515	244.569.675	556.809.910	1.552.394	558.362.304
Saldo Final período Anterior	464.499.686	139.259.994	53.142.703	-	53.142.703	(90.647.040)	(37.504.337)	2.591.607.732	3.157.863.075	33.186.747	3.191.049.822

Las notas adjuntas números 1 al 32 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Contenido	Página
Nota 1 – Actividad y Estados Financieros de Plaza S.A. y Filiales	11
Nota 2 – Principales políticas contables	13
2.1 Bases de preparación y presentación	13
2.2 Nuevas normas, interpretaciones y enmiendas adoptadas por Plaza S.A. y Filiales	13
2.3 Base de consolidación	14
2.4 Moneda de presentación y funcional.....	14
2.5 Conversión de moneda extranjera	15
2.6 Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes	16
2.7 Estado de flujos de efectivo	16
2.8 Activos financieros	16
2.9 Pasivos financieros	17
2.10 Contratos derivados	18
2.11 Activos mantenidos para la venta y operaciones discontinuas	18
2.12 Propiedades, planta y equipo	19
2.13 Propiedades de inversión	20
2.14 Activos intangibles y plusvalías	20
2.15 Deterioro de los activos	22
2.16 Inversiones en asociadas	23
2.17 Combinaciones de negocios y plusvalía	23
2.18 Ingresos diferidos.....	24
2.19 Arrendamientos	24
2.20 Reconocimiento de ingresos y gastos	25
2.21 Ingresos financieros	25
2.22 Provisión de deudores incobrables.....	25
2.23 Provisiones	26
2.24 Impuesto a las ganancias	26
2.25 Dividendos	27
2.26 Información financiera por segmentos operativos	27
2.27 Uso de Estimaciones, Juicios y Supuestos Claves	27

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre 2025

Contenido (<i>continuación</i>)	Página
2.28 Nuevos pronunciamientos contables (NIIF e Interpretaciones del Comité de Interpretaciones de NIIF)	29
Nota 3 – Efectivo y equivalentes al efectivo	33
Nota 4 – Otros activos no financieros	33
Nota 5 – Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	34
Nota 6 – Revelaciones de partes relacionadas	36
6.1 Cuentas por cobrar empresas relacionadas.....	36
6.2 Cuentas por pagar empresas relacionadas	38
6.3 Transacciones	39
6.4 Compensación del personal clave de Plaza S.A. y Filiales	41
Nota 7 – Activos por impuestos corrientes.....	41
Nota 8 – Inversión en asociada	41
Nota 9 – Activos intangibles y plusvalía.....	43
Nota 10 – Propiedades, planta y equipo	44
Nota 11 – Propiedades de inversión.....	45
Nota 12 – Arrendamientos	48
Nota 13 – Impuestos a las ganancias e impuestos diferidos.....	49
13.1 Impuestos a las ganancias	49
13.2 Impuestos diferidos.....	50
Nota 14 – Otros pasivos financieros.....	50
Nota 15 – Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	54
Nota 16 – Pasivos por arrendamientos	57
Nota 17 – Pasivos por impuestos corrientes	58
Nota 18 – Provisiones por beneficios a los empleados	58
Nota 19 – Otros pasivos no financieros.....	60
Nota 20 – Capital emitido.....	60
Nota 21 – Dividendos pagados y propuestos.....	63
Nota 22 – Ingresos de actividades ordinarias.....	63
Nota 23 – Otros ingresos y gastos.....	63

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

Contenido (continuación)

	Página
23.1 Costos y gastos	63
23.2 Otros ingresos por función	64
23.3 Otros gastos, por función.....	64
23.4 Ingresos financieros.....	64
23.5 Costos financieros	64
23.6 Costos de investigación y desarrollo	64
Nota 24 – Transacciones en moneda extranjera	65
Nota 25 – Información financiera por segmentos	67
Nota 26 – Compromisos, restricciones y contingencias	68
Nota 27 – Administración de riesgos financieros	72
Nota 28 – Instrumentos financieros	80
Nota 29 – Valor razonable de los instrumentos financieros.....	81
Nota 30 – Medio ambiente	83
Nota 31 – Combinación de Negocios.....	85
Nota 32 – Hechos posteriores	86

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

1. ACTIVIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS DE PLAZA S.A. Y FILIALES

Los Estados Financieros Consolidados de Plaza S.A. y Filiales por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2025 fueron autorizados para su emisión por el Directorio en sesión de fecha 24 de febrero de 2026.

Plaza S.A. (“Plaza” o “la Sociedad” o “la Compañía” o “Plaza y Filiales”) fue constituida en Chile como Sociedad Anónima el 16 de abril de 2008, se encuentra inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero con fecha 30 de abril de 2009 bajo el N° 1.028 y consecuentemente, está sujeta a su fiscalización.

Plaza S.A. es la sociedad holding que agrupa a todas las sociedades propietarias de los centros comerciales que operan bajo la marca mallplaza en Chile, Colombia y Perú y Open Plaza en Perú, y los negocios que operan bajo las marcas Autoplaza y Motorplaza, en Chile y Perú, respectivamente. Actualmente Plaza S.A. opera 37 centros comerciales que totalizan una superficie arrendable de 2.352.000 m², (más de 5.290 locales), distribuidos en sus Filiales de Chile con 1.458.000 m², Colombia con 277.000 m² y Perú con 617.000 m².

Plaza S.A. desarrolla, construye, administra, gestiona, explota, arrienda y subarrienda locales y espacios en centros comerciales del tipo “mall” y en Perú, también “power centers” a partir de la adquisición de Falabella Perú S.A.A. (hoy Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.) (ver Nota 31).

El modelo de negocios de Plaza S.A. se caracteriza por entregar una oferta integral de bienes y servicios, en centros comerciales de clase mundial, diseñados como espacios públicos modernos, acogedores y atractivos, convirtiéndolos en importantes centros de compra y socialización para los habitantes de sus zonas de influencia.

En los centros comerciales mallplaza participan los principales operadores comerciales presentes en cada país, líderes en sus categorías, con tamaños y formatos que optimizan su gestión comercial, generando una cartera de renta inmobiliaria altamente diversificada.

El domicilio social y las oficinas principales de la Compañía se encuentran ubicados en la ciudad de Santiago en Avenida Américo Vespucio N° 1737, piso 9, comuna de Huechuraba.

Plaza S.A. es controlada por Falabella S.A., a través de su filial Desarrollos Inmobiliarios S.A., la cual es propietaria en forma directa del 53,05% de las acciones de la Compañía.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

1. ACTIVIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS DE PLAZA S.A. Y FILIALES (continuación)

Los Estados Financieros Consolidados incluyen las siguientes subsidiarias:

Subsidiaria	RUT	País	Moneda Funcional	Porcentaje de participación					
				Al 31 de diciembre de 2025			Al 31 de diciembre de 2024		
				Directa	Indirecta	Total	Directa	Indirecta	Total
				%	%	%	%	%	%
Servicios Mallplaza SpA.	76.034.238-6	Chile	Peso Chileno	100	-	100	100	-	100
Plaza Vespucio SpA.	96.538.230-5	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Plaza La Serena SpA. (6)	96.795.700-3	Chile	Peso Chileno	-	-	-	-	100	100
Plaza Oeste SpA. (7)	96.653.650-0	Chile	Peso Chileno	100	-	100	100	-	100
Plaza Antofagasta S.A.	99.555.550-6	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA.(7)	76.883.720-1	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Desarrollos e Inversiones Internacionales en Colombia SpA. (1)	77.865.419-9	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Desarrollos Perú SpA. (2)	77.934.285-9	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Nuevos Desarrollos SpA. (5)	76.882.330-8	Chile	Peso Chileno	-	-	-	-	100	100
Plaza Valparaíso S.A.	76.677.940-9	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Plaza Cordillera SpA.	76.882.090-2	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Plaza del Trébol SpA.	96.653.660-8	Chile	Peso Chileno	99,98790	0,01210	100	99,99999	0,00001	100
Patrimonio Autónomo Mallplaza Cali.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	100	100	-	100	100
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	100	100	-	100	100
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	80	80	-	80	80
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Barranquilla.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	65	65	-	65	65
Patrimonio Autónomo Mallplaza Calima Holding.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	100	100	-	100	100
Mall Plaza Servicios S.A.S.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	100	100	-	100	100
Fondo de Capital Privado Mallplaza.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	100	100	-	100	100
Salón Motorplaza Perú S.A.	0-E	Perú	Sol Peruano	-	100	100	-	100	100
Inmobiliaria Mall Las Américas S.A.	96.824.450-7	Chile	Peso Chileno	-	98,75608	98,75608	-	98,26344	98,26344
Tierra Panie S.A. (3)	0-E	Perú	Sol Peruano	-	99,76741	99,76741	-	99,76741	99,76741
Mall Plaza Inmobiliaria S.A. (3)	0-E	Perú	Sol Peruano	-	99,76741	99,76741	-	99,76741	99,76741
Gemma Negocios S.A.C. (3)	0-E	Perú	Sol Peruano	-	69,83719	69,83719	-	69,83719	69,83719
Open Plaza Corporativo Perú S.A.C. (3)	0-E	Perú	Sol Peruano	-	99,76741	99,76741	-	99,76741	99,76741
Logística y Distribución S.A.C. (3)	0-E	Perú	Sol Peruano	-	99,76741	99,76741	-	99,76741	99,76741
Inmobiliaria Kainos S.A.C. (3)	0-E	Perú	Sol Peruano	-	99,76741	99,76741	-	99,76741	99,76741
Inversiones Corporativas Beta S.A.C. (3)	0-E	Perú	Sol Peruano	-	99,76741	99,76741	-	99,76741	99,76741
Inversiones Corporativas Gamma S.A. (3)	0-E	Perú	Sol Peruano	-	99,76741	99,76741	-	99,76741	99,76741
Open Plaza S.A. (3)	0-E	Perú	Sol Peruano	-	99,76741	99,76741	-	99,76741	99,76741
Activo Inmobiliario Peruano S.A.A. (3) (4)	0-E	Perú	Sol Peruano	-	99,76741	99,76741	-	99,76741	99,76741
Mall Plaza Perú S.A. (3)	0-E	Perú	Sol Peruano	-	99,76741	99,76741	-	99,76741	99,76741

- (1) Con fecha 02 de enero de 2024 se produjo la división la sociedad Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA. creándose la filial Desarrollos e Inversiones Internacionales en Colombia SpA.
- (2) Con fecha 30 de julio de 2024 se constituyó la sociedad Desarrollos Perú SpA.
- (3) Sociedades adquiridas el 4 de diciembre de 2024 (ver Nota 31).
- (4) Con fecha 26 de mayo de 2025 la sociedad Falabella Perú S.A.A. cambió su razón social a Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.
- (5) Con fecha 01 de abril de 2025 la sociedad Nuevos Desarrollos SpA fue absorbida por Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA.
- (6) Con fecha 01 de julio de 2025 la sociedad Plaza La Serena SpA. fue absorbida por Plaza del Trébol SpA.
- (7) Con fecha 01 de diciembre de 2025 se realizó la división de Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA, generándose como consecuencia de la división, la empresa Desarrollos e Inversiones Internacionales Dos SpA. Esta última fue absorbida en el mismo acto por Plaza Oeste SpA.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

1. ACTIVIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS DE PLAZA S.A. Y FILIALES (continuación)

Al 31 de diciembre de 2025 y 2024, Plaza S.A. y Filiales presenta el siguiente número de colaboradores:

	Al 31 de diciembre de 2025	Al 31 de diciembre de 2024
Chile	535	528
Colombia	89	80
Perú	134	131
Total colaboradores	758	739
Ejecutivos	26	27
Promedio colaboradores	748	742

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES

2.1 Bases de preparación y presentación

Los presentes Estados Financieros Consolidados de Plaza S.A. y Filiales comprenden los Estados de Situación Financiera Consolidados por el ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024, los Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función, los Estados de Cambios en el Patrimonio Consolidados y los Estados de Flujos de Efectivo Consolidados preparados utilizando el método directo por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024 y sus correspondientes notas, las cuales han sido preparadas y presentadas de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) emitidas por el International Accounting Standards Board (IASB).

Los presentes Estados Financieros Consolidados han sido preparados a partir de los registros de contabilidad mantenidos por Plaza S.A. y sus Filiales.

La preparación de los Estados Financieros Consolidados conforme a las NIIF y requerimientos de información adicionales de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), requieren el uso de ciertas estimaciones contables críticas y también exige a la Administración que ejerza su juicio en el proceso de aplicación de las políticas contables en la Compañía. En nota 2.27 se revelan las áreas que implican un mayor grado de juicio o complejidad o las áreas donde las hipótesis y estimaciones son materiales para los Estados Financieros Consolidados.

2.2. Nuevas normas, interpretaciones y enmiendas adoptadas por Plaza S.A. y Filiales

Las políticas contables adoptadas en la preparación de los Estados Financieros Consolidados para el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2025 son coherentes con las aplicadas en la preparación de los Estados Financieros Consolidados de Plaza y Filiales para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2024. Ciertas partidas de los estados financieros del año anterior han sido reclasificadas con el propósito de asegurar la comparabilidad con la presentación del año actual.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.3 Base de consolidación

Los Estados Financieros Consolidados comprenden los Estados Financieros de Plaza S.A. y Filiales al 31 de diciembre de 2025 y 2024.

Filiales son todas las Compañías sobre las cuales Plaza S.A. posee control de acuerdo a lo señalado en la NIIF 10. Para cumplir con la definición de control en la NIIF 10 “Estados Financieros Consolidados”, tres criterios deben cumplirse: (a) un inversor tiene poder sobre las actividades relevantes de una participada, (b) el inversionista tiene una exposición o derecho a retornos variables provenientes de su implicación en la participada, y (c) el inversionista tiene la capacidad de utilizar su poder sobre la participada para influir el importe de los rendimientos del inversor.

Las Filiales son completamente consolidadas desde la fecha de adquisición, que es la fecha en que Plaza S.A. y Filiales obtiene el control, y continúan siendo consolidadas hasta la fecha en que dicho control cesa.

Los Estados Financieros de las Filiales son preparados para el mismo ejercicio de reporte que la matriz, aplicando consistentemente las políticas contables. Se han eliminado todos los saldos, transacciones, ingresos y gastos, utilidades y pérdidas intercompañía, resultantes de transacciones entre Plaza y sus Filiales.

La participación no controladora representa la porción de utilidades o pérdidas y activos netos que no son propiedad de Plaza S.A. y Filiales y son presentados separadamente en el Estado de Resultados Integrales y dentro del patrimonio en el Estado de Situación Financiera Consolidado, separado del patrimonio de la matriz.

Las adquisiciones de participaciones controladoras son contabilizadas usando el método de adquisición, donde el exceso del costo de adquisición sobre el valor razonable de la participación de la Compañía en los activos netos identificables adquiridos es reconocido como plusvalía, salvo en el caso de combinaciones de negocio bajo control común, donde se utiliza el método de la unificación de intereses (ver Nota 31).

2.4 Moneda de presentación y funcional

Los Estados Financieros Consolidados son presentados en miles de pesos chilenos (“M\$”), salvo que se indique lo contrario, que es la moneda funcional del entorno económico primario en el que opera Plaza S.A. y es la moneda de presentación de Plaza S.A. y Filiales. Los pesos chilenos son redondeados a los miles de pesos más cercanos.

Plaza S.A. y Filiales han determinado su propia moneda funcional de acuerdo a los requerimientos de la NIC 21 “Efectos de las variaciones en las Tasas de Cambio de la Moneda Extranjera” y las partidas incluidas en los Estados Financieros de cada entidad son medidas usando esa moneda funcional y luego son convertidas a la moneda de presentación de Plaza S.A. de acuerdo con NIC 21. La moneda funcional de cada una de las empresas se detalla en Nota 1.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.5 Conversión de moneda extranjera

Las transacciones en monedas extranjeras son inicialmente registradas al tipo de cambio de la moneda funcional a la fecha de la transacción. Los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera son convertidos al tipo de cambio observado de la moneda funcional a la fecha de cierre del Estado de Situación Financiera. Todas las diferencias son llevadas a utilidades o pérdidas del ejercicio.

Las partidas no monetarias que son medidas en términos de costo histórico en moneda extranjera son convertidas utilizando los tipos de cambio a la fecha de transacción, y las partidas monetarias que son medidas a su valor razonable en moneda extranjera, son convertidas usando los tipos de cambio a la fecha cuando se determinó el valor justo.

Los tipos de cambio de las monedas extranjeras y la Unidad de Fomento (unidad monetaria chilena indexada al índice de inflación) respecto del peso chileno al 31 de diciembre de 2025 y 2024 son los siguientes:

	Al 31 de diciembre de 2025	Al 31 de diciembre de 2024
Dólar estadounidense (US\$)	907,13	996,46
Euro (EUR)	1.066,58	1.035,28
Sol peruano (PEN)	269,91	264,54
Peso colombiano (COP)	0,24	0,23
Unidad de Fomento (UF)	39.727,96	38.416,69

En el caso de Filiales en el extranjero, para efectos de traducir a moneda de presentación los Estados Financieros que difieren de la moneda funcional de la matriz, los activos y pasivos son presentados en pesos chilenos transformados al tipo de cambio observado de cierre a la fecha del Estado de Situación Financiera, mientras que el Estado de Resultados es convertido al tipo de cambio promedio de cada mes, de acuerdo con lo establecido por NIC 21.

Las diferencias de tipo de cambio que surgen de la conversión a moneda de presentación son registradas en la cuenta Otras Reservas como un componente separado del patrimonio. Al momento de la disposición de la entidad extranjera, el monto acumulado reconocido en el patrimonio en relación con esa operación extranjera en particular es reconocido en el Estado de Resultados.

Cualquier plusvalía que surge de la adquisición de una operación extranjera y cualquier ajuste a valor justo en los valores libro de activos y pasivos que surgen de las adquisiciones, es tratada como activo y pasivo de la operación extranjera y son convertidos a la fecha de cierre.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.6 Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes

En el Estado de Situación Financiera Consolidado, los saldos se clasifican en función de sus vencimientos, es decir, como corrientes aquellos con vencimiento igual o inferior a doce meses y como no corrientes, los de vencimiento superior a dicho plazo.

2.7 Estado de Flujos de Efectivo

El Estado de Flujos de Efectivo Consolidados considera los movimientos de caja realizados durante el ejercicio, los cuales se detallan a continuación:

Flujos de Efectivo: entradas y salidas de efectivo o de otros medios equivalentes, entendiendo por éstos las inversiones con un vencimiento original de tres meses o menor de alta liquidez y que están sujetos a un riesgo poco significativo de cambios en su valor.

Actividades de Operación: son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos y egresos ordinarios de Plaza S.A. y Filiales, así como las actividades que no puedan ser calificadas como de inversión o financiamiento.

Actividades de Inversión: las de adquisición, enajenación o disposición por otros medios, de activos no corrientes y otras inversiones no incluidas en el efectivo y sus equivalentes.

Actividades de Financiamiento: actividades que producen cambios en el tamaño y composición del patrimonio neto y de los pasivos de carácter financiero.

La Compañía considera efectivo y equivalentes al efectivo los saldos de efectivo mantenidos en caja y en cuentas corrientes bancarias, los depósitos a plazo y otras operaciones financieras que se estipula liquidar a menos de 3 meses, más los intereses devengados al cierre de cada ejercicio.

2.8 Activos financieros

a) Reconocimiento, medición y baja de activos financieros

La NIIF 9 “Instrumentos Financieros” reúne los tres aspectos de la contabilidad de los instrumentos financieros: clasificación y medición; deterioro; y contabilidad de cobertura. Los activos financieros son clasificados en su reconocimiento inicial como activos financieros a valor razonable a través de resultados, préstamos y cuentas por cobrar, inversiones mantenidas hasta el vencimiento o inversiones disponibles para la venta. Donde es permitido y apropiado, se reevalúa esta designación cada vez que ocurra. Cuando los instrumentos financieros son reconocidos inicialmente, son medidos a su valor razonable y los costos o ingresos directamente atribuibles a la transacción son reconocidos en resultados.

Posteriormente, los activos financieros se miden a su valor razonable, excepto por los préstamos y cuentas por cobrar y las inversiones clasificadas como mantenidas hasta el vencimiento, las cuales se miden al costo amortizado utilizando el método de la tasa efectiva.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.8 Activos financieros (continuación)

a) Reconocimiento, medición y baja de activos financieros (continuación)

El ajuste de los activos registrados a valor justo se imputa en resultados, excepto por las inversiones disponibles para la venta cuyo ajuste a mercado se reconoce en un componente separado del patrimonio, neto de los impuestos diferidos que le apliquen.

Los activos financieros se dan de baja contablemente cuando los derechos a recibir flujos de efectivo derivados de los mismos han vencido o se han transferido sustancialmente todos los riesgos y beneficios derivados de su titularidad.

b) Deterioro de activos financieros

La NIIF 9 requiere que Plaza S.A. y Filiales registre las pérdidas crediticias esperadas de todos sus activos financieros, ya sea sobre una base de 12 meses o de por vida. Plaza S.A. y Filiales aplicó el modelo simplificado.

Plaza S.A. y Filiales ha establecido una matriz de provisiones que se basa en la experiencia histórica de pérdidas crediticias, ajustada por factores prospectivos específicos para los deudores y el entorno económico de acuerdo a lo establecido en la NIIF 9.

La Compañía evalúa si existe evidencia objetiva de deterioro para activos financieros que son individualmente significativos o colectivamente para activos financieros que no son individualmente significativos. Si, en un ejercicio posterior, el monto de la pérdida por deterioro disminuye y la disminución puede ser objetivamente relacionada con un evento que ocurre después del reconocimiento del deterioro, la pérdida por deterioro anteriormente reconocida es reversada. Cualquier posterior reverso de una pérdida por deterioro es reconocido en resultado, en la medida que el valor libro del activo no excede su costo amortizado a la fecha de reverso.

2.9 Pasivos financieros

Reconocimiento, medición y baja de pasivos financieros

Todas las obligaciones, préstamos con el público y con instituciones financieras son inicialmente reconocidos al valor justo, neto de los costos en que se haya incurrido en la transacción. Luego del reconocimiento inicial, las obligaciones y préstamos que devengan intereses son posteriormente medidos al costo amortizado, reconociendo en resultados cualquier mayor o menor valor en la colocación sobre el monto de la respectiva deuda usando el método de tasa efectiva de interés, a menos que sean designados ítems cubiertos en una cobertura de valor justo.

Las obligaciones con el público se presentan, a su valor nominal más intereses calculados de acuerdo con el método de tasa de interés efectiva y los reajustes devengados.

Los pasivos financieros se dan de baja contablemente cuando las obligaciones especificadas en los contratos se cancelan, expiran o son condonadas.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.10 Contratos derivados

Los instrumentos derivados se registran al valor justo de la fecha en que se ha realizado el contrato y son revaluados posteriormente al valor justo de la fecha de cierre de los Estados Financieros. Los cambios que se generen en el valor justo son registrados directamente como ganancia o pérdida en el resultado del ejercicio, a menos que califiquen como derivados de cobertura.

Si los instrumentos derivados califican como derivados de cobertura, son reconocidos al inicio al valor del contrato y posteriormente, a la fecha de cierre de los Estados Financieros son revaluados a su valor justo. Las utilidades o pérdidas resultantes de la medición del valor justo son registradas en el patrimonio por la parte efectiva como utilidades o pérdidas por cobertura de flujo de caja de instrumentos financieros. Una vez liquidado el contrato derivado, los saldos acumulados en el patrimonio son reclasificados al Estado de Resultados del ejercicio.

Los instrumentos más utilizados por la Compañía corresponden a cross currency swaps para cubrir sus riesgos asociados con fluctuaciones de tipo de cambio y tasas distintas a UF. La Compañía utiliza modelos de valorización los cuales se aplican para determinar el valor de mercado de los derivados. La metodología de valorización utilizada incluye modelos de precios utilizando cálculos de valor presente. Dichos modelos requieren de datos financieros de mercado para su cálculo y son obtenidos a través de plataformas de información de acceso público y privado. La información requerida para el cálculo incluye principalmente tipos de cambio spot y forward y de curvas de tasas de interés.

Compensación de instrumentos financieros

Los activos y pasivos financieros se compensan y se informa el monto neto en el Estado de Situación Financiera Consolidado si, y sólo si, existe a la fecha de cierre del Estado de Situación Financiera un derecho legal exigible para recibir o cancelar el valor neto, además de existir la intención de liquidar sobre base neta, o a realizar los activos y liquidar los pasivos simultáneamente.

2.11 Activos mantenidos para la venta y operaciones discontinuas

Son clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas los activos no corrientes cuyo valor libro se recuperará a través de una operación de venta y no a través de su uso continuo. Esta condición se considera cumplida únicamente cuando la venta es altamente probable y el activo está disponible para la venta inmediata en su estado actual. Al 31 de diciembre de 2025, la compañía ha clasificado activos mantenidos para la venta correspondientes a terrenos por M\$ 5.346.143 (M\$ 50.111.656 al 31 de diciembre de 2024).

Plaza S.A. y Filiales se mantienen realizando gestiones activas para la venta de dichos activos.

Estos activos son valorizados al menor valor entre su valor libro y el valor razonable menos los costos de venta.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.12 Propiedades, planta y equipo

Las Propiedades, planta y equipo se registran al costo y se presentan netos de su depreciación acumulada y deterioro acumulado de valor, excepto por los terrenos los cuales no están sujetos a depreciación.

El costo incluye el precio de adquisición y todos los costos directamente relacionados con la ubicación del activo en el lugar y en las condiciones necesarias para que pueda operar de la forma prevista por la Administración, además de la estimación inicial de los costos de desmantelamiento, retiro o remoción parcial o total del activo, así como la rehabilitación del lugar en que se encuentra, que constituyan obligación para la Compañía. Para las obras en construcción, el costo incluye gastos de personal relacionados en forma directa y otros de naturaleza operativa atribuible a la construcción, así como también los gastos financieros relacionados al financiamiento externo que se devenga en el ejercicio de construcción. La tasa de interés utilizada para la activación de los gastos financieros es la correspondiente a la financiación específica o, en su caso, la tasa de financiamiento promedio de la Compañía.

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.

Adicionalmente, se incluyen en este rubro activos por derecho de uso que surgen de la aplicación de NIIF 16, los cuales son depreciados en el plazo de los respectivos contratos de arrendamiento.

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	5 a 25
Planta, equipos y accesorios	3 a 8
Vehículos de Motor	7

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.12 Propiedades, planta y equipo (continuación)

Los valores residuales de los activos, las vidas útiles y los métodos de depreciación son revisados a cada fecha de cierre, y ajustados si corresponde como un cambio en las estimaciones en forma prospectiva.

2.13 Propiedades de inversión

Propiedades de inversión son aquellos bienes inmuebles (terrenos y edificios) mantenidos por Plaza para obtener beneficios económicos derivados de su arriendo u obtener apreciación de capital por el hecho de mantenerlos.

Las propiedades de inversión se registran inicialmente al costo, de la misma forma que las propiedades, planta y equipo, descrita en el apartado 2.12. Con posterioridad a la medición inicial, la Sociedad valoriza sus propiedades de inversión en operación a su valor razonable, de acuerdo con la metodología detallada en Nota 11, y no son objeto de depreciación.

Las propiedades de inversión en etapa de construcción son valorizadas a su costo hasta el momento de su puesta en marcha. Una vez que las propiedades de inversión entran en operación son medidas a su valor razonable.

Las variaciones del valor razonable de las propiedades de inversión (beneficios o pérdidas) se registran en el estado de resultados en el rubro “Otros ingresos por función”.

Adicionalmente, se incluyen en este rubro los “Activos por derecho de uso” que surgen por la aplicación de la NIIF 16.

2.14 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 ejercicio 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 ejercicio de amortización y el método de amortización de un activo intangible con una

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.14 Activos intangibles y plusvalías (continuación)

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 es dada de baja en cuentas.

Los intangibles identificados por Plaza S.A. y Filiales corresponden a plusvalía, marcas comerciales, proyectos informáticos y otros y licencias de programas informáticos adquiridas.

a) Plusvalía

A la fecha de la transición a las NIIF, la Compañía tomó la opción de no reemitir las combinaciones de negocios previas a esa fecha, en línea con lo permitido por la NIIF 1.

Posterior a la adopción, la plusvalía representa el exceso de la suma del valor de la contraprestación transferida por la adquisición de una inversión en una filial o una asociada, sobre el valor razonable 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 en el caso de corresponder.

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.

b) Marcas comerciales

Actualmente, dado que las marcas comerciales no poseen fecha de expiración y pueden ser y existe la intención de ser utilizadas en forma indefinida, la Compañía ha determinado asignar a las marcas adquiridas en combinaciones de negocios una vida útil indefinida. Si fuera procedente, el cambio en la evaluación de vida útil de indefinida a definida es realizada en base prospectiva.

Las marcas 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.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.14 Activos intangibles y plusvalías (continuación)

c) Proyectos informáticos y otros

La implementación de proyectos informáticos y otros son capitalizados al valor de los costos incurridos en su ejecución los que se amortizan durante el plazo en que se estima producirán beneficios económicos futuros (5 años).

d) Licencias de 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 10 años). Los costos de mantenimiento de programas informáticos se reconocen como gasto del ejercicio en que se incurren.

El siguiente es un resumen de las políticas aplicadas a los Activos Intangibles de Plaza S.A. y Filiales:

Categoría	Plusvalía	Marcas comerciales	Proyectos informáticos y otros	Licencias de programas informáticos
Vidas útiles	Indefinida	Indefinida	5 años	3 a 10 años
Método de amortización	-	-	Lineal	Lineal
Internamente generado o adquirido	Adquirido	Adquirido	Generado - Adquirido	Adquirido

Los valores residuales de los activos, las vidas útiles y los métodos de amortización son revisados a cada fecha de cierre y ajustados, si corresponde, como un cambio en las estimaciones en forma prospectiva.

2.15 Deterioro de los activos

A lo largo del ejercicio, y fundamentalmente en la fecha de cierre del mismo, se evalúa si existe algún indicio de que un activo hubiera podido sufrir una pérdida por deterioro. En caso de que exista algún indicio se realiza una estimación del monto recuperable de dicho activo para determinar, en su caso, el monto del deterioro. Si se trata de activos identificables que no generan flujos de caja de forma independiente, se estima la recuperabilidad de la unidad generadora de efectivo a la que pertenece el activo, entendiendo como tal el menor grupo identificable de activos que genera entradas de efectivo independiente. En el caso de las unidades generadoras de efectivo a las que se han asignado plusvalías compradas o activos intangibles con una vida útil indefinida, el análisis de su recuperabilidad se realiza de forma sistemática al cierre de cada ejercicio.

El monto recuperable es el mayor entre el valor razonable menos los costos necesarios para su venta y el valor en uso, entendiendo por éste el valor actual de los flujos de caja futuros estimados. Para el cálculo del valor de recuperación del activo intangible, el valor en uso es el criterio utilizado por Plaza S.A. y Filiales en prácticamente la totalidad de los casos.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.15 Deterioro de los activos (continuación)

Para el caso de la inversión en asociadas, el deterioro es determinado para la plusvalía evaluando el monto recuperable de la unidad generadora de efectivo (o grupo de unidades generadoras de efectivo) al cual está relacionada la misma. Donde el monto recuperable de la unidad generadora de efectivo (o grupo de unidades generadoras de efectivo) es menor que el valor libro de la unidad generadora de efectivo (o grupo de unidades generadoras de efectivo) a las cuales se ha asignado plusvalía, se reconoce una pérdida por deterioro. Una pérdida por deterioro es asignada primero a la plusvalía para reducir su valor libro y luego a los otros activos de la unidad generadora de efectivo.

Las pérdidas por deterioro relacionadas con plusvalías no pueden ser reversadas en ejercicios futuros.

2.16 Inversiones en asociadas

La inversión de Plaza S.A. y Filiales en sus empresas asociadas es contabilizada usando el método de la participación. Una asociada es una entidad en la cual Plaza S.A. tiene influencia significativa.

El método de participación (VP) consiste en registrar la participación en el Estado de Situación Financiera por la proporción de su patrimonio que representa la participación de Plaza S.A. y Filiales en su capital, más la plusvalía que se haya generado en la adquisición de la Sociedad.

Luego de la aplicación del método VP, Plaza S.A. y Filiales determina si es necesario reconocer una pérdida de deterioro adicional en la inversión en la asociada. Plaza S.A. y Filiales determina en cada ejercicio contable si hay alguna evidencia objetiva de que la inversión en la asociada se ha visto deteriorada. Si este es el caso, Plaza S.A. y Filiales calcula los montos de deterioro como la diferencia entre el monto recuperable de la asociada y el valor en libros y reconoce el monto en el Estado de Resultados.

Al 31 de diciembre de 2025 y 2024, la Sociedad no presenta inversiones en asociadas (Ver Nota 31).

2.17 Combinaciones de negocios y plusvalía

A la fecha de la transición a las NIIF, la Compañía tomó la opción de no reemitir las combinaciones de negocios previas a esa fecha, en línea con lo permitido por la NIIF 1. Posterior a la adopción, la plusvalía representa el exceso de la suma del valor de la contraprestación transferida por la adquisición de una inversión en una filial o una asociada, sobre el valor razonable de los activos netos identificables a la fecha de adquisición. Las combinaciones de negocios son contabilizadas usando el método contable de adquisiciones.

El costo de una adquisición es medido como el valor justo de los activos, instrumentos de patrimonio emitido y pasivos incurridos o asumidos en la fecha de cambio. Los activos y pasivos adquiridos y pasivos contingentes asumidos en una combinación de negocios son medidos inicialmente a valor justo a la fecha de adquisición, independientemente del alcance de cualquier participación no controladora.

Las combinaciones de negocios que involucran entidades bajo control común están fuera del alcance de la NIIF 3 - Combinaciones de negocios.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.17 Combinaciones de negocios y plusvalía (continuación)

Las combinaciones de negocios bajo control común se registran utilizando el método de “unificación de intereses”. Bajo este método los activos y pasivos involucrados en la transacción se mantienen reflejados al mismo valor libro en que estaban registrados en la matriz última, sin perjuicio de la eventual necesidad de realizar ajustes contables para homogenizar las políticas contables de las empresas involucradas. Cualquier diferencia entre los activos y pasivos aportados a la consolidación y la contraprestación entregada, se registra directamente en el Patrimonio, como un cargo o abono a “Reservas varias”. El Grupo no aplica un registro retroactivo de las combinaciones de negocio bajo control común.

En las combinaciones de negocio que no involucran entidades bajo control común, la plusvalía es inicialmente medida al costo, siendo ésta el exceso del costo de la combinación de negocio sobre la participación de Plaza S.A. y Filiales en el valor justo neto de los activos, pasivos y pasivos contingentes identificables de la adquisición. Si el costo de adquisición es menor que el valor justo de los activos netos de las Filiales adquiridas, la diferencia es reconocida directamente en el Estado de Resultados.

Luego del reconocimiento inicial, la plusvalía es medida al costo menos cualquier pérdida acumulada por deterioro.

Donde la plusvalía forma parte de una unidad generadora de efectivo (grupo de unidades generadoras de efectivo) y parte de la operación dentro de esa unidad es enajenada, la plusvalía asociada con la operación enajenada es incluida en el valor libro de la operación para determinar las utilidades o pérdidas por disposición de la operación. La plusvalía enajenada en esta circunstancia es medida en base a los valores relativos de la operación enajenada y la porción retenida de la unidad generadora de efectivo.

Al 31 de diciembre de 2025 y 2024, la Sociedad no presenta plusvalía.

2.18 Ingresos diferidos

Los ingresos recibidos al inicio de un contrato de arriendo son diferidos en el plazo del contrato respectivo, de acuerdo a lo establecido en la NIIF 16 “Arrendamientos”.

2.19 Arrendamientos

La NIIF 16 establece un modelo de contabilización de los arrendamientos único y requiere que un arrendatario reconozca los activos y pasivos de todos los arrendamientos con una duración superior a 12 meses. Se requiere que un arrendatario reconozca un “activo por derecho de uso” que representa su derecho a usar el activo arrendado subyacente y un “pasivo por arrendamiento” que representa su obligación para hacer pagos por arrendamiento.

Un arrendamiento es un contrato o parte de un contrato que transmite el derecho de usar un activo por un ejercicio a cambio de una contraprestación, en el cual pueden o no transferirse sustancialmente todos los riesgos inherentes a la propiedad del activo subyacente.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.19 Arrendamientos (continuación)

Los activos por derecho de uso son expuestos en el rubro “Propiedades, Planta y Equipo” o “Propiedades de Inversión”, según corresponda, y los pasivos son expuestos como “Pasivos por arrendamientos” en el Estado de Situación Financiera.

Las rentas de carácter contingente se reconocen como gasto del ejercicio en el que su pago resulta probable.

2.20 Reconocimiento de ingresos y gastos

Los ingresos ordinarios se reconocen por un monto que refleja la contraprestación recibida o a recibir, que la entidad tiene derecho a cambio de transferir servicios a un cliente. La entidad ha analizado y tomado en consideración todos los hechos y circunstancias relevantes al aplicar cada paso del modelo establecido por NIIF 15 a los contratos con sus clientes (identificación del contrato, identificar obligaciones de desempeño, determinar el precio de la transacción, asignar el precio, reconocer el ingreso).

Los ingresos y gastos se imputan en función del criterio del devengo, excepto los ingresos mínimos que surgen del arriendo de propiedad de inversión, los que son reconocidos linealmente durante la vigencia del contrato de arrendamiento, de acuerdo a lo indicado en NIIF 16 “Arrendamientos”.

Los ingresos de la explotación corresponden principalmente al arrendamiento y administración de los centros comerciales y se reconocen siempre que los beneficios provoquen un incremento en el patrimonio neto que no esté relacionado con los aportes de los propietarios de ese patrimonio y estos beneficios puedan ser valorados con fiabilidad. Los ingresos se valoran por el valor razonable de la contrapartida recibida o por recibir, derivada de los mismos. Sólo se reconocen ingresos derivados de la prestación de servicios cuando pueden ser estimados con fiabilidad en función del grado de realización de la prestación del servicio a la fecha de los Estados Financieros.

Los gastos asociados a la operación de los “malls” son facturados y recuperados de los arrendatarios, principalmente como concepto de otras obligaciones emanadas del contrato (o “gasto común” y “fondo de promoción”), siendo un porcentaje menor de éstos asumidos como costo y/o gastos por la Sociedad. Dado que este concepto no genera margen para la Sociedad, se registra como costo de explotación y/o gastos de administración solamente la parte no recuperada de los gastos. La parte recuperada no se registra como ingresos, costos de explotación o gastos de administración.

2.21 Ingresos financieros

Los ingresos financieros son reconocidos a medida que los intereses son devengados (usando el método de tasa efectiva de interés). El ingreso por intereses es incluido en ingresos financieros en el Estado de Resultados.

2.22 Provisión de deudores incobrables

Plaza S.A. y Filiales utilizan para la provisión de sus deudores incobrables el modelo simplificado establecido en la NIIF 9 que establece que se debe considerar las pérdidas crediticias esperadas.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.22 Provisión de deudores incobrables (continuación)

Las cuentas por cobrar correspondientes a deudores por venta y documentos por cobrar se presentan netas de provisiones por deudas incobrables, las que se determinaron en base a los saldos de deudores por venta y documentos por cobrar al cierre de cada ejercicio, cuya cobrabilidad se estima improbable.

La Administración estima que dichas provisiones son suficientes y que los saldos netos son recuperables.

La Sociedad tiene como política constituir provisión por aquellos saldos de dudosa recuperabilidad determinada a base de un modelo que considera la antigüedad de las cuentas por cobrar y donde se consideran, además, antecedentes financieros, protestos, comportamiento histórico de pago, garantías recibidas y estimación de pérdidas crediticias esperadas con información prospectiva que considera, entre otros, información de las condiciones económicas futuras previstas para cada mercado en el cual participa la Sociedad.

Una vez agotadas todas las instancias extrajudiciales, o declarado el término del juicio, se procede al castigo de la cuenta por cobrar contra la provisión de deudores incobrables constituida.

2.23 Provisiones

Las obligaciones existentes a la fecha de los Estados Financieros, surgidas como consecuencia de sucesos pasados de los que pueden derivarse perjuicios patrimoniales de probable materialización para Plaza S.A. y Filiales, cuyo monto o momento de cancelación son inciertos, se registran en el Estado de Situación Financiera como provisiones por el valor actual del monto más probable que se estima que se tendrá que desembolsar para cancelar la obligación.

Las provisiones se cuantifican teniendo en consideración la mejor información disponible a la fecha de la emisión de los Estados Financieros, sobre las consecuencias del suceso y son reestimadas en cada cierre contable posterior.

2.24 Impuesto a las ganancias

Los activos y pasivos tributarios son medidos al monto que se espera recuperar o pagar a las autoridades tributarias de cada país. Las tasas de impuesto y las leyes tributarias usadas para computar el monto, son las promulgadas a la fecha del Estado de Situación Financiera.

El impuesto diferido es presentado usando el método del pasivo sobre diferencias temporales a la fecha del Estado de Situación Financiera entre la base tributaria de activos y pasivos y sus valores libro para propósitos de reporte financiero. Los activos por impuesto diferido son reconocidos por todas las diferencias temporales deducibles, incluidas las pérdidas tributarias, en la medida que es probable que existan utilidades imponibles contra las cuales las diferencias temporales deducibles y el arrastre de créditos tributarios no utilizados y pérdidas tributarias no utilizadas puedan ser recuperadas. El impuesto diferido relacionado con partidas reconocidas directamente en patrimonio es reconocido en patrimonio y no en el Estado de Resultados.

El valor libro de los activos por impuesto diferido es revisado a la fecha del Estado de Situación Financiera y reducido en la medida que ya no es probable que habrá suficientes utilidades imponibles disponibles para permitir que se use todo o parte del activo por impuesto diferido.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.25 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 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 ejercicios anteriores. La Sociedad registra al cierre de cada año en la cuenta dividendos por pagar, dentro del rubro “Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar”, un pasivo por el 30% de las utilidades líquidas neto de las distribuciones de dividendos provisorios realizadas durante el ejercicio, en caso de corresponder, 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 Ordinaria de Accionistas.

2.26 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 de Plaza S.A. y Filiales los que se han determinado de acuerdo a las principales actividades de negocio que desarrolla Plaza S.A. y Filiales siendo revisados 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. En Nota 25 se presenta información por Segmento.

2.27 Uso de Estimaciones, Juicios y Supuestos Claves

Los supuestos claves respecto del futuro y otras fuentes claves de incertidumbre de estimaciones a la fecha del Estado de Situación Financiera, que tienen un riesgo significativo de causar un ajuste material en los valores libros de activos y pasivos se exponen a continuación:

- Valor razonable de Propiedades de Inversión

La determinación del valor razonable de las propiedades de inversión involucra juicios y supuestos que podrían ser afectados si cambian las circunstancias. En Nota 11 se expone la metodología para la determinación del valor razonable y los principales parámetros e indicadores considerados.

- Vida útil y valores residuales de Activos Intangibles, Propiedades, Planta y Equipo

La determinación de las vidas útiles y los valores residuales de los componentes de activos intangibles de vida útil definida, propiedades, planta y equipo involucra juicios y supuestos que podrían ser afectados si cambian las circunstancias. La Administración revisa estos supuestos en forma periódica y los ajusta en base prospectiva en el caso de identificarse algún cambio.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.27 Uso de Estimaciones, Juicios y Supuestos Claves (continuación)

- Deterioro de Plusvalía y Activos Intangibles con vida útil indefinida

La Compañía determina si la plusvalía y los activos intangibles de vida útil indefinida están deteriorados en forma anual. Esta prueba requiere una estimación del valor en uso de las unidades generadoras de efectivo a las cuales la plusvalía y los activos intangibles de vida útil indefinida están asociados. La estimación del valor en uso requiere que la Administración realice una estimación de los flujos de efectivo futuros esperados de la unidad generadora de efectivo (o grupo de UGES) y además que elija una tasa de descuento apropiada para calcular el valor presente de esos flujos de efectivo.

- Activos por Impuestos Diferidos

Se reconocen activos por impuestos diferidos para todas las diferencias deducibles de carácter temporal entre la base financiera y tributaria de activos y pasivos y para las pérdidas tributarias no utilizadas en la medida que sea probable que existirán utilidades imponibles contra las cuales se puedan usar las pérdidas y si existen suficientes diferencias temporales imponibles que puedan absorberlas. Se requiere el uso de juicio significativo de parte de la Administración para determinar el valor de los activos por impuesto diferido que se pueden reconocer, en base a la probable oportunidad y nivel de utilidades imponibles proyectadas.

- Beneficios a los Empleados

El costo de los beneficios a empleados que califican como planes de beneficios definidos de acuerdo a la NIC 19 “Beneficios a Empleados”, es determinado usando valuaciones actuariales. La valuación actuarial involucra suposiciones respecto de tasas de descuento, futuros aumentos de sueldo, tasas de rotación de empleados y tasas de mortalidad, entre otros. Debido a la naturaleza de largo plazo de estos planes, tales estimaciones están sujetas a una cantidad significativa de incertidumbre.

- Valor razonable de Activos y Pasivos

En ciertos casos las NIIF requieren que activos y pasivos sean registrados a su valor razonable. El valor razonable se define como el precio que sería recibido por vender un activo o el precio pagado por transferir un pasivo en una transacción ordenada entre participantes de mercado en la fecha de la medición (precio de salida). Al medir el valor razonable la Compañía considera las características del activo o pasivo de la misma forma en que los participantes de mercado las tendrían en cuenta al fijar el precio de dicho activo o pasivo en la fecha de la medición. Las bases para la medición de activos y pasivos a su valor razonable son los precios vigentes en mercados activos. En su ausencia, la Compañía estima dichos valores basada en la mejor información disponible, incluyendo el uso de modelos u otras técnicas de valuación.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.27 Uso de Estimaciones, Juicios y Supuestos Claves (continuación)

- Valor razonable de Activos y Pasivos (continuación)

Los activos que están medidos al valor razonable en el Estado de Situación Financiera son las propiedades de inversión. En notas a los estados financieros se revela el valor razonable de las propiedades de inversión (Nota 11) y el valor mercado de los pasivos financieros (Nota 29). La forma como se determina el valor razonable es mediante la aplicación de las siguientes jerarquías:

- **Nivel 1:** Precio cotizado (no ajustado) en un mercado activo para activos y pasivos idénticos.
- **Nivel 2:** Inputs diferentes a los precios cotizados que se incluyen en el 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).

- Estimación de Incobrables

La Compañía registra provisiones por incobrabilidad según los requerimientos de la NIIF 9 de acuerdo a lo indicado en la nota 2.22.

- Cálculo de Linealización de ingresos mínimos en contratos de arriendo

La Compañía registra linealización de ingresos según los requerimientos de la NIIF 16 de acuerdo a lo indicado en la nota 2.20.

2.28 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 enmiendas, mejoras e interpretaciones a las normas existentes, que no han entrado en vigencia, éstas se detallan a continuación:

Nuevas normas, mejoras y modificaciones		Fecha de aplicación obligatoria
NIIF 18	Presentación e Información a Revelar en los Estados Financieros	1 de Enero de 2027
NIIF 9 y NIIF 7	Modificaciones a la Clasificación y Medición de Instrumentos Financieros (enmiendas a NIIF 9 y NIIF 7)	1 de Enero de 2026
NIIF 1, NIIF 7, NIIF 9, NIIF 10 y NIC 7	Mejoras Anuales a las Normas IFRS, Volumen 11 (enmiendas a NIIF 1, NIIF 7, NIIF 9, NIIF 10 y NIC 7)	1 de Enero de 2026

NIIF 18 “Presentación e Información a Revelar en los Estados Financieros”

El 9 de abril de 2024, el IASB publicó su nueva norma, NIIF 18, “Presentación e Información a Revelar en los Estados Financieros” que reemplazará NIC 1, “Presentación de Estados Financieros”.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.28 Nuevos pronunciamientos contables (NIIF e Interpretaciones del Comité de Interpretaciones de NIIF) (continuación)

NIIF 18 “Presentación e Información a Revelar en los Estados Financieros” (continuación)

NIIF 18 aplica a todos los estados financieros que son preparados y presentados en conformidad con las Normas Contables NIIF.

Los principales cambios en la nueva norma comparado con los requerimientos previos en NIC 1 comprenden:

- La introducción de categorías y subtotales definidos en el estado de resultados que apuntan a información adicional relevante y proporcionan una estructura para el estado de resultados que es más comparable entre entidades.
- La introducción de requisitos para mejorar la agregación y desagregación que apuntan a información adicional relevante y garantizan que la información material sea revelada.
- La introducción de revelaciones sobre las Mediciones de Desempeño Definidas por la Administración (MPM por sus siglas en inglés) en las notas a los estados financieros que apuntan a la transparencia y disciplina en el uso de dichas mediciones y revelaciones en un solo lugar.

NIIF 18 es efectiva para periodos anuales que comienzan en o después del 01 de enero de 2027. La norma se aplica retrospectivamente, con requerimiento de transición específicos, se permite su aplicación anticipada.

La Compañía se encuentra evaluando el impacto que podría generar la mencionada norma.

NIIF 9 y NIIF 7 “Modificaciones a la Clasificación y Medición de Instrumentos Financieros (enmiendas a NIIF 9 y NIIF 7)”

En mayo de 2024, el IASB emitió Modificaciones a NIIF 9 y NIIF 7 Clasificación y Medición de Instrumentos Financieros y aborda los siguientes tópicos:

- **Baja de un pasivo financiero que se liquida a través de sistema de pago electrónico:** Se han aclarado las fechas en las que un pasivo financiero se puede dar de baja cuando se liquida mediante transferencias electrónicas de efectivo. La alternativa permite considerar que un pasivo financiero (o parte de este) que se liquidará en efectivo utilizando un sistema de pago electrónico sea dado de baja antes de la fecha de liquidación si, y solo si, la entidad ha iniciado la orden de pago que: (i) no tiene la capacidad de parar o cancelar; (ii) no tiene capacidad de acceder al efectivo utilizado para el pago, y; (iii) el riesgo de no liquidarse la transacción asociado al medio de pago es insignificante.
- **Clasificación de activos financieros – términos contractuales que son consistentes con un acuerdo de préstamo básico:** Se ha aclarado las reglas para evaluar si los flujos de efectivo contractuales de un activo financiero son consistentes con un acuerdo de préstamo básico. La modificación aclara que los flujos de efectivo contractuales son inconsistentes con un acuerdo de préstamo básico si están indexados a una variable que no es un riesgo o costo del préstamo o si representan una parte de los ingresos o ganancias del deudor.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.28 Nuevos pronunciamientos contables (NIIF e Interpretaciones del Comité de Interpretaciones de NIIF) (continuación)

NIIF 9 y NIIF 7 “Modificaciones a la Clasificación y Medición de Instrumentos Financieros (enmiendas a NIIF 9 y NIIF 7)” (continuación)

- **Clasificación de activos financieros sin recurso:** Se aclara el término “sin recurso”. Un activo financiero es sin recurso si el derecho final de una entidad para recibir flujos de efectivo está contractualmente limitado a los flujos de efectivo generados por activos específicos.
- **Clasificación de activos financieros vinculados contractualmente:** Se aclaran las características de estos instrumentos que los distinguen de otras transacciones. Se trata de un instrumento compuesto por dos o más instrumentos financieros que están vinculados contractualmente de tal manera que el valor, el riesgo y el flujo de efectivo de uno afecta al otro.

Asimismo, estas modificaciones introducen requerimientos adicionales de revelación dentro de NIIF 7:

- **Inversiones en instrumentos de patrimonio designados a valor razonable con efecto en otros resultados integrales:** Se deberá revelar la ganancia o pérdida del valor razonable presentada en otro resultado integral durante el ejercicio, mostrando por separado aquella relacionada con las inversiones dadas de baja durante el ejercicio de las que se mantienen al cierre, así como, los traspasos de las ganancias o pérdidas acumuladas reconocidas en patrimonio de las inversiones instrumentos dados de baja durante el ejercicio.
- **Términos contractuales que podrían cambiar el momento o la cantidad de los flujos de efectivo:** Las revelaciones incluyen una descripción cualitativa de la naturaleza del evento contingente, información cuantitativa sobre los posibles cambios en los flujos de efectivo, así como el valor en libros bruto de los activos financieros y el costo amortizado de los pasivos financieros sujetos a esos términos contractuales.

Las enmiendas son efectivas para los ejercicios anuales que comiencen en o después del 1 de enero de 2026. Se permite su aplicación anticipada.

La Compañía estima que la aplicación de estas enmiendas no tendrá un impacto significativo en sus Estados Financieros Consolidados.

NIIF 1, NIIF 7, NIIF 9, NIIF 10 y NIC 7 “Mejoras Anuales a las Normas IFRS, Volumen 11”

- **NIIF 1 Adopción por Primera Vez de las NIIF**

Contabilidad de cobertura para un adoptador por primera vez. La enmienda aborda una potencial confusión originada por una inconsistencia en la redacción entre el párrafo B6 de la NIIF 1 y los requisitos para la contabilidad de cobertura de la NIIF 9 Instrumentos Financieros.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES (continuación)

2.28 Nuevos pronunciamientos contables (NIIF e Interpretaciones del Comité de Interpretaciones de NIIF) (continuación)

NIIF 1, NIIF 7, NIIF 9, NIIF 10 y NIC 7 “Mejoras Anuales a las Normas IFRS, Volumen 11” (continuación)

- NIIF 7 Instrumentos Financieros: Revelaciones

Ganancia o pérdida por baja en cuentas. La enmienda aborda una posible confusión en el párrafo B38 de la NIIF 7 que surge de una referencia obsoleta a un párrafo que se eliminó de la norma cuando se emitió la NIIF 13 Medición del valor razonable.

Revelación de la diferencia diferida entre el valor razonable y el precio de la transacción. La enmienda aborda una inconsistencia entre el párrafo 28 de la NIIF 7 y su guía de implementación adjunta que surgió cuando se realizó una modificación consecuente resultante de la emisión de la NIIF 13 al párrafo 28, pero no al párrafo correspondiente en la guía de implementación.

Introducción y revelación de información sobre riesgo crediticio. La enmienda aborda una posible confusión al aclarar en el párrafo IG1 que la guía no necesariamente ilustra todos los requisitos de los párrafos a los que se hace referencia en la NIIF 7 y al simplificar algunas explicaciones.

- NIIF 9 Instrumentos Financieros

Baja de pasivos por arrendamiento por parte del arrendatario. La enmienda aborda una posible falta de claridad en la aplicación de los requisitos de la NIIF 9 para contabilizar la extinción de un pasivo por arrendamiento del arrendatario que surge porque el párrafo 2.1(b)(ii) de la NIIF 9 incluye una referencia cruzada al párrafo 3.3.1, pero no también al párrafo 3.3.3 de la NIIF 9.

Precio de transacción. La enmienda aborda una posible confusión que surge de una referencia en el Apéndice A de la NIIF 9 a la definición de “precio de transacción” de la NIIF 15 Ingresos procedentes de contratos con clientes, mientras que el término “precio de transacción” se utiliza en párrafos concretos de la NIIF 9 con un significado que no es necesariamente coherente con la definición de ese término en la NIIF 15.

- NIIF 10 Estados Financieros Consolidados

Determinación de un “agente de facto”. La enmienda aborda una posible confusión que surge de una inconsistencia entre los párrafos B73 y B74 de la NIIF 10 en relación con la determinación por parte de un inversor de si otra parte está actuando en su nombre, al alinear el lenguaje de ambos párrafos.

- NIC 7 Estado de Flujo de Efectivo

Método del costo. La enmienda aborda una posible confusión en la aplicación del párrafo 37 de la NIC 7 que surge del uso del término “método del costo”, que ya no está definido en las Normas de Contabilidad NIIF.

Todas las enmiendas son efectivas para ejercicios anuales que comienzan en o después del 1 de enero de 2026. Se permite su aplicación anticipada.

La Compañía estima que la aplicación de estas enmiendas no tendrá un impacto significativo en sus Estados Financieros Consolidados.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

3. EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO

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

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Caja	27.040	27.176
Banco	16.331.742	65.167.921
Depósitos a plazo	198.935.734	85.226.642
Fondos mutuos	52.996.869	28.752.024
Total de efectivo y equivalentes al efectivo	268.291.385	179.173.763

Efectivo y equivalentes al efectivo por moneda:

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Pesos chilenos	200.448.822	101.344.954
Dólares estadounidenses	5.722.946	8.074.037
Pesos colombianos	47.513.116	21.136.589
Soles peruanos	14.606.501	48.618.183
Total de efectivo y equivalentes al efectivo	268.291.385	179.173.763

Saldos de efectivo significativos no disponibles

Al 31 de diciembre de 2025 y 2024, no hay restricciones al efectivo y equivalentes al efectivo.

4. OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS

La composición de los otros activos no financieros corrientes y no corrientes es la siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
IVA crédito fiscal	17.013.973	12.561.125
Linealización ingresos mínimos contratos de arriendo (1)	6.190.984	6.020.389
Pólizas de seguros	5.350.947	3.614.019
Anticipos otorgados	9.870.074	9.655.521
Otros	347.235	394.585
Total corriente	38.773.213	32.245.639
Linealización ingresos mínimos contratos de arriendo (1)	30.029.572	27.187.309
IVA crédito fiscal	7.287.668	7.860.028
Total no corriente	37.317.240	35.047.337

(1) Corresponden al reconocimiento en forma lineal de los ingresos procedentes de arrendamientos, según lo establece NIIF 16 “Arrendamientos”.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

5. DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR COBRAR

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

a) La composición de los deudores corrientes y no corrientes es la siguiente:

Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	Al 31 de diciembre de 2025			Al 31 de diciembre de 2024		
	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	117.661.332	(7.952.300)	109.709.032	109.461.837	(10.755.464)	98.706.373
Documentos por cobrar	12.560.172	(3.245.690)	9.314.482	15.459.092	(5.217.120)	10.241.972
Deudores varios	3.566.229	(219.937)	3.346.292	2.374.144	(264.190)	2.109.954
Total corrientes	133.787.733	(11.417.927)	122.369.806	127.295.073	(16.236.774)	111.058.299
Aportes reembolsables	4.434.021	-	4.434.021	4.167.507	-	4.167.507
Documentos por cobrar	33.945.116	-	33.945.116	33.458.888	-	33.458.888
Deudores varios (1)	31.041.955	-	31.041.955	29.386.169	-	29.386.169
Total no corrientes	69.421.092	-	69.421.092	67.012.564	-	67.012.564

(1) Corresponde al derecho a que se le restituyan anticipos otorgados por un proyecto que la Sociedad ejerció su opción de retracto con fecha 29 de junio de 2022. Mallplaza ejerció su opción de retracto a participar en el proyecto conforme a lo establecido en el contrato, y tiene derecho a que se le restituyan los anticipos otorgados (ver Nota 26 c.2). Este saldo se incorpora en el análisis de vencimientos a más de 250 días (punto d).

Se incluye en el rubro cuentas por cobrar no corrientes, pagarés en unidades de fomento correspondientes a la porción de largo plazo de acuerdos de pago 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 2025	Al 31 de diciembre de 2024
	M\$	M\$
Saldo inicial	16.236.774	10.628.613
Adquisiciones mediante combinación de negocios (ver Nota 31)	-	4.653.728
Provisión cartera no repactada	4.912.413	5.995.515
Provisión cartera repactada	1.401.723	1.678.091
Castigos del ejercicio	(4.850.064)	(5.088.994)
Recuperos del ejercicio	(6.376.956)	(1.662.556)
Ajuste de conversión	94.037	32.377
Subtotal	(4.818.847)	5.608.161
Total Provisión	11.417.927	16.236.774

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

5. DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR COBRAR (continuación)

c) La cartera protestada y en cobranza judicial es la siguiente:

Cartera protestada y en cobranza judicial	Al 31 de diciembre de 2025			Al 31 de diciembre de 2024		
	Documentos por cobrar protestados	Documentos por cobrar en cobranza judicial	Total documentos protestados y en cobranza judicial	Documentos por cobrar protestados	Documentos por cobrar en cobranza judicial	Total documentos protestados y en cobranza judicial
Número clientes cartera protestada o en cobranza judicial	30	278	308	17	241	258
Cartera protestada o en cobranza judicial (M\$)	799.837	5.771.565	6.571.402	454.488	7.323.884	7.778.372

d) Análisis de vencimientos:

Estratificación de la cartera	Número clientes cartera no repactada	Cartera no repactada bruta M\$	Número clientes cartera repactada	Cartera repactada bruta M\$	Total cartera bruta M\$
No vencido y no deteriorado	579	136.417.190	63	2.948.507	139.365.697
Entre 1 y 30 días	237	11.576.291	26	270.920	11.847.211
Entre 31 y 60 días	134	1.244.174	11	174.308	1.418.482
Entre 61 y 90 días	110	583.780	9	354.595	938.375
Entre 91 y 120 días	88	781.367	12	710.248	1.491.615
Entre 121 y 150 días	78	559.184	6	238.561	797.745
Entre 151 y 180 días	52	290.554	3	151.403	441.957
Entre 181 y 210 días	81	315.266	6	254.992	570.258
Entre 211 y 250 días	125	327.234	7	1.053.053	1.380.287
Más de 250 días	2.046	38.553.613	139	6.403.585	44.957.198
Total al 31 de diciembre de 2025	3.530	190.648.653	282	12.560.172	203.208.825

Estratificación de la cartera	Número clientes cartera no repactada	Cartera no repactada bruta M\$	Número clientes cartera repactada	Cartera repactada bruta M\$	Total cartera bruta M\$
No vencido y no deteriorado	371	121.878.568	95	9.885.832	131.764.400
Entre 1 y 30 días	314	7.236.554	20	340.615	7.577.169
Entre 31 y 60 días	206	5.861.743	22	311.889	6.173.632
Entre 61 y 90 días	187	1.679.689	19	232.109	1.911.798
Entre 91 y 120 días	110	1.343.613	8	175.969	1.519.582
Entre 121 y 150 días	119	1.902.583	7	229.929	2.132.512
Entre 151 y 180 días	105	536.494	8	210.553	747.047
Entre 181 y 210 días	79	961.478	7	233.835	1.195.313
Entre 211 y 250 días	89	753.396	9	369.882	1.123.278
Más de 250 días	2.125	36.694.637	149	3.468.269	40.162.906
Total al 31 de diciembre de 2024	3.705	178.848.755	344	15.458.882	194.307.637

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

6. REVELACIONES DE PARTES RELACIONADAS

6.1 Cuentas por cobrar empresas relacionadas

Los saldos por este concepto al 31 de diciembre de 2025 y 2024 son los siguientes:

Corrientes

Sociedad	RUT	País	Naturaleza de la relación	Tipo de moneda	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Agencia de Seguros Falabella Ltda. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	1.152	1.040
Banco Falabella S.A.(1)	96.509.660-4	Chile	Matriz común	Peso chileno	854.223	262.039
Banco Falabella Perú S.A.(1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	267.432	272.166
Contact Center (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	223	-
Deportes Sparta Ltda. (1)	76.074.938-9	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	469.347	329.836
Derco SpA. (1)	94.141.000-6	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	-	79.543
Derocenter SpA. (1)	82.995.700-0	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	-	263.665
Derocenter Perú SpA. (1)	0-E	Perú	Otras partes relacionadas	Sol peruano	-	6.936
Digital Payments SpA. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	223	-
Falabella de Colombia S.A. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	2.008	19.861
Falabella Retail S.A. (1)	77.261.280-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	3.746.407	4.041.414
Falabella S.A.(3)	90.749.000-9	Chile	Matriz de matriz	Peso chileno	-	4.545.797
Falabella Tecnología Perú S.A.C. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	5.369	13.481
Falabella.com SpA. (1)	76.212.492-0	Chile	Matriz común	Peso chileno	10.919	12.995
Falabella.com S.A.C. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	6.165	192.258
Falabella Corredora de Seguros S.A.C. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	223	12.359
Falabella Corporativo Perú S.A.(1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	223	5.768
Falabella Servicios Generales S.A.C.(1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	2.201	366
Gestiones Integrales de Servicios S.A.C. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	263	368
Hipermercados Tottus S.A. (1)	78.627.210-6	Chile	Matriz común	Peso chileno	898.097	791.702
Hipermercados Tottus Perú S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	588.158	1.740.693
Hipermercados Tottus Oriente S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	208.308	185.491
Hipermercados Tottus Iquitos S.A.C. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	597	-
Inverfal Perú S.A.A (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	223	-
Ikso SpA. (1)	76.993.859-1	Chile	Matriz común	Peso chileno	496.236	239.254
Ikso S.A.S. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	10.718	11.754
Ikso S.A.C. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	-	308
Inmobiliaria SIC S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	223	9.555
Falabella.com S.A.S. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	229	8.551
Falabella Servicios S.A.S. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	-	912
Promotora Chilena de Café Colombia S.A. (1)	76.000.935-0	Chile	Matriz común	Peso chileno	101.294	125.309
Saga Falabella S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	1.602.274	1.615.586
Saga Falabella Oriente S.A.C. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	106.313	112.079
Seguros Falabella Corredores Ltda. (1)	77.099.010-6	Chile	Matriz común	Peso chileno	2.875	8.279
Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	1.388.232	2.552.319
Servicios Falabella SpA. (1)	77.070.342-5	Chile	Matriz común	Peso chileno	-	312.037
Sodimac Colombia S.A. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	6.611	23.804
Sodimac S.A. (1)	96.792.430-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	1.235.737	92.836
Sodimac Perú Oriente S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	32.870	128.560
Otras Sociedades (1)	0-E	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	-	791
Ejecutivos (2)	0-E	Chile	Personal clave	Peso chileno	1.650.221	1.545.672
Total					13.695.594	19.565.384

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

6. REVELACIONES DE PARTES RELACIONADAS (continuación)

6.1 Cuentas por cobrar empresas relacionadas (continuación)

Los saldos por este concepto al 31 de diciembre 2025 y 2024 son los siguientes:

No Corrientes

Sociedad	RUT	País	Naturaleza de la relación	Tipo de moneda	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Ejecutivos (2)	0-E	Chile	Personal clave	Peso chileno	6.338.160	6.202.764
Inmobiliaria SIC S.A. (4)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	397.449	360.292
Total					6.735.609	6.563.056

Se detallan a continuación las condiciones de los saldos por cobrar con empresas relacionadas:

- (1) Corresponden a arriendos, gastos comunes, servicios, gastos varios y/o asesorías prestadas entre partes relacionadas. Estas operaciones no generan intereses y su condición de pago es generalmente 30 días.
- (2) Corresponde a préstamos por plan de incentivos a ejecutivos (ver Nota 18c).
- (3) Corresponde a contrato de cuenta corriente mercantil con Falabella S.A., a una tasa spread 0,4% más TAB nominal diaria, el que se pagó el 18 de junio de 2025.
- (4) Corresponde a cuota por arriendo de terreno pagadera al final del contrato.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

6. REVELACIONES DE PARTES RELACIONADAS (continuación)

6.2 Cuentas por pagar empresas relacionadas

Los saldos por este concepto al 31 de diciembre 2025 y 2024 son los siguientes:

Corrientes

Sociedad	RUT	País	Naturaleza de la relación	Tipo de moneda	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
ABC de Servicios S.A.S. (1)	0-E	Colombia	Otras partes relacionadas	Peso colombiano	955	713
Agencia de Seguros Falabella Ltda. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	571	547
Banco Falabella S.A.(1)	96.509.660-4	Chile	Matriz común	Peso chileno	-	1.831
Falabella Corporativo Perú S.A.C. (3)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	651.016	215.229
Falabella de Colombia S.A. (3)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	-	178
Falabella.com S.A.C. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	20	1.807
Falabella.com S.A.S. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	231	178
Falabella Retail S.A. (3)	77.261.280-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	56.943	9.193
Falabella S.A.(3)	90.749.000-9	Chile	Matriz de matriz	Peso chileno	608.445	-
Falabella Servicios S.A.S. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	34.403	51.944
Falabella Tecnología Corporativa Limitada (3)	77.612.410-9	Chile	Matriz común	Peso chileno	243.161	413.784
Falabella Tecnología Perú S.A.C. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	-	22.199
Hipermercados Tottus Perú S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	28.489	22.045
Hipermercados Tottus Oriente S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	-	152
Ikso S.A.S. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	-	799.539
Inverfal Perú S.A.A. (1)	0-E	Perú	Otras partes relacionadas	Sol peruano	1.444	-
Inmobiliaria SIC S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	48.802	150.594
Megamedia Radio S.A.(3)	78.794.060-9	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	-	24.706
Megamedia S.A. (3)	76.185.964-1	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	-	515.407
Otras Sociedades (1)	0-E	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	-	303
Saga Falabella S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	-	534
Servicios e Inversiones Falabella Ltda. (1)	79.598.260-4	Chile	Matriz común	Peso chileno	17.997	-
Servicios Falabella SpA. (1)	77.070.342-5	Chile	Matriz común	Peso chileno	243.864	275.758
Servicios Falabella SpA. (2)	77.070.342-5	Chile	Matriz común	Dólar estadounidense	345.823	83.169
Sodimac S.A. (1)	96.792.430-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	-	36.518
Sodimac Perú Oriente S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	-	1.681
Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A. (1)	0-E	Perú	Matriz común	Sol peruano	14.010	13.604
Total					2.296.174	2.641.613

Se detallan a continuación las condiciones de los saldos por pagar con empresas relacionadas:

- (1) Corresponden a gastos comunes, servicios, gastos varios y/o asesorías prestadas entre partes relacionadas. Estas operaciones no generan intereses y su condición de pago es generalmente 30 días.
- (2) Corresponden a operaciones del giro social pactadas en moneda extranjera, amparadas en un contrato de servicios. Estas operaciones se presentan al tipo de cambio de cierre.
- (3) Corresponden a servicios de publicidad, mantención de software, compra de activos y otros. Estas operaciones no generan intereses y su condición de pago es generalmente 30 días.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

6. REVELACIONES DE PARTES RELACIONADAS (continuación)

6.3 Transacciones

Las transacciones con entidades relacionadas no consolidadas y sus efectos en los estados de resultados de los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024 son los siguientes:

Sociedad	RUT	Naturaleza de la relación	País	Descripción de la transacción	Tipo de Moneda	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de 2025		Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de 2024	
						Monto M\$	Efecto Resultado M\$	Monto M\$	Efecto Resultado M\$
ABC de Servicios S.A.S.	0-E	Otras partes relacionadas	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	8.217	(8.217)	1.181	(1.181)
Agencia de Seguros Falabella Ltda.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	13.576	11.433	15.572	13.070
Servicios e Inversiones Falabella Ltda.	79.598.260-4	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	-	-	28.243	23.734
Otras Sociedades	0-E	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	-	-	388.712	284.096
Banco Falabella S.A.	96.509.660-4	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	5.551.473	5.051.615	5.176.018	4.757.560
Banco Falabella S.A.S.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	372.879	314.619	300.053	252.281
Banco Falabella Perú S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	2.995.193	2.539.373	217.750	181.841
Contact Center S.A.	0-E	Otras partes relacionadas	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	225	225	-	-
Compañía San Juan S.A.	0-E	Otras partes relacionadas	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	226	226	-	-
Deportes Sparta Ltda.	76.074.938-9	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	3.520.605	3.039.155	2.789.806	2.422.873
Derco SpA.	94.141.000-6	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	439.262	343.205	800.201	676.884
Dercocenter SpA.	82.995.700-0	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	1.385.646	1.117.956	2.633.883	2.213.498
Dercocenter Perú S.A.	0-E	Otras partes relacionadas	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	-	-	538	491
Digital Payments SpA.	0-E	Otras partes relacionadas	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	225	225	-	-
Inmobiliaria SIC S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	47.577	42.962	4.705	4.705
Inmobiliaria SIC S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Sol peruano	558.589	(558.589)	42.797	(42.797)
Inverperú Inmobiliaria S.A.A.	0-E	Otras partes relacionadas	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	225	225	-	-
Falabella de Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	3.309.232	2.788.065	3.055.403	2.566.567
Falabella de Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	919	(919)	225	(225)
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	44.420.913	39.614.313	42.581.079	37.918.127
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	63.255	(63.255)	46.900	46.900
Falabella S.A.	90.749.000-9	Matriz de matriz	Chile	Cta Cte mercantil	Peso chileno	121.012	121.012	1.604.902	1.604.902
Falabella S.A.	90.749.000-9	Matriz de matriz	Chile	Deuda	Peso chileno	-	-	549.593	(549.593)
Falabella S.A.	90.749.000-9	Matriz de matriz	Chile	Gastos varios	Dólar estadounidense	-	-	1.687	1.687
Falabella Servicios S.A.S.	0-E	Matriz común	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	238.110	(238.110)	257.015	(257.015)
Falabella Servicios Generales S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	110.030	93.275	-	-
Falabella Tecnología Corporativa Limitada	77.612.410-9	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	767.279	(767.279)	717.704	(717.752)
Falabella Tecnología Perú S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	-	-	265	(30)
Falabella Tecnología Perú S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Sol peruano	13.326	(12.590)	3.631	(3.631)
Falabella Corporativo Perú S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	3.102	2.609	4.034	3.391
Falabella Corporativo Perú S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Sol peruano	753.976	(753.976)	30.574	(30.574)
Falabella Corredora de Seguros S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	225	225	2.106	2.106
Falabella.Com SpA.	76.212.492-0	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	52.038	43.909	131.176	104.021
Falabella.Com SpA.	76.212.492-0	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	-	-	844	(844)
Falabella.com S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	50.280	46.907	50.579	50.581
Falabella.com S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Sol peruano	743	(743)	44	(44)
Falabella.com S.A.S.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	1.519	1.277	46.173	38.208
Falabella.com S.A.S.	0-E	Matriz común	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	363	(322)	1	1
Fazil Perú SAC.	0-E	Otras partes relacionadas	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	225	225	-	-
Franquicias Alimentarias S.A.	0-E	Otras partes relacionadas	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	-	-	27.520	25.586
Gestiones Integrales de Servicios S.A.C.	0-E	Otras partes relacionadas	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	267	226	-	-
Globe Consulting SpA	76.214.336-4	Otras partes relacionadas	Chile	Gastos varios	Peso chileno	-	-	405	(405)

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

6. REVELACIONES DE PARTES RELACIONADAS (continuación)

6.3 Transacciones (continuación)

Las transacciones con entidades relacionadas no consolidadas y sus efectos en los estados de resultados de los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2025 y 2024 son los siguientes:

Sociedad	RUT	Naturaleza de la relación	País	Descripción de la transacción	Tipo de Moneda	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de 2025		Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de 2024	
						Monto M\$	Efecto Resultado M\$	Monto M\$	Efecto Resultado M\$
Hipermercados Tottus S.A.	78.627.210-6	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	10.910.508	9.956.512	10.337.946	9.480.393
Hipermercados Tottus Perú S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	17.042.858	16.160.804	1.420.671	1.391.801
Hipermercados Tottus Perú S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Sol peruano	16.422	(16.393)	5.407	(5.401)
Hipermercados Tottus Oriente S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	1.335.899	1.229.050	137.114	130.474
Hipermercados Tottus Oriente S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Sol peruano	6	(6)	-	-
Hipermercados Tottus Iquitos S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	617	523	-	-
Ikso SpA.	76.993.859-1	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	2.955.438	2.810.680	2.826.510	2.678.336
Ikso S.A.S.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	6.539.474	5.494.805	5.278.472	4.438.065
Ikso S.A.S.	0-E	Matriz común	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	-	-	787.290	(787.290)
Ikso S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	350	297	-	-
Ikso S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Sol peruano	312	(312)	2	2
Inverfal Perú S.A.A.	0-E	Otras partes relacionadas	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	225	225	-	-
Inverfal Perú S.A.A.	0-E	Otras partes relacionadas	Perú	Gastos varios	Sol peruano	1.466	(1.466)	-	-
Megamedia S.A.	76.185.964-1	Otras partes relacionadas	Chile	Publicidad	Peso chileno	1.169.998	(1.169.998)	813.569	(813.569)
Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Dólar estadounidense	-	-	176.593	(176.593)
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Dólar estadounidense	-	-	1.092.705	(1.092.705)
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	-	-	201.942	(201.942)
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Servicios cobrados	Dólar estadounidense	-	-	2.918.354	2.918.354
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Dólar estadounidense	-	-	441.361	(441.361)
Megamedia Radio S.A.	78.794.060-9	Otras partes relacionadas	Chile	Publicidad	Peso chileno	294	(294)	123.806	(123.806)
Promotora Chilena de Café Colombia S.A.	76.000.935-0	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	731.824	627.903	538.053	463.726
Promotora de Café Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	-	-	1.469	(1.469)
Red Televisiva Megavisión S.A.	79.952.350-7	Otras partes relacionadas	Chile	Publicidad	Peso chileno	6.000	(6.000)	-	-
Saga Falabella S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	10.146.942	9.568.091	937.447	915.214
Saga Falabella S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Sol peruano	142.618	(142.618)	-	-
Saga Falabella Oriente S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	723.468	670.947	66.409	64.237
Saga Falabella Oriente S.A.C.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Sol peruano	-	-	1	(1)
Servicios e Inversiones Falabella Ltda.	79.598.260-4	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	4.446	3.736	-	-
Servicios e Inversiones Falabella Ltda.	79.598.260-4	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	25.226	(25.226)	-	-
Servicios Falabella SpA.	77.070.342-5	Matriz común	Chile	Gastos varios	Dólar estadounidense	629.414	(629.414)	244.469	(244.469)
Servicios Falabella SpA.	77.070.342-5	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	1.425.391	(1.425.391)	1.130.604	(1.130.604)
Servicios Falabella SpA.	77.070.342-5	Matriz común	Chile	Gastos varios	Sol peruano	-	-	10.001	(10.001)
Seguros Falabella Corredores Ltda.	77.099.010-6	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	39.622	33.388	43.032	36.250
Sodimac Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	3.316.432	2.787.392	3.129.296	2.676.040
Sodimac Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	50.824	(50.824)	86.022	(86.022)
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	15.902.104	14.650.517	15.229.395	14.037.518
Sodimac Perú Oriente S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	489.847	462.049	36.301	35.902
Sodimac Perú Oriente S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Sol peruano	79	(79)	-	-
Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Arriendos y otros	Sol peruano	15.682.080	14.912.719	1.208.992	1.189.041
Tiendas del Mejoramiento del Hogar S.A.	0-E	Matriz común	Perú	Gastos varios	Sol peruano	5.547	(5.508)	11	(9)
Ejecutivos	0-E	Personal clave	Chile	Programa de incentivos a largo plazo	Peso chileno	3.179.902	577.839	2.358.526	276.265

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

6. REVELACIONES DE PARTES RELACIONADAS (continuación)

6.4 Compensación del personal clave de Plaza S.A. y Filiales

Personal clave se define como aquellas personas que poseen la autoridad y responsabilidad respecto de la planificación, dirección y control de las actividades de Plaza S.A. y Filiales. A continuación, se presenta por categoría el gasto por compensaciones recibidas por el personal clave de la Administración:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 (1) M\$
Remuneraciones recibidas por la gerencia	14.485.978	10.746.397
Dietas a Directores	877.497	676.254
Compensación total al personal clave	15.363.475	11.422.651

(1) Ver Nota 31.

7. ACTIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES

La composición de los activos por impuestos corrientes es la siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Impuesto a la renta por recuperar	3.569.110	5.703.410
P.P.M. Obligatorios (saldo neto de impuesto a la renta)	10.855.552	1.830.871
Crédito por Donaciones	75.799	46.088
Crédito por Capacitación	157.799	144.339
Otros impuestos por recuperar	3.430.632	473.338
Total	18.088.892	8.198.046

8. INVERSIÓN EN ASOCIADA

Plaza S.A. mantenía una inversión indirecta en la Sociedad Mall Plaza Perú S.A., en donde poseía un 33,33%. Mall Plaza Perú S.A. es una entidad privada, dedicada a la administración de centros comerciales con domicilio en la República del Perú.

La moneda funcional de la inversión es el Sol peruano.

Al 31 de diciembre de 2024, Plaza S.A. adquirió el control de Mall Plaza Perú S.A. (ver Nota 31).

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

8. INVERSIÓN EN ASOCIADA (continuación)

La siguiente tabla ilustra la información financiera resumida de la inversión en Mall Plaza Perú S.A.

a) Detalle de Inversión en empresas asociadas:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 (1) M\$
Información resumida de los resultados de la empresa asociada:		
Ingresos ordinarios	-	50.997.764
Resultado del ejercicio	-	13.528.461
Participación en resultado	-	4.509.036

(1) Información corresponde a 11 meses (ver Nota 31).

b) Movimientos de la participación en inversión:

El movimiento de la participación en empresas asociadas es el siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Movimientos:		
Saldo inicial	-	94.801.636
Participación en resultado del ejercicio	-	4.509.036
Diferencia de conversión	-	9.587.857
Adquisiciones mediante combinación de negocios (ver Nota 31)	-	(108.898.529)
Movimientos del ejercicio	-	(94.801.636)
Saldo al cierre	-	-

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

9. ACTIVOS INTANGIBLES Y PLUSVALÍA

Los movimientos del ejercicio de los activos intangibles y plusvalías son los siguientes:

Costo	Marcas Comerciales M\$	Licencias de programas Informáticos M\$	Proyectos Informáticos y Otros M\$	Total Intangibles M\$	Plusvalía M\$
Al 31 de diciembre de 2025					
Saldo inicial	891.578	14.646.458	5.132.816	20.670.852	-
Movimientos del ejercicio					
Adiciones	-	9.680	3.677.338	3.687.018	-
Bajas	-	(8.955.490)	(1.438.828)	(10.394.318)	-
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	3.753.017	(3.901.407)	(148.390)	-
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	64.245	13.339	77.584	-
Total movimientos del ejercicio	-	(5.128.548)	(1.649.558)	(6.778.106)	-
Total al 31 de diciembre de 2025	891.578	9.517.910	3.483.258	13.892.746	-

Amortización	Marcas Comerciales M\$	Licencias de programas Informáticos M\$	Proyectos Informáticos y Otros M\$	Total Intangibles M\$	Plusvalía M\$
Al 31 de diciembre de 2025					
Saldo inicial	-	(11.209.942)	(2.795.996)	(14.005.938)	-
Movimientos del ejercicio					
Amortización del ejercicio	-	(2.253.813)	(185.201)	(2.439.014)	-
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	169.943	(169.943)	-	-
Bajas	-	8.955.490	1.438.828	10.394.318	-
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	(63.373)	(30.399)	(93.772)	-
Total movimientos del ejercicio	-	6.808.247	1.053.285	7.861.532	-
Total al 31 de diciembre de 2025	-	(4.401.695)	(1.742.711)	(6.144.406)	-
Saldo Neto al 31 de diciembre de 2025	891.578	5.116.215	1.740.547	7.748.340	-

Costo	Marcas Comerciales M\$	Licencias de programas Informáticos M\$	Proyectos Informáticos y Otros M\$	Total Intangibles M\$	Plusvalía M\$
Al 31 de diciembre de 2024					
Saldo inicial	891.578	9.911.998	5.159.769	15.963.345	357.778
Movimientos del ejercicio					
Adiciones	-	-	2.556.531	2.556.531	-
Adquisiciones mediante combinación de negocios (ver Nota 31)	-	1.431.441	594.198	2.025.639	-
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	3.282.406	(3.189.284)	93.122	-
Valorización a valor razonable reconocida en resultados	-	-	-	-	(357.778)
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	20.613	11.602	32.215	-
Total movimientos del ejercicio	-	4.734.460	(26.953)	4.707.507	(357.778)
Total al 31 de diciembre de 2024	891.578	14.646.458	5.132.816	20.670.852	-

Amortización	Marcas Comerciales M\$	Licencias de programas Informáticos M\$	Proyectos Informáticos y Otros M\$	Total Intangibles M\$	Plusvalía M\$
Al 31 de diciembre de 2024					
Saldo inicial	-	(8.173.378)	(2.529.678)	(10.703.056)	-
Movimientos del ejercicio					
Amortización del ejercicio	-	(1.531.959)	(199.031)	(1.730.990)	-
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	(179.843)	179.843	-	-
Adquisiciones mediante combinación de negocios (ver Nota 31)	-	(1.306.529)	(240.054)	(1.546.583)	-
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	(18.233)	(7.076)	(25.309)	-
Total movimientos del ejercicio	-	(3.036.564)	(266.318)	(3.302.882)	-
Total al 31 de diciembre de 2024	-	(11.209.942)	(2.795.996)	(14.005.938)	-
Saldo Neto al 31 de diciembre de 2024	891.578	3.436.516	2.336.820	6.664.914	-

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

10. PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO

Los movimientos del ejercicio de las propiedades, planta y equipo son los siguientes:

Costo	Proyectos en curso	Edificios	Planta, equipos y accesorios	Instalaciones	Vehículos de Motor	Activos por derechos de uso	Total Propiedades, planta y equipo
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2025							
Saldo inicial	967.350	2.758.423	9.680.815	2.624.136	32.100	44.262	16.107.086
Movimientos del ejercicio							
Adiciones	442.122	-	-	-	-	489.047	931.169
Bajas	-	(7.089)	(613.473)	(487.381)	(32.100)	-	(1.140.043)
Transferencia (a) / desde otros rubros	(89.042)	9.558	1.106.646	42.361	-	-	1.069.523
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	2.072	(40)	231.019	48.906	-	20.978	302.935
Total movimientos del ejercicio	355.152	2.429	724.192	(396.114)	(32.100)	510.025	1.163.584
Total al 31 de diciembre de 2025	1.322.502	2.760.852	10.405.007	2.228.022	-	554.287	17.270.670

Depreciación	Proyectos en curso	Edificios	Planta, equipos y accesorios	Instalaciones	Vehículos de Motor	Activos por derechos de uso	Total Propiedades, planta y equipo
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2025							
Saldo inicial	-	(691.613)	(7.488.406)	(1.520.056)	(32.100)	(2.948)	(9.735.123)
Movimientos del ejercicio							
Depreciación del ejercicio	-	(71.661)	(941.664)	(41.534)	-	(115.663)	(1.170.522)
Bajas	-	7.089	613.101	487.381	32.100	-	1.139.671
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	-	(272.483)	-	-	-	(272.483)
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	2	36.498	(229.278)	-	(2.581)	(195.359)
Total movimientos del ejercicio	-	(64.570)	(564.548)	216.569	32.100	(118.244)	(498.693)
Total al 31 de diciembre de 2025	-	(756.183)	(8.052.954)	(1.303.487)	-	(121.192)	(10.233.816)
Saldo Neto al 31 de diciembre de 2025	1.322.502	2.004.669	2.352.053	924.535	-	433.095	7.036.854

Costo	Proyectos en curso	Edificios	Planta, equipos y accesorios	Instalaciones	Vehículos de Motor	Activos por derechos de uso	Total Propiedades, planta y equipo
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2024							
Saldo inicial	298.062	2.758.423	1.257.493	682.982	32.100	(4)	5.029.056
Movimientos del ejercicio							
Adiciones	853.873	-	-	-	-	44.266	898.139
Adquisiciones mediante combinación de negocios (ver Nota 31)	-	-	8.242.641	2.538.694	-	401.001	11.182.336
Bajas	-	-	-	(375.309)	-	(404.301)	(779.610)
Transferencia (a) / desde otros rubros	(184.210)	-	67.795	(255.083)	-	-	(371.498)
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	(375)	-	112.886	32.852	-	3.300	148.663
Total movimientos del ejercicio	669.288	-	8.423.322	1.941.154	-	44.266	11.078.030
Total al 31 de diciembre de 2024	967.350	2.758.423	9.680.815	2.624.136	32.100	44.262	16.107.086

Depreciación	Proyectos en curso	Edificios	Planta, equipos y accesorios	Instalaciones	Vehículos de Motor	Activos por derechos de uso	Total Propiedades, planta y equipo
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2024							
Saldo inicial	-	(620.324)	(989.493)	(458.294)	(32.100)	4	(2.100.207)
Movimientos del ejercicio							
Depreciación del ejercicio	-	(71.289)	(254.046)	(52.507)	-	(2.977)	(380.819)
Adquisiciones mediante combinación de negocios (ver Nota 31)	-	-	(6.198.102)	(1.291.732)	-	(373.346)	(7.863.180)
Bajas	-	-	-	327.935	-	376.459	704.394
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	-	(46.765)	(45.458)	-	(3.088)	(95.311)
Total movimientos del ejercicio	-	(71.289)	(6.498.913)	(1.061.762)	-	(2.952)	(7.634.916)
Total al 31 de diciembre de 2024	-	(691.613)	(7.488.406)	(1.520.056)	(32.100)	(2.948)	(9.735.123)
Saldo Neto al 31 de diciembre de 2024	967.350	2.066.810	2.192.409	1.104.080	-	41.314	6.371.963

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

10. PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO (continuación)

Las propiedades, planta y equipo se deprecian linealmente en base a las vidas útiles estimadas, definidas en Nota 2.12.

Al 31 de diciembre de 2025 y 2024, el monto de las propiedades, planta y equipo que se encuentran en uso y están totalmente depreciados no es significativo.

11. PROPIEDADES DE INVERSIÓN

Las propiedades de inversión incluyen centros comerciales, obras en ejecución y terrenos disponibles que se estima serán destinados a futuros centros comerciales, las cuales están valorizadas de acuerdo a lo descrito en esta nota y son presentadas a su valor razonable el cual ha sido determinado en base a valorizaciones realizadas por la administración.

Los movimientos del ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2025 y 2024 son los siguientes:

Movimiento en propiedad de inversión Modelo de valor razonable	Al 31 de diciembre de 2025	Al 31 de diciembre de 2024
M\$	M\$	M\$
Saldo inicial	5.356.540.334	4.166.498.735
Adiciones	79.882.864	88.105.060
Transferencia desde activos no corrientes mantenidos para la venta	44.765.513	-
Adquisiciones mediante combinación de negocios (ver Nota 31)	-	937.060.782
Retiros y bajas	(5.059.716)	(4.716.734)
Transferencia (a) / desde otros rubros	(648.650)	278.376
Incremento por valorización a valor razonable reconocida en resultados	1.447.136.239	155.839.580
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	39.263.883	13.474.535
Saldo final al cierre del ejercicio	6.961.880.467	5.356.540.334

Se incluyen también en este rubro M\$ 13.109.462 al 31 de diciembre de 2025 y M\$ 11.925.046 al 31 de diciembre de 2024, respectivamente, de activos por derecho de uso, correspondientes principalmente a terrenos.

Durante el ejercicio 2025, la Compañía ha capitalizado intereses por un monto ascendente a M\$ 249.873. La tasa de interés promedio de financiamiento aplicada para la capitalización fue de UF+2,98%. Durante el ejercicio 2024, la Compañía ha capitalizado intereses por un monto ascendente a M\$ 3.769.344. La tasa de interés promedio de financiamiento aplicada para la capitalización fue de UF+3,18%.

Al 31 de diciembre de 2025, las obligaciones contractuales para comprar, construir, reparar, mantener y desarrollar Propiedades de Inversión ascienden a M\$ 18.061.926 (M\$ 6.032.214 al 31 de diciembre de 2024).

Los terrenos sin uso y en los que no se están efectuando construcciones de centros comerciales ascienden a M\$ 89.568.603 al 31 de diciembre de 2025 (M\$ 29.207.611 al 31 de diciembre de 2024). No existen gastos de mantención asociados a estos, así como tampoco existen restricciones a la realización de inversiones inmobiliarias, al cobro de los ingresos derivados de los mismos o de los recursos obtenidos por su enajenación o disposición por otra vía.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

11. PROPIEDADES DE INVERSIÓN (continuación)

Al 31 de diciembre de 2025 la Compañía mantiene activos entregados en garantía por M\$116.517.771 (M\$ 115.917.634 al 31 de diciembre de 2024).

La Sociedad aplica las siguientes metodologías para la determinación del valor razonable de sus propiedades de inversión:

a) Valorización de acuerdo con tasación efectuada por un tercero independiente

Se utiliza para terrenos y otros inmuebles no operativos de la Sociedad. La tasación es determinada por tasadores externos, independientes y calificados, y se realiza una vez al año.

b) Valorización de acuerdo con el modelo de flujos futuros descontados a una tasa WACC

Se realiza semestralmente para todas las propiedades de inversión en operación a través de valorizaciones internas. Para la determinación de los flujos futuros se consideran los ingresos operacionales, menos los costos directos y gastos de operación.

Los principales parámetros e indicadores del modelo de valorización de flujos futuros descontados son los siguientes:

a) Tasa de descuento

Para la determinación de la tasa de descuento se utiliza la metodología del costo promedio del capital (tasa WACC), donde se consideran para su construcción inputs de mercado y de empresas comparables.

La tasa de descuento es revisada semestralmente y se utilizan tasas diferenciadas para cada país en los cuales están localizadas las propiedades de inversión.

Los principales inputs considerados para la construcción de la tasa WACC son los siguientes:

- BETA: esta variable es determinada con una muestra de empresas representativas del mercado inmobiliario a nivel nacional e internacional, debido a que el mercado local no presenta la profundidad suficiente. Para el cálculo de dicho parámetro se utiliza un horizonte de tiempo de los últimos cinco años.
- Tasa libre de riesgo: se estima en función del rendimiento del bono a 10 años del tesoro de EE.UU. y se le agrega un spread por riesgo país para Chile, Perú y Colombia.
- Premio por riesgo: determinado en base a información de mercado.
- Relación de apalancamiento: determinado por el mismo conjunto de empresas representativas del mercado nacional e internacional utilizadas para la determinación del BETA.
- Tasa de impuesto: se utiliza la tasa vigente de cada país.
- Spread de la deuda: para la estimación del retorno de la deuda se utiliza el promedio de los spreads observados en el mercado local para compañías con riesgos similares.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

11. PROPIEDADES DE INVERSIÓN (continuación)

Los rangos de tasas de descuento utilizadas al 31 de diciembre de 2025 y 2024 son las siguientes:

País	Al 31 de diciembre de 2025	Al 31 de diciembre de 2024
Chile	5,46% a 5,81%	6,56% a 6,67%
Perú	5,62% a 5,97%	6,72% a 6,83%
Colombia	7,23% a 7,56%	8,16% a 8,26%

Considerando todos estos inputs se calcula la tasa de descuento (WACC) en términos reales y después de impuestos, la cual es utilizada para el descuento de los flujos futuros de cada país en donde se localizan las propiedades de inversión.

b) Proyecciones de flujos

Las proyecciones de flujos se realizan por cada país y tienen su punto de partida en presupuestos aprobados por el Directorio.

Para los años siguientes los ingresos son definidos en base a parámetros tales como nivel de ocupación, mix de tarifas, metros arrendables, entre otros factores, y cuyo crecimiento está directamente relacionado con el nivel de madurez de cada propiedad de inversión.

El resumen de las tasas promedio de crecimiento de los ingresos al 31 de diciembre de 2025 y 2024 es el siguiente:

País	Al 31 de diciembre de 2025	Al 31 de diciembre de 2024
Chile	0,3% a 0,9%	0,1% a 0,9%
Perú	0,2% a 0,8%	-0,4% a 1,2%
Colombia	-0,2% a 0,9%	0,8% a 3,4%

Al igual que los ingresos, los costos son calculados para cada propiedad de inversión, considerando factores de crecimiento histórico y la evolución esperada a futuro.

El resumen de las tasas promedio de crecimiento al 31 de diciembre de 2025 y 2024 es el siguiente:

País	Al 31 de diciembre de 2025	Al 31 de diciembre de 2024
Chile	0,4% a 0,6%	0,2% a 0,6%
Perú	-1,8% a 0,6%	-0,2% a 1,0%
Colombia	0,2% a 0,7%	0,6% a 1,5%

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

11. PROPIEDADES DE INVERSIÓN (continuación)

Asimismo, la proyección incluye desembolsos para la mantención de cada uno de los activos, que serán destinados para mantenerlos en las mismas condiciones en que se encuentran actualmente.

Las proyecciones de los flujos consideran un plazo temporal de 5 años, más la perpetuidad.

12. ARRENDAMIENTOS

Plaza S.A. y Filiales como arrendador

Las Sociedad da en arrendamiento a terceros bajo contratos de arrendamiento, 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 arriendos mínimos bajo contratos de arrendamiento no cancelables al 31 de diciembre de 2025 y 2024 son los siguientes:

Pagos Mínimos	Al 31 de diciembre de 2025	Al 31 de diciembre de 2024
	M\$	M\$
Hasta un año	320.237.102	305.969.034
Desde un año hasta cinco años	816.344.690	784.147.193
Más de cinco años	877.695.143	942.882.773
Total	2.014.276.935	2.032.999.000

Las rentas variables por arrendamientos por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2025, reconocidas como ingresos por actividades ordinarias, fueron M\$ 38.936.262 (M\$ 24.833.110 al 31 de diciembre de 2024). Las rentas variables se relacionan generalmente con porcentajes de ventas de los arrendatarios vinculados con los espacios arrendados.

Plaza S.A. y Filiales como arrendatarios

Las cuotas de arriendos y subarriendos reconocidos como gasto en los ejercicios son los siguientes:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 M\$
Gastos de arriendo variable	1.240.482	1.102.443
Total cargado a resultados	1.240.482	1.102.443

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

13. IMPUESTOS A LAS GANANCIAS E IMPUESTOS DIFERIDOS

13.1 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	
	2025 M\$	2024 M\$
Impuesto a la renta:		
Cargo por impuesto a la renta	(62.682.875)	(50.145.057)
Otros cargos o abonos	(270.567)	(1.452.734)
Impuesto diferido:		
Relacionado con origen y reverso de diferencias temporales	(351.567.080)	(72.013.012)
Resultado por pérdidas tributarias	(13.503.569)	(6.100.022)
Total gasto por impuesto a las ganancias	(428.024.091)	(129.710.825)

b) La reconciliación del gasto por impuestos a la renta a la tasa estatutaria, respecto de la tasa efectiva al 31 de diciembre de 2025 y 2024, se compone como sigue:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 M\$
Utilidad antes de impuesto de operaciones continuadas	1.869.002.485	471.170.419
Utilidad antes de impuesto a las ganancias	1.869.002.485	471.170.419
A la tasa estatutaria de impuesto a la renta de Plaza S.A. de 27,0%	(504.630.671)	(127.216.013)
Efecto en tasa impositiva de tasas de otras jurisdicciones	19.757.238	(8.799.196)
Ingresos no tributables	-	1.217.440
Gastos no deducibles	(97.270)	(424.193)
Ajuste gasto tributario período anterior	(270.567)	(1.452.734)
Corrección monetaria neta	11.685.017	5.658.627
Otros incrementos (1)	45.532.162	1.305.244
A la tasa efectiva de impuesto a las ganancias de 22,90% (27,53% al 31 de diciembre de 2024)	(428.024.091)	(129.710.825)
Impuesto a las ganancias	(428.024.091)	(129.710.825)

(1) En 2025 incluye M\$48.567.959 correspondientes al impuesto diferido de los goodwill tributarios generados por los procesos de reorganización y fusiones de sociedades en Chile.

De acuerdo a lo establecido por la NIC 12 “Impuestos a las ganancias” los activos y pasivos por impuestos diferidos deben medirse empleando las tasas fiscales que se esperan sean de aplicación en el ejercicio en que el activo se realice o el pasivo se cancele, basándose en las tasas (y Leyes Fiscales) que al final del ejercicio, hayan sido aprobadas o prácticamente terminado el proceso de aprobación.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

13. IMPUESTOS A LAS GANANCIAS E IMPUESTOS DIFERIDOS (*continuación*)

13.2 Impuestos diferidos

Los saldos de impuestos diferidos por categoría se presentan a continuación:

Conceptos - Estado de Situación Financiera	Al 31 de diciembre de 2025		Al 31 de diciembre de 2024	
	Impuesto diferido activo M\$	Impuesto diferido pasivo M\$	Impuesto diferido activo M\$	Impuesto diferido pasivo M\$
Intangibles	-	1.183.855	-	794.099
Valorización de propiedades planta y equipo y propiedades de inversión	-	1.254.474.175	-	903.953.925
Gastos anticipados	-	-	-	907.937
Ingresos diferidos	1.286.555	-	1.543.865	-
Pérdidas tributarias de arrastre	25.468.664	-	38.972.233	-
Provisión de incobrabilidad	3.212.224	-	4.455.929	-
Vacaciones del personal	469.008	-	595.444	-
Ingresos lineales por devengar	-	8.623.359	-	7.667.719
Pasivos por arrendamiento	4.504.428	-	5.164.778	-
Otros	1.938.389	-	1.511.221	-
Totales	36.879.268	1.264.281.389	52.243.470	913.323.680
Saldo neto	1.227.402.121		861.080.210	

Los impuestos diferidos se reflejan de la siguiente manera en los Estados Financieros:

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Activos por impuestos diferidos	21.360.313	31.859.487
Pasivos por impuestos diferidos	(1.248.762.434)	(892.939.697)
Saldo neto impuesto diferido	(1.227.402.121)	(861.080.210)

14. OTROS PASIVOS FINANCIEROS

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

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Obligaciones con bancos	301.599.619	382.035.659
Obligaciones con el público	1.277.715.574	1.235.539.327
Total	1.579.315.193	1.617.574.986
Corrientes	127.178.876	184.533.058
No corrientes	1.452.136.317	1.433.041.928
Saldo al cierre	1.579.315.193	1.617.574.986

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

14. OTROS PASIVOS FINANCIEROS (continuación)

A continuación, se detallan las obligaciones con bancos y con el público al 31 de diciembre de 2025 y 2024:

Al 31 de diciembre de 2025:

RUT entidad deudora	Nombre entidad deudora	País empresa deudora	RUT de la entidad acreedora	Nombre de la entidad acreedora	País entidad acreedora	Tipo de moneda	Tipo de amortización	Tasa nominal	Tasa efectiva	1 a 90 días M\$	Más de 90 días a 1 año M\$	Total Corriente M\$	De 1 a 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total No Corriente M\$	Importe del Valor Nominal de la Obligación a Pagar de Acuerdo a las Condiciones del Contrato M\$
Obligaciones con bancos																
0-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos	Colombia	0-E	Itau CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	11,70%	11,70%	142.194	-	142.194	5.822.067	-	5.822.067	5.964.261
0-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	0-E	Banco Davivienda S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	3,73%	5,76%	540.000	1.620.000	2.160.000	11.888.526	40.964.448	52.852.974	73.166.400
0-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	0-E	Itaú CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	5,76%	5,76%	-	21.600.000	21.600.000	-	-	-	21.600.000
0-E	Patrimonio Autónomo Barranquilla	Colombia	0-E	Banco de Bogotá S.A.	Colombia	COP	Mensual	13,02%	13,02%	60.000	180.000	240.000	180.000	-	180.000	420.000
0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	0-E	Banco de Crédito del Perú S.A.	Perú	PEN	Al vencimiento	4,95%	4,95%	137.932	5.536.132	5.674.064	-	-	-	5.674.064
0-E	Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	Perú	0-E	Banco de Crédito del Perú S.A.	Perú	PEN	Mensual	6,76%	6,99%	1.726.309	4.497.552	6.223.861	41.145.156	-	41.145.156	47.690.977
0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	0-E	Banco de Crédito del Perú S.A.	Perú	PEN	Al vencimiento	5,98%	5,98%	4.869	-	4.869	9.427.670	-	9.427.670	9.432.539
0-E	Open Plaza S.A.C.	Perú	0-E	Banco de Crédito del Perú S.A.	Perú	PEN	Al vencimiento	5,98%	6,22%	20.116	-	20.116	21.550.637	-	21.550.637	21.641.626
0-E	Open Plaza S.A.C.	Perú	0-E	Banco Scotiabank Perú S.A.A.	Perú	PEN	Al vencimiento	4,74%	4,74%	336.970	65.318.220	65.655.190	-	-	-	65.655.192
0-E	Open Plaza S.A.C.	Perú	0-E	Banco BCI Perú S.A.	Perú	PEN	Al vencimiento	5,48%	5,48%	12.013	-	12.013	5.398.200	-	5.398.200	5.410.213
0-E	Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.	Perú	0-E	Banco Scotiabank Perú S.A.A.	Perú	PEN	Trimestral	5,30%	5,55%	3.491.927	10.116.317	13.608.244	-	-	-	13.618.019
0-E	Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.	Perú	0-E	Banco de Crédito del Perú S.A.	Perú	PEN	Al vencimiento	5,98%	6,22%	46.516	-	46.516	49.835.848	-	49.835.848	50.046.261
								Subtotal		6.518.846	108.868.221	115.387.067	145.248.104	40.964.448	186.212.552	320.319.552
Obligaciones con el público																
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie C)	Chile	UF	Semestral	4,50%	4,72%	-	1.377.958	1.377.958	4.684.767	-	4.684.767	6.098.645
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 583 (Serie D)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	4,00%	-	879.404	879.404	-	118.090.567	118.090.567	120.037.866
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie E)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	3,99%	-	585.193	585.193	-	78.761.660	78.761.660	80.025.244
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie H)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,50%	3,90%	-	482.015	482.015	-	96.726.185	96.726.185	99.764.081
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie K)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,90%	3,92%	-	400.906	400.906	-	118.664.356	118.664.356	119.584.139
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (Serie N)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,80%	3,76%	1.717.988	-	1.717.988	-	119.244.968	119.244.968	120.919.992
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 669 (Serie P)	Chile	UF	Al Vencimiento	2,10%	2,09%	783.674	-	783.674	-	79.435.550	79.435.550	80.239.223
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 980 (Serie S)	Chile	UF	Al Vencimiento	1,70%	1,32%	-	177.607	177.607	161.227.828	-	161.227.828	159.136.965
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (Serie U)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,60%	4,76%	-	690.670	690.670	-	88.523.194	88.523.194	95.455.523
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 980 (Serie Z)	Chile	UF	Al Vencimiento	4,20%	3,66%	-	1.177.462	1.177.462	-	127.343.553	127.343.553	120.449.216
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 979 (Serie AA)	Chile	UF	Al Vencimiento	2,80%	3,32%	551.957	-	551.957	39.334.557	-	39.334.557	40.197.633
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 979 (Serie AC)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,40%	3,44%	1.721.378	-	1.721.378	-	118.405.107	118.405.107	120.894.831
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 979 (Serie AD)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,60%	4,21%	-	622.977	622.977	58.603.396	-	58.603.396	60.134.227
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 979 (Serie AE)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,60%	4,33%	-	622.620	622.620	-	56.878.077	56.878.077	60.134.227
								Subtotal		4.774.997	7.016.812	11.791.809	263.850.548	1.002.073.217	1.265.923.765	1.283.071.812
								Total		11.293.843	115.885.033	127.178.876	409.098.652	1.043.037.665	1.452.136.317	1.603.391.364

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

14. OTROS PASIVOS FINANCIEROS (continuación)

A continuación, se detallan las obligaciones con bancos y con el público al 31 de diciembre de 2025 y 2024:

Al 31 de diciembre de 2024:

RUT entidad deudora	Nombre entidad deudora	Pais empresa deudora	RUT de la entidad acreedora	Nombre de la entidad acreedora	Pais entidad acreedora	Tipo de moneda	Tipo de amortización	Tasa nominal	Tasa efectiva	1 a 90 días M\$	Más de 90 días a 1 año M\$	Total Corriente M\$	De 1 a 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total No Corriente M\$	Importe del Valor Nominal de la Obligación a Pagar de Acuerdo a las Condiciones del Contrato M\$
Obligaciones con bancos																
0-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena	Colombia	0-E	Itau CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Mensual	10,78%	11,11%	734.133	2.185.001	2.919.134	3.861.433	-	3.861.433	6.803.577
0-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos	Colombia	0-E	Itau CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Trimestral	11,95%	11,95%	149.735	6.037.648	6.187.383	-	-	-	6.187.383
0-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	0-E	Banco Davivienda S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	3,73%	5,76%	-	-	-	10.833.813	41.073.916	51.907.729	70.980.300
0-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	0-E	Itáu CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	5,76%	5,76%	-	-	-	19.672.690	-	19.672.690	20.700.000
0-E	Patrimonio Autónomo Barranquilla	Colombia	0-E	Banco de Bogotá S.A.	Colombia	COP	Mensual	14,44%	14,44%	57.500	172.500	230.000	402.500	-	402.500	632.500
0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	0-E	Banco de Crédito del Perú S.A.	Perú	PEN	Al vencimiento	6,55%	6,55%	-	6.906.126	6.906.126	-	-	-	6.906.126
0-E	Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	Perú	0-E	Banco de Crédito del Perú S.A.	Perú	PEN	Mensual	6,76%	6,99%	1.138.822	3.617.229	4.756.051	46.172.436	-	46.172.436	51.938.555
0-E	Open Plaza S.A.C.	Perú	0-E	Banco Scotiabank Perú S.A.A.	Perú	PEN	Al vencimiento	8,43%	8,70%	3.034	-	3.034	21.152.276	-	21.152.276	21.168.105
0-E	Open Plaza S.A.C.	Perú	0-E	Banco BBVA Perú	Perú	PEN	Al vencimiento	6,05%	6,05%	1.008.301	66.665.884	67.674.185	-	-	-	67.674.185
0-E	Open Plaza S.A.C.	Perú	0-E	Banco Scotiabank Perú S.A.A.	Perú	PEN	Al vencimiento	6,20%	6,30%	1.071.862	68.326.238	69.398.100	-	-	-	69.418.258
0-E	Open Plaza S.A.C.	Perú	0-E	Banco Scotiabank Perú S.A.A.	Perú	PEN	Mensual	6,90%	7,36%	91.494	267.586	359.080	973.997	-	973.997	1.344.583
0-E	Open Plaza S.A.C.	Perú	0-E	Banco Scotiabank Perú S.A.A.	Perú	PEN	Mensual	6,90%	7,36%	148.799	435.279	584.078	1.586.261	-	1.586.261	2.191.738
0-E	Open Plaza S.A.C.	Perú	0-E	Banco Scotiabank Perú S.A.A.	Perú	PEN	Mensual	6,90%	7,36%	95.520	279.419	374.939	1.018.210	-	1.018.210	1.406.800
0-E	Falabella Perú S.A.A.	Perú	0-E	Banco Scotiabank Perú S.A.A.	Perú	PEN	Trimestral	5,20%	5,30%	3.541.124	9.895.314	13.436.438	13.217.420	-	13.217.420	26.694.163
0-E	Falabella Perú S.A.A.	Perú	0-E	Banco Scotiabank Perú S.A.A.	Perú	PEN	Al vencimiento	8,24%	8,50%	309.762	-	309.762	48.932.397	-	48.932.397	49.296.081
								Subtotal		8.350.086	164.788.224	173.138.310	167.823.433	41.073.916	208.897.349	403.342.354
Obligaciones con el público																
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie C)	Chile	UF	Semestral	4,50%	4,72%	-	1.339.618	1.339.618	5.167.992	649.603	5.817.595	7.207.875
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 583 (Serie D)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	4,00%	-	849.121	849.121	-	114.023.908	114.023.908	116.075.869
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie E)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	3,99%	-	565.082	565.082	-	76.054.832	76.054.832	77.383.913
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie H)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,50%	3,90%	-	464.579	464.579	-	93.227.283	93.227.283	96.471.245
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie K)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,90%	3,92%	-	387.508	387.508	-	114.698.770	114.698.770	115.637.118
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (Serie N)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,80%	3,76%	1.661.352	-	1.661.352	-	115.313.927	115.313.927	116.928.879
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 669 (Serie P)	Chile	UF	Al Vencimiento	2,10%	2,09%	757.800	-	757.800	-	76.812.872	76.812.872	77.590.829
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 980 (Serie S)	Chile	UF	Al Vencimiento	1,70%	1,32%	-	172.341	172.341	156.448.051	-	156.448.051	153.884.455
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (Serie U)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,60%	4,76%	-	662.196	662.196	-	84.873.661	84.873.661	92.304.897
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 980 (Serie Z)	Chile	UF	Al Vencimiento	4,20%	3,66%	-	1.141.540	1.141.540	-	123.458.572	123.458.572	116.473.642
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 979 (Serie AA)	Chile	UF	Al Vencimiento	2,80%	3,32%	531.198	-	531.198	37.855.189	-	37.855.189	38.870.861
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 979 (Serie AC)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,40%	3,44%	1.664.232	-	1.664.232	-	114.474.336	114.474.336	116.904.549
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 979 (Serie AD)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,60%	4,21%	-	599.297	599.297	56.375.846	-	56.375.846	58.149.423
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 979 (Serie AE)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,60%	4,33%	-	598.884	598.884	-	54.709.737	54.709.737	58.149.423
								Subtotal		4.614.582	6.780.166	11.394.748	255.847.078	968.297.501	1.224.144.579	1.242.032.978
Total										12.964.668	171.568.390	184.533.058	423.670.511	1.009.371.417	1.433.041.928	1.645.375.332

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

14. OTROS PASIVOS FINANCIEROS (continuación)

Con fecha 18 de abril de 2024, la Sociedad realizó colocación de bonos desmaterializados y al portador en el mercado local con cargo a la línea de bonos N°1149 de fecha 19 de julio del 2023, dichos bonos corresponden a la Serie AD por una suma total de UF 1.500.000, con vencimiento el día 1 de octubre de 2028 con una tasa de colocación del 3,99% anual y la Serie AE por una suma total de UF 1.500.000, con vencimiento el día 1 de abril de 2033 con una tasa de colocación del 4,21% anual.

Con fecha 18 de agosto de 2022, la Sociedad realizó colocación de bonos desmaterializados y al portador en el mercado local con cargo a la línea de bonos N°979 de fecha 15 de noviembre del 2019, dichos bonos corresponden a la Serie AA por una suma total de UF 1.000.000, con vencimiento el día 1 de agosto de 2027 con una tasa de colocación del 3,14% anual y la Serie AC por una suma total de UF 3.000.000, con vencimiento el día 1 de agosto de 2047 con una tasa de colocación del 3,39% anual.

Con fecha 7 de abril de 2022, la Sociedad realizó la segunda colocación de bonos desmaterializados y al portador en el mercado local con cargo a la línea de bonos N°980 de fecha 15 de noviembre del 2019, dichos bonos corresponden a la Serie Z por una suma total de UF 3.000.000, con vencimiento el día 1 de abril de 2043 con una tasa de colocación del 3,60% anual.

Con fecha 23 de septiembre de 2020, la Sociedad publicó un aviso de rescate voluntario de bonos desmaterializados correspondiente a la Serie C entregando la opción de canjear tales bonos por los correspondientes a la Serie U, con cargo a la línea de bonos N°767 de fecha 23 de septiembre de 2013, por un valor nominal de UF 2.727.272, y una tasa de carátula del 3,60% anual. La operación tuvo una concurrencia del 87,58% equivalente a un monto colocado de UF 2.388.636 de la Serie U.

Con fecha 19 de junio de 2020, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie S por UF 4.000.000 a una tasa de colocación del 1,30% anual, con una única amortización de capital al vencimiento el día 1 de diciembre de 2029.

Con fecha 5 de febrero de 2020, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie P por UF 2.000.000 a una tasa de 2,08% anual, con una única amortización de capital al vencimiento el día 15 de enero de 2045.

Con fecha 3 de octubre de 2013, la Sociedad colocó en el mercado nacional Serie N por UF 3.000.000 a una tasa de colocación de 3,80% de interés anual a un plazo de 22 años con una única amortización de capital al vencimiento de dicho plazo.

Con fecha 7 de junio de 2012, la Sociedad colocó en el mercado nacional Serie K por UF 3.000.000 a una tasa de 3,9% anual a un plazo de 22 años con una única amortización de capital al vencimiento de dicho plazo.

Con fecha 7 de junio de 2011, la Sociedad colocó en el mercado nacional bono serie H por UF 2.500.000 a una tasa de 3,5% de interés anual y a un plazo de 22 años, con amortizaciones de capital a partir del año 2032.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

14. OTROS PASIVOS FINANCIEROS (continuación)

Con fecha 26 de octubre de 2010, la Sociedad colocó en el mercado nacional dos Series de bonos a un plazo de 21 años. La Serie D por un monto de UF 3.000.000 y la Serie E por un monto de UF 2.000.000, ambas series a una tasa de 3,85% de interés anual, con amortizaciones iguales de capital los años 2030 y 2031.

El 19 de mayo de 2009, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie C por UF 3.000.000 a una tasa de 4,5% anual y a un plazo de 21 años, con amortizaciones de capital a partir del año 2019.

El movimiento del ejercicio de los otros pasivos financieros corrientes y no corrientes es el siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2024	Flujo de caja	Intereses devengados	Otros movimientos no monetarios	Al 31 de diciembre de 2025
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Obligaciones con bancos	382.035.659	(111.567.793)	22.726.363	8.405.390	301.599.619
Obligaciones con el público	1.235.539.327	(43.123.926)	43.465.406	41.834.767	1.277.715.574
Total	1.617.574.986	(154.691.719)	66.191.769	50.240.157	1.579.315.193

15. CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR

El saldo corresponde principalmente a obligaciones con proveedores, producto de la actividad normal de las operaciones de los centros comerciales, la construcción de nuevos centros comerciales y la ampliación de algunos malls.

a) Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar corrientes

	Al 31 de diciembre de 2025	Al 31 de diciembre de 2024
	M\$	M\$
Cuentas por pagar	67.853.638	69.207.028
Documentos por pagar	1.666.695	317.430
Acreedores varios corrientes	2.977.915	2.674.927
Dividendos por pagar	49.779.431	23.643.806
Total	122.277.679	95.843.191

Términos y condiciones de estos pasivos:

- Las cuentas por pagar no devengan intereses y se liquidan normalmente en un plazo de 30 días desde la fecha de recepción de la factura.
- Documentos por pagar corresponde principalmente a cheques caducos emitidos a proveedores.

b) Cuentas por pagar no corrientes

	Al 31 de diciembre de 2025	Al 31 de diciembre de 2024
	M\$	M\$
Documentos por pagar	1.622.447	1.415.976
Total	1.622.447	1.415.976

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

15. CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR (continuación)

c) Estratificación de proveedores y cuentas por pagar

c.1) Proveedores con pagos al día

Al 31 de diciembre de 2025:

Tipo Proveedor	Montos según plazos de pago						Total
	Hasta 30 días	31-60 días	61-90 días	91-120 días	121-365 días	366 y más días	
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Bienes	15.480.436	-	-	-	-	-	15.480.436
Servicios	50.142.525	-	-	-	-	-	50.142.525
Total	65.622.961	-	-	-	-	-	65.622.961

Al 31 de diciembre de 2024:

Tipo Proveedor	Montos según plazos de pago						Total
	Hasta 30 días	31-60 días	61-90 días	91-120 días	121-365 días	366 y más días	
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Bienes	8.260.105	-	-	-	-	-	8.260.105
Servicios	60.569.258	-	-	-	-	-	60.569.258
Total	68.829.363	-	-	-	-	-	68.829.363

c.2) Proveedores con plazos vencidos Plaza S.A. y Filiales, dada su política financiera, cuenta con una situación de liquidez que le permite cumplir sus obligaciones con sus múltiples proveedores sin inconvenientes. Es por lo anterior que los montos que se muestran como acreedores con plazos vencidos al 31 de diciembre de 2025 y 2024, se deben principalmente a casos en los cuales hay facturas con diferencias en conciliación documentaria, las cuales, en su mayoría, terminan siendo resueltas, debido a la gestión continua que se realiza sobre las deudas de nuestros proveedores.

Al 31 de diciembre de 2025:

Tipo Proveedor	Montos según plazos de pago						Total
	Hasta 30 días	31-60 días	61-90 días	91-120 días	121-180 días	181 y más días	
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Bienes	-	17.742	43.422	-	4.325	-	65.489
Servicios	-	301.862	520.615	261.660	959.409	121.642	2.165.188
Total	-	319.604	564.037	261.660	963.734	121.642	2.230.677

Al 31 de diciembre de 2024:

Tipo Proveedor	Montos según plazos de pago						Total
	Hasta 30 días	31-60 días	61-90 días	91-120 días	121-180 días	181 y más días	
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Bienes	-	-	-	-	-	-	-
Servicios	-	130.108	8.072	23.647	2.029	213.809	377.665
Total	-	130.108	8.072	23.647	2.029	213.809	377.665

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

15. CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR
(continuación)

d) Principales proveedores

A continuación, se detallan los 10 principales proveedores en cuanto al monto de compras realizadas durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2025:

Nombre del Proveedor	Porcentaje de compras
Enel Generación Chile S.A.	7,5%
Térnika Servicios Multitécnicos S.A.	5,8%
GGP Servicios Industriales SpA.	3,9%
Est. Cen. Parking System Chile S.A.	3,5%
Statkraft Perú S.A.	2,5%
Constructora Inarco S.A.	2,3%
Securitas S.A.	2,1%
MK Construcción, Ingeniería E Inmobiliaria Ltda.	2,0%
AIG Chile Comp. de Seguros Generales S.A.	1,8%
ISS Servicios Generales Ltda.	1,7%

El plazo promedio de pago a proveedores a contar de la fecha de recepción de la factura es el siguiente:

Concepto /Días	Al 31 de diciembre de 2025	Al 31 de diciembre de 2024
Bienes	26	24
Servicios	28	26



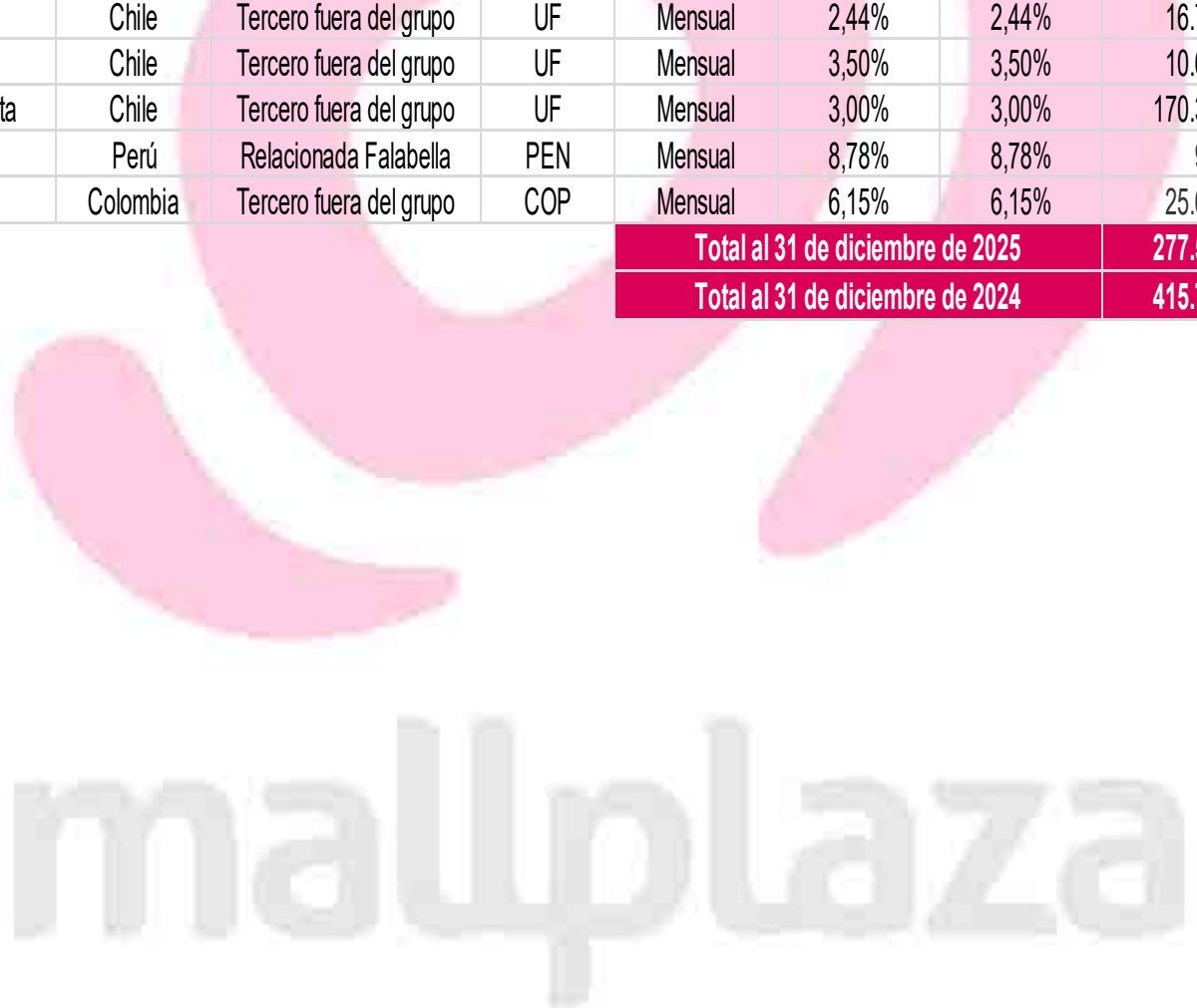
PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

16. PASIVOS POR ARRENDAMIENTOS

La composición de los pasivos por arrendamientos es la siguiente:

RUT entidad deudora	Nombre entidad deudora	Pais empresa deudora	Rut de la entidad acreedora	Nombre de la entidad acreedora	Pais entidad acreedora	Relación del acreedor con la sociedad reportante	Tipo de moneda	Tipo de amortización	Tasa nominal	Tasa efectiva	1 a 90 días M\$	Más de 90 días a 1 año M\$	Total Corriente M\$	1 a 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total No Corriente M\$	Total M\$	Importe del Valor Nominal de la Obligación a Pagar de Acuerdo a las Condiciones del Contrato M\$
96.653.650-0	Plaza Oeste SpA.	Chile	76.182.576-3	Termika Holding S.A.	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	2,44%	2,44%	53.247	161.201	214.448	145.787	-	145.787	360.235	360.235
99.555.550-6	Plaza Antofagasta S.A.	Chile	76.182.576-3	Termika Holding S.A.	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	2,44%	2,44%	16.719	50.761	67.480	80.802	-	80.802	148.282	148.282
96.653.650-0	Plaza Oeste SpA.	Chile	76.081.319-2	Inversiones Rehue Ltda.	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	3,50%	3,50%	10.635	31.906	42.541	520.548	6.734.611	7.255.159	7.297.700	7.297.700
99.555.550-6	Plaza Antofagasta S.A.	Chile	73.968.300-9	Empresa Portuaria Antofagasta	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	3,00%	3,00%	170.339	518.741	689.080	2.972.388	2.764.124	5.736.512	6.425.592	6.425.592
0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	0-E	Inmobiliaria SIC S.A.	Perú	Relacionada Falabella	PEN	Mensual	8,78%	8,78%	960	1.089	2.049	10.650	1.453.330	1.463.980	1.466.029	1.466.029
0-E	Mall Plaza Servicios S.A.S.	Colombia	0-E	BanColombia	Colombia	Tercero fuera del grupo	COP	Mensual	6,15%	6,15%	25.658	79.469	105.127	320.640	-	320.640	425.767	425.767
Total al 31 de diciembre de 2025											277.558	843.167	1.120.725	4.050.815	10.952.065	15.002.880	16.123.605	16.123.605
Total al 31 de diciembre de 2024											415.705	1.276.719	1.692.424	6.893.275	11.602.215	18.495.490	20.187.914	20.187.914



PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

16. PASIVOS POR ARRENDAMIENTOS (continuación)

Cambios en los pasivos por arrendamiento	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Saldo inicial	20.187.914	19.087.536
Adquisiciones mediante combinación de negocios (ver Nota 31)	-	994.977
(Bajas)/Altas pasivos por arrendamientos	(3.068.332)	395.052
Gastos por intereses	733.443	752.360
Pagos efectuados	(2.122.373)	(2.338.628)
Diferencia de cambio de monedas extranjeras	(1.672)	644.683
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	394.625	651.934
Saldo Final	16.123.605	20.187.914

17. PASIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES

La composición de los pasivos por impuestos corrientes es la siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Provisión de Impuesto a la Renta Corriente	64.099.834	65.529.141
P.P.M. obligatorios pagados (Menos)	(47.653.595)	(43.279.549)
Otros	364.129	351.755
Total	16.810.368	22.601.347

18. PROVISIONES POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS

a) Los saldos que componen la provisión por los beneficios a empleados corresponden a:

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Provisión de vacaciones	2.460.936	2.432.453
Participación en utilidades y bonos	12.896.994	9.812.732
Retenciones	941.830	857.803
Total corriente	16.299.760	13.102.988
Participación en utilidades y bonos (ver Nota 18c)	4.954.555	5.166.831
Total no corriente	4.954.555	5.166.831

b) El siguiente es el detalle de los gastos por beneficios a los empleados incluidos en el Estado de Resultados Integrales:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 (1) M\$
Remuneraciones y otros beneficios	(37.392.076)	(29.451.550)
Bonos e incentivos	(13.920.426)	(8.338.838)
Indemnizaciones y desahucios	(2.724.233)	(879.920)
Provisión vacaciones del personal	(475.478)	(288.721)
Total gastos beneficios a los empleados	(54.512.213)	(38.959.029)

(1) Ver Nota 31.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

18. PROVISIONES POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS (continuación)

c) Plan de incentivos a largo plazo

- Con fecha 30 de junio de 2021, el Directorio de la Sociedad aprobó un plan de incentivos variables y contingentes de compromiso de largo plazo para ciertos ejecutivos de la Compañía y sus Filiales incluyendo, pero sin limitarse, a los ejecutivos principales de la Sociedad, para los ejercicios 2021 al 2023. Este plan está diseñado para promover, de manera anual, la permanencia de los ejecutivos a los que se dirige y asegurar el alineamiento de los objetivos de los mismos con la Compañía, en el mediano y largo plazo.

Este plan de beneficios anual consta de dos elementos: i) una inversión en acciones de la Sociedad por parte de cada ejecutivo destinatario, adquiridas en bolsa y financiada con un préstamo de uso exclusivo extendido por la Sociedad para tal fin; y, ii) el pago de un bono fijo complementario al término del tercer año, por hasta el monto del financiamiento otorgado para la adquisición de las acciones, bono que se pagará sí y sólo sí, a la fecha de su pago, el ejecutivo beneficiario ha mantenido en forma ininterrumpida una relación laboral con la Sociedad, cualquiera de sus Filiales, o una sucesión continua de relaciones laborales con una combinación cualquiera de las anteriores.

Los montos de los préstamos y de los bonos comprometidos que constituyen parte del plan de incentivos variables y contingentes de compromiso de largo plazo 2021 al 2023, son distintos entre los ejecutivos destinatarios, determinados en función de su nivel de remuneración y responsabilidad. Todos los restantes términos y condiciones son idénticos para todos los ejecutivos y se determinaron de manera ajustada a los precios, términos y condiciones prevalentes en el mercado al tiempo de su aprobación.

- Con fecha 31 de enero de 2024, el Directorio de la Sociedad aprobó un plan de incentivos variables y contingentes de compromiso de largo plazo para ciertos ejecutivos de la Compañía y sus Filiales incluyendo, pero sin limitarse, a los ejecutivos principales de la Sociedad, para los ejercicios 2024 al 2026. Este plan está diseñado para promover, de manera anual, la permanencia de los ejecutivos a los que se dirige y asegurar el alineamiento de los objetivos de los mismos con la Compañía, en el mediano y largo plazo.

Este plan de beneficios anual consta de dos elementos: i) una inversión en acciones de la Sociedad por parte de cada ejecutivo destinatario, adquiridas en bolsa y financiada con un préstamo de uso exclusivo extendido por la Sociedad para tal fin; y, ii) el pago de un bono fijo complementario al término del tercer año, por hasta el monto del financiamiento otorgado para la adquisición de las acciones, bono que se pagará sí y sólo sí, a la fecha de su pago, el ejecutivo beneficiario ha mantenido en forma ininterrumpida una relación laboral con la Sociedad, cualquiera de sus Filiales, o una sucesión continua de relaciones laborales con una combinación cualquiera de las anteriores.

Los montos de los préstamos y de los bonos comprometidos que constituyen parte del plan de incentivos variables y contingentes de compromiso de largo plazo 2024 al 2026, son distintos entre los ejecutivos destinatarios, determinados en función de su nivel de remuneración y responsabilidad. Todos los restantes términos y condiciones son idénticos para todos los ejecutivos y se determinaron de manera ajustada a los precios, términos y condiciones prevalentes en el mercado al tiempo de su aprobación. El monto total de los préstamos otorgados a los ejecutivos con motivo de estos planes de incentivos se encuentra expuesto en Nota 6 a los presentes Estados Financieros.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

19. OTROS PASIVOS NO FINANCIEROS

Los saldos que componen otros pasivos no financieros corrientes y no corrientes corresponden a:

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
IVA débito fiscal	11.184.292	10.227.144
Ingresos diferidos (ver letra a)	8.459.503	10.449.900
Otros	602.851	2.499.713
Total corriente	20.246.646	23.176.757
Garantías recibidas	24.409.148	22.037.418
Ingresos diferidos (ver letra a)	5.095.354	6.449.996
Total no corriente	29.504.502	28.487.414

a) Los movimientos por ingresos diferidos son los siguientes:

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Al inicio del ejercicio	16.899.896	6.080.317
Adquisiciones mediante combinación de negocios (ver Nota 31)	-	9.494.359
Recibido durante el ejercicio	38.287.939	3.710.710
Reconocido en el Estado de Resultados	(41.632.978)	(2.385.490)
Total	13.554.857	16.899.896

20. CAPITAL EMITIDO

a) Acciones:

La Compañía ha emitido una serie única de acciones ordinarias, las cuales gozan de los mismos derechos de voto, sin preferencia alguna.

	Al 31 de diciembre de 2025	Al 31 de diciembre de 2024
Acciones ordinarias sin valor nominal	2.190.000.000	2.190.000.000
Total Acciones	2.190.000.000	2.190.000.000

b) Acciones ordinarias emitidas y completamente pagadas:

	Acciones	M\$
Al 1 de enero de 2025	2.190.000.000	464.499.686
Movimientos efectuados entre el 01-01-2025 y el 31-12-2025	-	-
Al 31 de diciembre de 2025	2.190.000.000	464.499.686
Al 1 de enero de 2024	1.960.000.000	175.122.686
Movimientos efectuados entre el 01-01-2024 y el 31-12-2024	230.000.000	289.377.000
Al 31 de diciembre de 2024	2.190.000.000	464.499.686

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

20. CAPITAL EMITIDO (continuación)

Con fecha 26 de abril de 2024, en Junta Extraordinaria de Accionistas de Plaza S.A, se adoptaron los siguientes acuerdos:

a) Aumentar el capital social en la suma de \$289.377.000.000, mediante la emisión de 230.000.000 acciones de pago, pasando en consecuencia el capital social estatutario, desde la cantidad actual de \$175.122.685.777, dividido en 1.960.000.000 de acciones, a la cantidad de \$464.499.685.777 dividido en 2.190.000.000 de acciones, y modificar los estatutos de la sociedad en ese sentido. Las nuevas acciones deberán ser emitidas, suscritas y pagadas dentro del plazo máximo de 3 años contados desde la fecha de la señalada Junta.

b) Facultar al Directorio para fijar el precio, la forma, época, procedimiento y demás condiciones para la colocación de las referidas acciones, debiendo ser ofrecidas en forma preferente y por el plazo legal, a los accionistas que se encuentren inscritos en el Registro de Accionistas a la medianoche del quinto día hábil anterior a la fecha de publicación de dicho aviso de inicio de la oferta.

Con fecha 25 de junio de 2024 se ingresó a la Bolsa de Comercio de Santiago una subasta para la venta al público de la cantidad de 136.339.452 acciones, a cuya opción preferente de suscripción renunció el accionista controlador Inversiones y Desarrollos SpA. Como resultado de la subasta se recaudó un total de M\$ 182.694.865.

Con fecha 28 de junio de 2024, se dio inicio al ejercicio legal de opción preferente para que los accionistas de la Sociedad ejerzan su derecho a suscribir las acciones con cargo al aumento de capital indicado anteriormente.

Con fecha 2 de agosto de 2024 concluyó exitosamente la colocación del 100% de las 230.000.000 de acciones de pago emitidas con cargo al aumento de capital aprobado en Junta Extraordinaria de Accionistas de la Sociedad celebrada con fecha 26 de abril de 2024, por un monto de \$289.377.000.000, inscritas en el Registro de Valores de la CMF con el N°1137 con fecha 30 de mayo de 2024. La recaudación final por la colocación de las nuevas acciones ascendió a la suma de \$308.426.450.499, las que fueron registradas en las cuentas de “Capital” y “Prima de emisión” netos de gastos de emisión por M\$3.362.730.

La ganancia básica por acción es calculada dividiendo las utilidades netas del ejercicio atribuible a tenedores patrimoniales ordinarios de la matriz entre el número promedio ponderado de acciones ordinarias en circulación durante el ejercicio.

La Compañía no ha realizado ningún tipo de operación de potencial efecto dilusivo que suponga una ganancia por acción diluida, diferente de la ganancia básica por acción.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

20. CAPITAL EMITIDO (continuación)

c) Otras reservas:

En otras reservas se registran los siguientes conceptos:

Otras reservas	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Reservas por diferencias en inversiones (1)	(65.262.934)	(65.262.934)
Ajuste capital por corrección monetaria (2)	3.973.339	3.973.339
Disminución por cambios en la participación de subsidiarias (3)	(2.619.633)	(2.619.633)
Reservas por compra de minoritario (4)	(15.046.363)	(15.080.856)
Adquisición mediante combinación de negocios (ver Nota 31)	(18.439.056)	(18.439.056)
Reservas de conversión	81.770.150	53.142.703
Constitución de reserva legal en asociadas	3.952.809	3.952.809
Otras reservas	2.829.291	2.829.291
Total otras reservas	(8.842.397)	(37.504.337)

- (1) Corresponde a la diferencia entre el valor de la inversión y el valor libros de las inversiones al momento de la adopción inicial de NIIF.
- (2) Efecto generado por la conversión a NIIF por única vez producto de la obligación de aplicar IPC para efectos locales.
- (3) Efecto generado por adquisición de participación adicional en una filial.
- (4) Corresponde a compra de participación minoritaria de una filial.

d) Política de dividendos:

La política de dividendos de Plaza S.A., consiste en repartir anualmente, a lo menos, el 40% de las utilidades de la sociedad de cada año.

Con fecha 25 de enero de 2017, el Directorio de la Sociedad acordó, que a partir de los resultados del 2016 la Utilidad Líquida y Distribuible será la que aparece en los Estados Financieros anuales en la cuenta “Ganancia (Pérdida) Atribuible a los Propietarios de la Controladora”, excluyendo:

- i. Los resultados que sean producto de valorizaciones a valor razonable, tanto de activos como de pasivos, que no han sido monetizados o realizados, y que se originen producto de combinaciones de negocio, incluyendo Filiales (subsidiarias) y asociadas, los que serán reintegrados al momento de su monetización o realización; y,
- ii. Los resultados no monetizados o realizados por revalúo a valor razonable de propiedades de inversión; los que serán reintegrados a la utilidad líquida al momento de su monetización o realización.

Los efectos de impuestos diferidos asociados a los conceptos indicados en los numerales i y ii precedentes, seguirán la misma suerte que las partidas que los originan.

A continuación, se presenta la determinación de la utilidad líquida y distribuible al 31 de diciembre de 2025:

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$
Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora	1.431.011.596
Ajustes	
Valor razonable	(1.440.975.510)
Impuesto diferido valor razonable	379.275.701
Utilidad líquida y distribuible del ejercicio	369.311.787

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

21. DIVIDENDOS PAGADOS Y PROPUESTOS

El siguiente es el detalle de los dividendos pagados al 31 de diciembre de 2025 y 2024:

	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Provisionados, declarados y pagados durante el ejercicio:		
Dividendo Provisorio 2025 pagado el 16-09-2025	61.320.000	-
Dividendo Definitivo 2024 pagado el 30-04-2025	47.150.700	-
Dividendo Provisorio 2024 pagado el 17-12-2024	-	48.180.000
Dividendo Definitivo 2023 pagado el 30-04-2024	-	79.016.000
Total	108.470.700	127.196.000

Reserva dividendo mínimo	49.473.536	23.311.573

22. INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS

La composición de los ingresos de actividades ordinarias para cada ejercicio es la siguiente:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 (1) M\$
Ingresos por arriendos (locales, espacios publicitarios)	610.409.851	460.540.605
Otros ingresos (comisiones, indemnizaciones comerciales y otros)	43.501.240	34.064.634
Total	653.911.091	494.605.239

(1) Ver Nota 31.

23. OTROS INGRESOS Y GASTOS

23.1 Costos y gastos

Se incluyen a continuación los costos de venta y los gastos de administración agrupados de acuerdo a su naturaleza:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 (1) M\$
Remuneraciones (ver Nota 18.b)	(54.512.213)	(38.959.029)
Contribuciones, patentes e impuestos (2)	(36.165.640)	(31.878.004)
Contratos de servicios (2)	(21.496.435)	(16.982.192)
Provisión deudores incobrables (ver Nota 5.b)	62.820	(6.011.050)
Arriendos y concesiones (2)	(2.682.847)	(2.068.555)
Amortización (ver Nota 9)	(2.439.014)	(1.730.990)
Depreciación (ver Nota 10)	(1.170.522)	(380.819)
Otros (2)	(12.888.576)	(18.069.688)
Total costo y gastos	(131.292.427)	(116.080.327)

(1) Ver Nota 31.

(2) Incluye neteo de ingresos, costos y gastos relacionados a “gasto común” y “fondo de promoción” de acuerdo a lo mencionado en Nota 2.20.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

23. OTROS INGRESOS Y GASTOS (continuación)

23.2 Otros ingresos por función

Los otros ingresos por función se detallan a continuación:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 (1) M\$
Valorización a valor razonable (ver Nota 11)	1.447.136.239	155.839.580
Ganancia por venta de activos mantenidos para la venta	-	3.378.332
Utilidad en venta terreno	738.355	3.290.190
Valorización a valor razonable (ver Nota 9)	-	(357.778)
Reverso de provisiones	-	290
Indemnizaciones y otros ingresos	1.068.263	356.553
Total ingresos por función	1.448.942.857	162.507.167

(1) Ver Nota 31.

23.3 Otros gastos, por función

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 (1) M\$
Gastos incurridos por combinación de negocios (ver Nota 31)	-	(3.465.667)
Bajas de Propiedades de Inversión (ver Nota 11)	(1.433.500)	(1.165.142)
Impuestos, multas e intereses varios	(547.480)	(77.480)
Pérdida en venta terreno	(137.450)	-
Bajas de Propiedades, planta y equipos (ver Nota 10)	(372)	(75.216)
Otros	(1.391.883)	(375.013)
Total gastos por función	(3.510.685)	(5.158.518)

(1) Ver Nota 31.

23.4 Ingresos financieros

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 (1) M\$
Ingresos financieros obtenidos en inversiones financieras	10.750.562	20.996.363
Intereses empresa relacionada (ver Nota 6.3)	121.012	1.604.902
Intereses plan de ejecutivos (ver Nota 6.3)	577.839	276.265
Otros	2.510.345	2.074.601
Total ingresos financieros	13.959.758	24.952.131

(1) Ver Nota 31.

23.5 Costos financieros

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2025 M\$	2024 (1) M\$
Intereses de deudas y préstamos	(66.925.212)	(54.235.707)
Gasto financiero con empresas relacionadas (ver Nota 6.3)	-	(549.593)
Gastos y comisiones bancarias	(1.021.944)	(1.070.411)
Subtotal	(67.947.156)	(55.855.711)
Diferencias de cambio	(1.235.845)	14.924.401
Resultado por unidades de reajuste	(43.825.108)	(53.232.999)
Total costos financieros	(113.008.109)	(94.164.309)

(1) Ver Nota 31.

23.6 Costos de investigación y desarrollo

La Compañía no ha efectuado desembolsos significativos relacionados a actividades de investigación y desarrollo durante el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2025 y 2024.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

24. TRANSACCIONES EN MONEDA EXTRANJERA

La composición de los activos y pasivos en moneda extranjera es la siguiente:

Al 31 de diciembre de 2025:

ACTIVOS	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2025 \$ reajutable M\$	Al 31 de diciembre de 2025 \$ no reajutable M\$	Al 31 de diciembre de 2025 Dólar estadounidense M\$	Al 31 de diciembre de 2025 Sol peruano M\$	Al 31 de diciembre de 2025 \$ Colombiano M\$

Activos						
Activos corrientes						
Efectivo y equivalentes al efectivo	268.291.385	10.375.407	190.073.415	5.722.946	14.606.501	47.513.116
Otros activos financieros corrientes	5.577.990	-	-	-	5.577.990	-
Otros activos no financieros corrientes	38.773.213	11.095.740	13.315.119	1.043.201	12.627.723	691.430
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	122.369.806	165.945	96.763.794	6.250.621	12.990.600	6.198.846
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	13.695.594	-	9.464.643	5.033	4.205.200	20.718
Activos por impuestos corrientes	18.088.892	2.449.257	13.122.812	-	1.780.466	736.357
Total activos corrientes en operación	466.796.880	24.086.349	322.739.783	13.021.801	51.788.480	55.160.467
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	5.346.143	-	5.346.143	-	-	-
Total activos corrientes	472.143.023	24.086.349	328.085.926	13.021.801	51.788.480	55.160.467
Activos no corrientes						
Otros activos no financieros no corrientes	37.317.240	3.825.192	24.565.704	3.156.812	5.751.777	17.755
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, no corrientes	6.735.609	-	6.338.161	-	397.448	-
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar no corrientes	69.421.092	35.225.012	-	-	3.154.125	31.041.955
Activos intangibles distintos de la plusvalía	7.748.340	-	7.644.263	-	67.488	36.589
Propiedades, planta y equipo	7.036.854	-	3.524.134	-	2.998.513	514.207
Propiedades de Inversión	6.961.880.467	-	5.176.902.540	-	1.280.658.580	504.319.347
Activos por impuestos diferidos	21.360.313	-	-	-	21.108.238	252.075
Total activos no corrientes	7.111.499.915	39.050.204	5.218.974.802	3.156.812	1.314.136.169	536.181.928
Total de Activos	7.583.642.938	63.136.553	5.547.060.728	16.178.613	1.365.924.649	591.342.395

PASIVOS	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2025 \$ reajutable M\$	Al 31 de diciembre de 2025 \$ no reajutable M\$	Al 31 de diciembre de 2025 Dólar estadounidense M\$	Al 31 de diciembre de 2025 Sol peruano M\$	Al 31 de diciembre de 2025 \$ Colombiano M\$

Pasivos						
Pasivos corrientes						
Otros pasivos financieros corrientes	127.178.876	11.791.809	-	-	91.244.873	24.142.194
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	122.277.679	1.889.159	94.448.684	3.021.918	15.649.514	7.268.404
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	2.296.174	-	1.177.654	338.578	743.781	36.161
Pasivos por arrendamientos corrientes	1.120.725	1.013.549	-	-	2.049	105.127
Otras provisiones a corto plazo	876.442	-	729.077	-	10.709	136.656
Pasivos por impuestos corrientes	16.810.368	-	13.021.212	-	3.731.553	57.603
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	16.299.760	57.486	14.475.878	-	1.136.531	629.865
Otros pasivos no financieros corrientes	20.246.646	-	8.535.355	290.571	9.166.911	2.253.809
Total pasivos corrientes	307.106.670	14.752.003	132.387.860	3.651.067	121.685.921	34.629.819
Pasivos no corrientes						
Otros pasivos financieros no corrientes	1.452.136.317	1.265.923.765	-	-	127.357.511	58.855.041
Cuentas por pagar no corrientes	1.622.447	1.555.043	-	-	67.404	-
Pasivos por arrendamientos no corrientes	15.002.880	13.218.260	-	-	1.463.980	320.640
Pasivos por impuestos diferidos	1.248.762.434	-	981.836.785	-	266.831.040	94.609
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	4.954.555	2.896.468	1.974.432	-	143	83.512
Otros pasivos no financieros no corrientes	29.504.502	16.938.522	8.263.024	388.678	3.535.709	378.569
Total pasivos no corrientes	2.751.983.135	1.300.532.058	992.074.241	388.678	399.255.787	59.732.371
Total de Pasivos	3.059.089.805	1.315.284.061	1.124.462.101	4.039.745	520.941.708	94.362.190

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

24. TRANSACCIONES EN MONEDA EXTRANJERA (continuación)

La composición de los activos y pasivos en moneda extranjera es la siguiente:

Al 31 de diciembre de 2024:

ACTIVOS	Al 31 de diciembre de 2024	Al 31 de diciembre de 2024	Al 31 de diciembre de 2024	Al 31 de diciembre de 2024	Al 31 de diciembre de 2024	Al 31 de diciembre de 2024
	M\$	\$ reajutable M\$	\$ no reajutable M\$	Dólar estadounidense M\$	Sol peruano M\$	\$ Colombiano M\$
Activos						
Activos corrientes						
Efectivo y equivalentes al efectivo	179.173.763	-	101.344.954	8.074.037	48.618.183	21.136.589
Otros activos financieros corrientes	4.660.529	-	-	-	4.660.529	-
Otros activos no financieros corrientes	32.245.639	14.935.497	5.969.407	1.101.551	9.688.269	550.915
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	111.058.299	1.041.341	90.826.607	379.884	13.165.984	5.644.483
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	19.565.384	-	12.338.825	317.872	6.842.765	65.922
Activos por impuestos corrientes	8.198.046	3.109.123	2.966.455	-	1.080.583	1.041.885
Total activos corrientes en operación	354.901.660	19.085.961	213.446.248	9.873.344	84.056.313	28.439.794
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	50.111.656	-	50.111.656	-	-	-
Total activos corrientes	405.013.316	19.085.961	263.557.904	9.873.344	84.056.313	28.439.794
Activos no corrientes						
Otros activos no financieros no corrientes	35.047.337	16.967.666	8.353.388	5.191.557	4.326.915	207.811
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, no corrientes	6.563.056	-	6.202.764	-	360.292	-
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar no corrientes	67.012.564	31.755.766	-	722.853	5.147.776	29.386.169
Activos intangibles distintos de la plusvalía	6.664.914	-	6.174.019	-	444.301	46.594
Propiedades, planta y equipo	6.371.963	-	3.255.796	-	2.939.351	176.816
Propiedades de Inversión	5.356.540.334	-	3.932.994.053	-	1.007.475.576	416.070.705
Activos por impuestos diferidos	31.859.487	-	26.266.981	-	5.383.186	209.320
Total activos no corrientes	5.510.059.655	48.723.432	3.983.247.001	5.914.410	1.026.077.397	446.097.415
Total de Activos	5.915.072.971	67.809.393	4.246.804.905	15.787.754	1.110.133.710	474.537.209

PASIVOS	Al 31 de diciembre de 2024	Al 31 de diciembre de 2024	Al 31 de diciembre de 2024	Al 31 de diciembre de 2024	Al 31 de diciembre de 2024	Al 31 de diciembre de 2024
	M\$	\$ reajutable M\$	\$ no reajutable M\$	Dólar estadounidense M\$	Sol peruano M\$	\$ Colombiano M\$
Pasivos						
Pasivos corrientes						
Otros pasivos financieros corrientes	184.533.058	11.394.748	-	-	163.801.793	9.336.517
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	95.843.191	689.595	81.610.692	528.812	247.992	12.766.100
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	2.641.613	-	1.249.407	90.678	435.485	866.043
Pasivos por arrendamientos corrientes	1.692.424	952.333	-	567.951	164.343	7.797
Otras provisiones a corto plazo	884.435	-	873.012	-	11.423	-
Pasivos por impuestos corrientes	22.601.347	-	18.293.077	-	4.298.711	9.559
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	13.102.988	1.832.102	6.998.732	-	2.669.951	1.602.203
Otros pasivos no financieros corrientes	23.176.757	-	5.730.048	1.017.165	11.775.289	4.654.255
Total pasivos corrientes	344.475.813	14.868.778	114.754.968	2.204.606	183.404.987	29.242.474
Pasivos no corrientes						
Otros pasivos financieros no corrientes	1.433.041.928	1.224.144.579	-	-	133.052.997	75.844.352
Cuentas por pagar no corrientes	1.415.976	341.031	-	-	1.074.945	-
Pasivos por arrendamientos no corrientes	18.495.490	13.785.307	-	2.623.333	2.052.868	33.982
Pasivos por impuestos diferidos	892.939.697	-	703.717.182	-	189.220.545	1.970
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	5.166.831	5.117.457	-	-	-	49.374
Otros pasivos no financieros no corrientes	28.487.414	14.648.262	10.182.921	485.577	2.872.799	297.855
Total pasivos no corrientes	2.379.547.336	1.258.036.636	713.900.103	3.108.910	328.274.154	76.227.533
Total de Pasivos	2.724.023.149	1.272.905.414	828.655.071	5.313.516	511.679.141	105.470.007

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

25. INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS

Los segmentos de operación de la Compañía se han determinado de acuerdo a las principales actividades de negocio que desarrolla Plaza S.A. y Filiales 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. Debido a que la Compañía desarrolla un sólo negocio, el inmobiliario, la Compañía ha realizado la segmentación por zona geográfica. La información que examina regularmente la Administración de la Compañía corresponde a los resultados de Chile y los resultados en el extranjero.

Los informes de gestión y los que emanan de la contabilidad de la Compañía, utilizan en su preparación las mismas políticas descritas en nota de criterios contables y no existen diferencias a nivel total entre las mediciones de los resultados, los activos y pasivos de los segmentos, respecto de los criterios contables aplicados.

A continuación, se expone la información por segmento antes descrita:

Estado de Resultados:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de							
	2025				2024			
	Chile M\$	Colombia M\$	Perú (1) M\$	Total Negocio M\$	Chile M\$	Colombia M\$	Perú M\$	Total Negocio M\$
Ingresos de actividades ordinarias	469.964.422	62.626.951	121.319.718	653.911.091	428.322.216	52.671.068	13.611.955	494.605.239
Costo de ventas	(30.737.900)	(6.240.283)	(2.077.405)	(39.055.588)	(36.641.001)	(6.672.880)	(1.455.219)	(44.769.100)
Gastos de administración	(63.230.403)	(10.633.341)	(18.373.095)	(92.236.839)	(59.446.185)	(10.661.428)	(1.203.614)	(71.311.227)
Otros ingresos, por función	1.141.249.108	65.456.618	242.237.131	1.448.942.857	155.605.509	(53.476.280)	60.377.938	162.507.167

(1) Ver Nota 31.

Estado de Situación Financiera:

	Al 31 de diciembre de 2025				Al 31 de diciembre de 2024			
	Chile M\$	Colombia M\$	Perú M\$	Total Negocio M\$	Chile M\$	Colombia M\$	Perú M\$	Total Negocio M\$
Activos intangibles distintos de la plusvalía	7.644.263	36.589	67.488	7.748.340	6.174.019	46.594	444.301	6.664.914
Propiedades, planta y equipo	3.524.134	514.207	2.998.513	7.036.854	3.255.796	176.816	2.939.351	6.371.963
Propiedades de Inversión	5.176.902.540	504.319.347	1.280.658.580	6.961.880.467	3.932.994.053	416.070.705	1.007.475.576	5.356.540.334
Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes	1.277.715.574	82.997.235	218.602.384	1.579.315.193	1.235.539.327	85.180.869	296.854.790	1.617.574.986

No existe un sólo cliente de Plaza S.A. y Filiales que representa más del 10% de los ingresos por actividades ordinarias.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

25. INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS (continuación)

La información revelada se presenta neta de las eliminaciones correspondientes a las transacciones y resultados entre las empresas que lo conforman. Los resultados y transacciones entre las distintas empresas consolidadas son eliminados a nivel total, formando parte del consolidado final de Plaza S.A. y Filiales. Esta forma de presentación es la misma utilizada por la Administración en los procesos de revisión periódica del desempeño de la Compañía.

26. COMPROMISOS, RESTRICCIONES Y CONTINGENCIAS

a) Garantías Directas:

La Sociedad ha entregado al 31 de diciembre de 2025 garantías por un monto de M\$6.188.315, adicionalmente, mantiene activos entregados en garantía por M\$116.517.771.

Plaza S.A., constituyó una Stand by letter en favor de Banco Itaú CorpBanc Colombia S.A. por el monto del crédito que posee Fondo de Capital Privado Mallplaza con dicha institución por M\$COP 90.000.000, la cual se renueva de manera anual hasta el plazo de vencimiento del crédito.

b) Garantías Indirectas:

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

c) Juicios:

c.1) Plaza S.A. y Filiales 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 posible, probable o remota. En aquellos casos donde los desembolsos o asuntos tienen baja probabilidad de prosperar y que deberían resolverse a favor de la Sociedad, no se han efectuado provisiones.

Al 31 de diciembre de 2025 y 2024 el detalle de juicios es el siguiente:

Naturaleza de juicios	Al 31 de diciembre de 2025			Al 31 de diciembre de 2024		
	Número de juicios	Monto del juicio	Monto provisionado	Número de juicios	Monto del juicio	Monto provisionado
		M\$	M\$		M\$	M\$
Civil	58	7.424.150	171.258	74	7.488.182	153.315
Consumidor	193	6.480.590	488.622	196	6.547.188	568.271
Laboral	86	2.269.889	37.105	71	1.691.872	117.223
Otros	26	893.703	179.457	24	598.678	45.626
		17.068.332	876.442		16.325.920	884.435

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

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

26. COMPROMISOS, RESTRICCIONES Y CONTINGENCIAS (continuación)

c.2) Atendido el incumplimiento frente a la obligación de restituir los fondos anticipados por Mallplaza para un proyecto inmobiliario en la ciudad de Bogotá, con fecha 13 y 14 de diciembre de 2022 se requirió judicialmente el cobro de dicho monto al fideicomiso propietario de los inmuebles en donde se construiría el proyecto, al gestor del proyecto y a los fideicomitentes inversionistas que se constituyeron como garantes del anticipo, a través de demandas ejecutivas interpuestas ante los Juzgados Civiles 20 y 23 del Circuito de Bogotá.

A la fecha de los presentes estados contables, junto con iniciarse distintas acciones judiciales y arbitrales destinadas a exigir el cumplimiento de las obligaciones pendientes, se han dictado los mandamientos de pago que obligan a los deudores a la restitución de los anticipos otorgados y decretaron medidas cautelares (embargos) sobre los inmuebles, cuentas de banco, derechos fiduciarios y demás bienes en titularidad de los deudores. El 31 de julio de 2024 el deudor principal fue admitido a proceso de reorganización, encontrándose Mallplaza en la etapa de verificación de créditos y reconocimiento de su posición preferente como acreedor garantizado.

Teniendo en cuenta que en el mes de julio de 2024 tanto el fideicomiso propietario de los inmuebles en donde se construiría el proyecto y el gestor del proyecto ingresaron a un proceso de reorganización (ley 1.116 del año 2006), los procesos ejecutivos respecto de estas dos personas jurídicas se congelaron y se trasladaron a este proceso de reorganización. Las garantías obtenidas en los mismos darán a Mallplaza la calidad de acreedor garantizado, es decir, teniendo preferencia en el pago.

En el proceso de reorganización se está a la espera que se califiquen y gradúen los créditos por el juez del proceso y se abra la etapa de negociación de un acuerdo de reorganización.

En el mes de agosto de 2025, en el marco del proceso arbitral iniciado por Mallplaza para exigir el cumplimiento del contrato, el tribunal falló en favor de la Compañía ordenando al fideicomiso propietario de los inmuebles y al gestor del proyecto a entregar a Mallplaza el centro comercial construido o, en su defecto, restituir íntegramente el anticipo en los términos establecidos en el contrato. Este laudo arbitral se encuentra en firme.

Todos los procesos avanzan de acuerdo a las etapas e instancias procesales respectivas. Los asesores legales estiman que el resultado de los procedimientos judiciales sería favorable para los intereses de la Compañía.

d) Otras Restricciones:

Al 31 de diciembre de 2025 y 2024, la Sociedad tiene restricciones financieras establecidas en los contratos de emisión de bonos públicos y/o financiamientos con instituciones financieras:

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

26. COMPROMISOS, RESTRICCIONES Y CONTINGENCIAS (continuación)

d) Otras Restricciones (continuación):

1. Bonos públicos

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 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, respecto a la Serie N y U emitida con cargo a la línea 767 inscrita en el Registro de Valores con fecha 23 de septiembre de 2013, respecto de la Serie de Bonos P, emitida con cargo a la línea de Bonos N° 669 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de mayo de 2011, respecto de la Serie de Bonos S y Z, emitida con cargo a la línea de Bonos N° 980 inscrita en el Registro de Valores con fecha 15 de noviembre de 2019, respecto de la Serie de Bonos AA y AC, emitida con cargo a la línea de bonos N°979 de fecha 15 de noviembre del 2019, y respecto de la Serie de Bonos AD y AE, emitida con cargo a la línea de bonos N°1149, son los siguientes:

I) Nivel de endeudamiento

A contar de los Estados Financieros al treinta y uno de diciembre de dos mil veintitrés, mantener al cierre de los Estados Financieros trimestrales, un Nivel de Endeudamiento, definido como la razón entre Deuda Financiera Neta y Patrimonio Total, menor o igual a 2,0 veces. Para estos efectos, se entenderá por Deuda Financiera Neta a la suma de las cuentas “Otros pasivos financieros corrientes” y “Otros pasivos financieros no corrientes” menos el resultado de la suma de la cuenta “Efectivo y equivalentes al efectivo” e inversiones en depósitos a plazo o pactos de retrocompra mayores a 90 días de la cuenta “Otros activos financieros corrientes”; y por Patrimonio Total a la suma de las cuentas "Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora" y "Participaciones no controladoras".

Para efectos del cálculo del Nivel de Endeudamiento, se incluye dentro de la Deuda Financiera Neta el monto de todos los avales, fianzas simples o solidarias, codeudas solidarias u otras garantías, personales o reales, que el Emisor o sus Filiales hubieren otorgado para caucionar obligaciones de terceros, con excepción de: (i) las otorgadas por el Emisor o sus Filiales por obligaciones de otras Filiales del Emisor; y (ii) aquéllas otorgadas por sociedades Filiales por obligaciones del Emisor. En los Estados Financieros del Emisor, se incluirá una nota que contendrá todos los antecedentes que se utilizarán para el cálculo del Nivel de Endeudamiento, incluyendo las adiciones por avales, fianzas simples o solidarias, codeudas solidarias u otras garantías, personales o reales, que el Emisor o sus Filiales hubieren otorgado para caucionar obligaciones de terceros, así como también las excepciones señaladas en los literales (i) y (ii) anteriores.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

26. COMPROMISOS, RESTRICCIONES Y CONTINGENCIAS (continuación)

d) Otras Restricciones (continuación):

1. Bonos públicos (continuación)

I) Nivel de endeudamiento (continuación)

Detalle de cálculo Covenant Bonos Líneas 583, 584, 669, 670, 767, 979, 980, 1148, 1149 y 1150

	Moneda	Al 31 de diciembre de 2025
Otros pasivos financieros corrientes	Miles \$	127.178.876
Otros pasivos financieros no corrientes	Miles \$	1.452.136.317
Efectivo y Equivalentes al Efectivo	Miles \$	(268.291.385)
Deuda Financiera Neta	Miles \$	1.311.023.808
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora	Miles \$	4.482.903.946
Participaciones no controladoras	Miles \$	41.649.187
Patrimonio	Miles \$	4.524.553.133
Deuda Financiera Neta / Patrimonio		0,29

II) Activos esenciales

Activos esenciales según Bonos con cargo a las Líneas 583, 584, 669, 670 y 767.

Activos correspondientes a quinientos mil metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad directa del Emisor o a través de sociedades Filiales o Coligadas, o respecto a los cuales el Emisor o cualquiera de sus Filiales o Coligadas sean concesionarios en virtud de contratos de concesión cuyo plazo de vigencia sea igual o mayor al plazo de vencimiento de los bonos vigentes emitidos con cargo a las líneas. A estos efectos, a fin de determinar los metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad de Filiales o Coligadas del Emisor, o de los cuales éstas sean concesionarias de acuerdo a lo recién señalado. Sólo se considerará la cantidad que resulte de multiplicar (i) la totalidad de los metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad de cada Filial o Coligada o que éstas tengan en concesión; por (ii) el porcentaje de propiedad directa o indirecta del Emisor en la respectiva Filial o Coligada.

Activos esenciales según Bonos con cargo a la Línea 979, 980, 1148, 1149 y 1150.

Activos correspondientes a trescientos mil metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad directa del Emisor o a través de sociedades Filiales o Coligadas, o respecto a los cuales el Emisor o cualquiera de sus Filiales o Coligadas sean concesionarios en virtud de contratos de concesión cuyo plazo de vigencia sea igual o mayor al plazo de vencimiento de los bonos vigentes emitidos con cargo a las líneas. A estos efectos, a fin de determinar los metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad de Filiales o Coligadas del Emisor, o de los cuales éstas sean concesionarias de acuerdo a lo recién señalado. Sólo se considerará la cantidad que resulte de multiplicar (i) la totalidad de los metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad de cada Filial o Coligada o que éstas tengan en concesión; por (ii) el porcentaje de propiedad directa o indirecta del Emisor en la respectiva Filial o Coligada.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

26. COMPROMISOS, RESTRICCIONES Y CONTINGENCIAS (continuación)

d) Otras Restricciones (continuación):

2. Instituciones financieras

Plaza S.A. y Filiales al 31 de diciembre de 2025 tiene contratados varios financiamientos con instituciones financieras, los cuales tienen asociados las siguientes restricciones financieras:

Sociedad	Covenant	Nivel Exigido	Nivel al 31.12.2025	Observación	Detalle
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos	(EBITDA + CAJA)/Servicio Deuda	>= 1,00 veces	14,30 veces	En Cumplimiento	Cálculo Anual medido sobre EEEF de la sociedad de cierre de año
	Deuda Financiera Neta / Patrimonio	<= 2,30 veces	0,10 veces	En Cumplimiento	Cálculo Anual medido sobre EEEF de la sociedad de cierre de año
Fondo de Capital Privado Mallplaza Compartimento UNO	Deuda Financiera Neta / Patrimonio	>= 2,00 veces	0,23 veces	En Cumplimiento	Cálculo trimestral medido sobre EEEF consolidado de la sociedad de cada periodo
Mallplaza Perú S.A.	EBITDA / Servicio Deuda	>= 1,20 veces	2,53 veces	En Cumplimiento	Cálculo trimestral medido sobre EEEF consolidado de la sociedad de cada periodo
Mallplaza Perú S.A.	Deuda Financiera / Patrimonio	<= 2,00 veces	0,24 veces	En Cumplimiento	Cálculo trimestral medido sobre EEEF consolidado de la sociedad de cada periodo
Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.	Deuda Financiera Neta / Patrimonio	<= 1.30x veces	0,25 veces	En Cumplimiento	Cálculo trimestral medido sobre EEEF consolidado de la sociedad de cada periodo
Open Plaza S.A.	EBITDA / Servicio de Deuda (últimos 12 meses)	>= 1.20x veces	3,64 veces	En Cumplimiento	Cálculo trimestral medido sobre EEEF consolidado de la sociedad de cada periodo
Open Plaza S.A.	Flujos Cedidos / Servicios de Deuda (próximos 12 meses)	>=1.30x veces	4,19 veces	En Cumplimiento	Cálculo trimestral medido sobre EEEF consolidado de la sociedad de cada periodo
Open Plaza S.A.	Deuda Financiera / Patrimonio Neto	<= 1.50x veces	0,32 veces	En Cumplimiento	Cálculo trimestral medido sobre EEEF consolidado de la sociedad de cada periodo
Open Plaza S.A.	Deuda Financiera / (Activo Fijo + Inv. Subsidiarias)	<= 0.65x veces	0,21 veces	En Cumplimiento	Cálculo trimestral medido sobre EEEF consolidado de la sociedad de cada periodo

A la fecha de estos Estados Financieros Consolidados se han cumplido todos los covenants establecidos en los contratos de deuda.

27. ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS

Existen distintos riesgos en el entorno que pueden afectar el desempeño de nuestro negocio, entre los principales podemos enumerar:

1. Riesgos financieros

Los principales riesgos de este tipo a los que está expuesta Plaza S.A. y Filiales son: (i) riesgo de liquidez, (ii) riesgo de crédito, y (iii) riesgo de mercado. El Directorio de Plaza S.A. ha aprobado políticas y procedimientos para gestionar y minimizar la exposición a estos riesgos. Asimismo, se han establecido actividades de monitoreo para la evolución de dichos riesgos, de forma que los estándares internos se revisen continuamente para adaptarse al cambiante escenario de los negocios y mercados donde opera la Compañía.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

27. ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS (continuación)

1. Riesgos financieros (continuación)

(i) Riesgo de liquidez

La Compañía gestiona el riesgo de liquidez con el mantenimiento de efectivo y equivalentes al efectivo necesarios para afrontar los desembolsos de sus operaciones habituales.

Adicionalmente, Plaza S.A. y Filiales cuentan con alternativas de financiamiento disponibles, tales como líneas para préstamos bancarios y bonos.

Plaza S.A. y Filiales 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 en caso necesario son financiados con la debida anticipación y teniendo en consideración potenciales volatilidades en los mercados financieros.

Asimismo, la Compañía gestiona su exposición al riesgo de liquidez invirtiendo en productos de corto plazo e igual o superior a calificación crediticia nivel AA, para lo cual cuenta con políticas que limitan el tipo de instrumentos de inversión y la calidad crediticia de sus contrapartes.

La siguiente tabla resume el perfil de vencimiento de los pasivos financieros de Plaza S.A. y Filiales al 31 de diciembre de 2025 y 2024 basado en obligaciones financieras contractuales de pago.

Al 31 de diciembre de 2025	Hasta 1 año M\$	Más de 1 año y hasta 2 años M\$	Más de 2 años y hasta 3 años M\$	Más de 3 años y hasta 4 años M\$	Más de 4 años y hasta 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total M\$
Capital	115.704.105	95.917.208	144.070.273	162.786.773	102.152.567	971.315.618	1.591.946.544
Intereses	59.592.098	54.736.616	48.339.118	43.563.788	40.659.667	233.761.384	480.652.671
Totales	175.296.203	150.653.824	192.409.391	206.350.561	142.812.234	1.205.077.002	2.072.599.215

Al 31 de diciembre de 2024	Hasta 1 año M\$	Más de 1 año y hasta 2 años M\$	Más de 2 años y hasta 3 años M\$	Más de 3 años y hasta 4 años M\$	Más de 4 años y hasta 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total M\$
Capital	171.378.841	117.985.268	84.915.291	61.662.141	157.391.889	1.037.481.425	1.630.814.855
Intereses	66.491.501	51.458.726	47.751.895	44.300.280	42.040.024	264.937.489	516.979.915
Totales	237.870.342	169.443.994	132.667.186	105.962.421	199.431.913	1.302.418.914	2.147.794.770

Adicionalmente, Plaza S.A. y Filiales gestiona una estructura de capital necesaria para dar continuidad y estabilidad a su negocio. 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. y Filiales monitorea el capital usando un índice de deuda financiera neta consolidada sobre patrimonio. Al 31 de diciembre de 2025, el índice antes señalado fue de 0,29 veces.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

27. ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS (continuación)

1. Riesgos financieros (continuación)

(i) Riesgo de liquidez (continuación)

La Compañía mantiene clasificación crediticia local en Chile con Humphreys, Feller y Fitch, y cuenta además con clasificación internacional de Moody's, las cuales le han otorgado la siguiente clasificación:

	Humphreys	Feller	Moody's	Fitch
Bonos y Líneas de Bonos	AA+	AA+	Baa2 (BBB)	BBB

(ii) Riesgo de crédito

El riesgo de crédito es el riesgo de pérdida para Plaza S.A. y Filiales en el evento que un cliente u otra contraparte no cumplan con sus obligaciones contractuales. Plaza S.A. y Filiales posee una diversificada cartera de clientes junto con garantías para cubrir 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 Corporativa de Administración y Finanzas, a través de su área de Cobranzas y Riesgo Comercial, 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. y Filiales tienen 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 riesgos. En este proceso se analiza la situación financiera del cliente, y eventuales impactos asociados a variables macroeconómicas, 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 riesgos efectuados por la Gerencia Corporativa de Administración y Finanzas.

Las garantías recibidas por la Compañía son:

Garantías	Al 31 de diciembre de 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Boletas y Depósitos a Plazo	77.447.418	67.747.214
Pólizas de Seguro	30.051.304	27.219.513
Efectivo	24.409.148	22.037.418
Total	131.907.870	117.004.145

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

27. ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS (continuación)

1. Riesgos financieros (continuación)

(ii) Riesgo de crédito (continuación)

Durante el ejercicio al 31 de diciembre de 2025 y 2024, no se han ejecutado garantías materiales 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 2025 M\$	Al 31 de diciembre de 2024 M\$
Grupo A	Mayor o igual a 70%	131.546.192	118.173.861
Grupo B	Menor a 70% y hasta 40%	6.204.273	9.389.734
Grupo C	Menor a 40% y hasta 10%	1.369.474	3.673.715
Grupo D	Menor a 10%	245.758	527.090
		139.365.697	131.764.400

Los saldos no vencidos y no deteriorados incluyen cuentas cuyas condiciones han sido renegociadas a corto plazo por los siguientes montos y que a la fecha han presentado cumplimiento en su pago:

	M\$
Al 31 de diciembre de 2025	1.053.907
Al 31 de diciembre de 2024	595.492

(iii) Riesgo de mercado

Los principales riesgos de mercado a los que se encuentra expuesto Plaza S.A. y Filiales son (a) el tipo de cambio, (b) las tasas de interés y (c) la inflación.

(a) Riesgo de tipo de cambio

La Compañía está expuesta a dos fuentes de riesgos de movimientos adversos en el precio de las divisas. La primera corresponde a la deuda financiera emitida en monedas distintas a la moneda funcional del negocio, mientras que la segunda corresponde a las inversiones en el extranjero. Dado lo anterior, la sociedad radica sus financiamientos sólo en las monedas del negocio en cada país, y en caso de no ser posible, se utilizan derivados de cobertura.

Al 31 de diciembre de 2025, el 80,9% de la deuda financiera consolidada, estaba expresada en UF, el 13,8 % en nuevos soles peruanos y un 5,3% en pesos colombianos. De esta forma, a esta fecha la deuda consolidada de la Compañía no presenta riesgo material por el tipo de cambio.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

27. ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS (continuación)

1. Riesgos financieros (continuación)

(iii) Riesgo de mercado (continuación)

(b) Riesgo de tasa de interés

Plaza S.A. y Filiales tiene la mayor parte de su deuda financiera a tasa de interés fija y de largo plazo, de manera de disminuir la exposición a fluctuaciones que puedan ocurrir en las tasas de interés variable e impactar en los gastos financieros.

Al 31 de diciembre de 2025, la Sociedad tiene el 100% de su deuda financiera a tasa de interés fija.

(c) Riesgo de inflación

La mayoría de los ingresos de la Compañía son reajustados por la inflación respectiva en Chile, Perú y Colombia. Para el caso de Chile, éstos se denominan en Unidades de Fomento (UF) y considerando que la mayor parte de la deuda financiera consolidada 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 (ingresos indexados a la UF en Chile e IPC en Perú y Colombia).

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\$ 47.758.431, considerando tanto los reajustes de los instrumentos de deuda como de los ingresos en Unidades de Fomento.

La Compañía utiliza, cuando corresponde, instrumentos financieros derivados tales como contratos forward, swaps y cross currency swaps con el objetivo de gestionar el riesgo generado en financiamientos por la volatilidad de monedas y tasas distintas a Unidades de Fomento en Chile o indexadas al IPC en Perú y Colombia. El rol de estos derivados es que los instrumentos utilizados cubran los flujos comprometidos por la Compañía.

Al 31 de diciembre de 2025 y 2024, la compañía no ha tiene contratos vigentes de instrumentos de cobertura.

2. Riesgos Operacionales

(i) Estamos expuestos a riesgos que puedan impactar de forma directa en las personas y activos físicos.

Operamos con un importante número de instalaciones físicas necesarias para la conducción de nuestro negocio, que están expuestas a la ocurrencia de eventos internos o externos que podrían ocasionar un eventual daño a las personas (clientes, colaboradores internos, proveedores, contratistas, entre otros) y/o perjudicar nuestra operatividad, tales como: incendios, desastres naturales (inundaciones, sismos, lluvias excesivas) y asaltos, saqueos y manifestaciones violentas, entre otros.

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

27. ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS (continuación)

2. Riesgos Operacionales (continuación)

Principales acciones de mitigación:

- Cumplimiento de nuestros estándares definidos para la construcción y seguridad física, tales como: sistemas antisísmicos, protección contra incendios, manual de gestión de crisis, infraestructura y tecnología de seguridad.
- Los riesgos asociados al impacto directo en personas los mitigamos a través de su oportuna identificación y la eliminación de peligros en nuestras operaciones, basados en un programa de seguridad y salud ocupacional.
- Además, contamos con un plan de mantenimiento de equipos, cuyo cumplimiento y resultados son monitoreados de forma permanente para asegurar su óptimo funcionamiento.
- Con relación al impacto sobre nuestros activos, esta gestión se externaliza a través de compañías de seguros de primer nivel, con la contratación de pólizas de seguros que cubren nuestros riesgos operativos de las propiedades de inversión (centros urbanos en operación y construcción) y los flujos de ingresos asociados a estos.

(ii) Cambio Climático: aumento de la temperatura promedio.

Adquirimos un compromiso activo asociado al cuidado del medioambiente, producto de la relevancia que han tomado a nivel mundial los impactantes efectos del cambio climático. En detalle, establecimos un acuerdo con Alianza para la Acción Climática (ACA Chile) para alcanzar la carbono neutralidad en nuestras operaciones.

Asimismo, implementamos herramientas para conocer y prepararnos ante los riesgos asociados al cambio climático. Así, continuamos el análisis bajo la metodología Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) para identificar y evaluar distintos riesgos asociados al cambio climático.

Dentro de los principales riesgos detectados determinamos el aumento de la temperatura promedio, cuyo indicador más relevante es grados-día sobre 20°C, y las lluvias extremas.

(iii) Cambios en el comportamiento del consumidor.

Ante el crecimiento del comercio electrónico y los cambios en los hábitos de consumo, la compañía gestiona activamente este riesgo mediante la diversificación de los usos y experiencias dentro de nuestros centros urbanos. Esta estrategia busca fortalecer nuestra propuesta de valor y adaptarnos a las nuevas tendencias del mercado, asegurando la continuidad y resiliencia del negocio.

Reconocemos que la consolidación del comercio electrónico impacta directamente en el retail físico. Para abordar esta tendencia, nuestra estrategia se enfoca en enriquecer la experiencia del visitante, transformando nuestros centros urbanos en destinos que integran una oferta diversificada de comercio, servicios y entretenimiento. A su vez, trabajamos en fortalecer la omnicanalidad para potenciar la sinergia entre los canales físico y digital.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

27. ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS (continuación)

3. Riesgos de Tecnología y Seguridad de la Información

Ciberataques. Estamos expuestos a sufrir daños en nuestra red tecnológica, pérdidas o alteración de información, o brechas de seguridad.

Enfrentamos el riesgo de que terceros traten de vulnerar nuestros sistemas, o los sistemas de nuestros proveedores tecnológicos, para acceder a información confidencial de la compañía, clientes o proveedores, o con el propósito de interrumpir, tomar control, inutilizar, alterar o destruir el entorno y/o infraestructura tecnológica. Una vulneración de los sistemas de seguridad de la información podría dañar gravemente la reputación de la compañía e impactar en nuestros futuros ingresos.

Gestionamos la integridad, confidencialidad y disponibilidad de nuestra información para minimizar los efectos de una posible interrupción del servicio, apoyándonos en empresas especializadas en la materia.

Para ello, periódicamente estas realizan evaluaciones de seguridad y vulnerabilidades, buscando adecuar nuestras capacidades para levantar alertas, tomar acciones preventivas y controlar el acceso a la información, incluidas las plataformas tecnológicas y los servicios expuestos a Internet.

De forma continua gestionamos la protección y actualización de seguridad de la información en nuestros equipos computacionales, con el objetivo de no tener pérdida de la misma en caso de algún incidente.

Además, realizamos inducciones de seguridad de la información a los nuevos colaboradores y concientización permanente en temas emergentes y contingentes relacionados con ciberseguridad.

4. Riesgos de Cumplimiento

(i) Los cambios de normativas legales podrían impactarnos directamente.

En Mallplaza trabajamos regidos por las leyes vigentes de cada uno de los países donde operamos. Por ende, un eventual cambio en el marco normativo vigente o en la interpretación de las autoridades regulatorias y/o tribunales en materias laborales, de libre competencia, regulación urbana, protección al consumidor, entre otras, podría afectar nuestros ingresos o costos. Al respecto, realizamos un seguimiento constante a las normativas vigentes y sus cambios en las mismas. Las distintas áreas de nuestra compañía que están involucradas las analizan, con el fin de anticiparnos y, así, asegurar el cumplimiento de la forma más eficiente posible.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

27. ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS (continuación)

4. Riesgos de Cumplimiento

(ii) Estamos expuestos a contingencias en materias de cumplimiento normativo.

Nuestras operaciones podrían verse enfrentadas a contingencias judiciales, reputacionales y regulatorias de distinta índole, tales como libre competencia, derechos humanos, medio ambiente, datos personales, prevención de lavado de activos, financiamiento del terrorismo y prevención de delitos que generan responsabilidad penal de la persona jurídica. Asimismo, estamos expuestos a eventuales fiscalizaciones por parte de los entes reguladores en las materias en que estos tienen competencia.

Desarrollamos un proceso a través de Programas de Cumplimiento por materia, con foco en debida diligencia, capacitaciones, matrices de riesgos, indicadores de cumplimiento, pruebas de controles, entre otros, que nos permitan asegurar el cumplimiento normativo.

5. Riesgos de Personas

Dependemos del recurso humano para hacer crecer nuestro negocio. Por eso, el atraer, desarrollar y retener al mejor talento es un constante desafío.

Dependemos de la experiencia y conocimiento de nuestros ejecutivos y colaboradores para mejorar nuestra operación y ejecutar de forma satisfactoria nuestros planes de inversión. En este sentido, requerimos de una potente dinámica para atraer y retener talento calificado, dado que su fuga podría impactar nuestra capacidad para competir efectivamente y continuar creciendo.

Contamos con procesos de desarrollo y retención del talento establecidos, cuyos resultados son monitoreados continuamente. Además, disponemos de becas de estudio, ofrecemos beneficios que permiten compatibilizar la vida laboral con la personal, trabajo remoto y “el programa Yo Elijo” (días adicionales a las vacaciones legales).

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

28. INSTRUMENTOS FINANCIEROS

a) Composición de activos y pasivos financieros:

	Al 31 de diciembre de 2025		Al 31 de diciembre de 2024	
	Corriente	No Corriente	Corriente	No Corriente
	M\$	M\$	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	268.291.385	-	179.173.763	-
Otros activos financieros	5.577.990	-	4.660.529	-
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	122.369.806	69.421.092	111.058.299	67.012.564
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	13.695.594	6.735.609	19.565.384	6.563.056
Total Activos financieros	409.934.775	76.156.701	314.457.975	73.575.620
Obligaciones con bancos	115.387.067	186.212.552	173.138.310	208.897.349
Obligaciones con el público	11.791.809	1.265.923.765	11.394.748	1.224.144.579
Total Otros pasivos financieros	127.178.876	1.452.136.317	184.533.058	1.433.041.928
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	122.277.679	1.622.447	95.843.191	1.415.976
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	2.296.174	-	2.641.613	-
Total Pasivos financieros	251.752.729	1.453.758.764	283.017.862	1.434.457.904

b) Instrumentos financieros por categoría:

	Al 31 de diciembre de 2025		Al 31 de diciembre de 2024	
	Efectivo y equivalente de efectivo, Préstamos y cuentas por cobrar	Derivados de cobertura de flujos de efectivo	Efectivo y equivalente de efectivo, Préstamos y cuentas por cobrar	Derivados de cobertura de flujos de efectivo
	M\$	M\$	M\$	M\$
Activos				
Efectivo y equivalentes al efectivo	268.291.385	-	179.173.763	-
Otros activos financieros	5.577.990	-	4.660.529	-
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	191.790.898	-	178.070.863	-
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	20.431.203	-	26.128.440	-
Total	486.091.476	-	388.033.595	-

	Al 31 de diciembre de 2025		Al 31 de diciembre de 2024	
	Derivados de cobertura de flujos de efectivo	Pasivos financieros medidos al costo amortizado	Derivados de cobertura de flujos de efectivo	Pasivos financieros medidos al costo amortizado
	M\$	M\$	M\$	M\$
Pasivos				
Obligaciones con bancos	-	301.599.619	-	382.035.659
Obligaciones con el público	-	1.277.715.574	-	1.235.539.327
Total otros pasivos financieros	-	1.579.315.193	-	1.617.574.986
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	-	123.900.126	-	97.259.167
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	-	2.296.174	-	2.641.613
Total	-	1.705.511.493	-	1.717.475.766

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

29. VALOR RAZONABLE DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS

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 puede 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, 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.

c) Jerarquías de valores razonables

Plaza S.A. y Filiales 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).

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

29. VALOR RAZONABLE DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS (continuación)

c) Jerarquías de valores razonables (continuación)

La siguiente tabla presenta las clases de instrumentos financieros medidos al valor razonable al 31 de diciembre de 2025 y 2024, según nivel de información utilizada en la valoración:

Instrumentos financieros medidos a valor razonable	Al 31 de diciembre de 2025		
	Nivel 1 M\$	Nivel 2 M\$	Nivel 3 M\$
Otros activos financieros, corrientes	5.577.990	-	-
Total activos financieros a valor razonable	5.577.990	-	-
Otros pasivos financieros	-	1.676.766.356	-
Total pasivos financieros a valor razonable	-	1.676.766.356	-

Instrumentos financieros medidos a valor razonable	Al 31 de diciembre de 2024		
	Nivel 1 M\$	Nivel 2 M\$	Nivel 3 M\$
Otros activos financieros, corrientes	4.660.529	-	-
Total activos financieros a valor razonable	4.660.529	-	-
Otros pasivos financieros	-	1.669.559.456	-
Total pasivos financieros a valor razonable	-	1.669.559.456	-

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

30. MEDIO AMBIENTE

En relación a lo establecido en la Circular N° 1.901 de la Comisión para el Mercado Financiero, los siguientes son los principales desembolsos que Plaza S.A. y sus Filiales al 31 de diciembre de 2025 han efectuado o esperan efectuar, 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 ítem de gasto	Importe del desembolso M\$	Fecha cierta o estimada en que los desembolsos a futuro serán efectuados	El proyecto está en proceso o terminado
Inmobiliaria Mall Las Américas S.A.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	45.290	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	22.327	Mensual	En Proceso
Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	20.178	Mensual	En Proceso
Mall Plaza Perú S.A.C.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	114.179	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	18.366	Mensual	En Proceso
Open Plaza S.A.C.	Control de Plagas	Normativo	Gasto	Contrato con empresa especializada	38.170	Mensual	En Proceso
	Gestión de RRSS	Cumplimiento con Ministerio de Medio Ambiente	Gasto	Segregación, transporte y disposición de sólidos de Residuos Sólidos	88.549	Mensual	En Proceso
	Gestión VMAs	Cumplimiento ambiental del Ministerio de Vivienda supervisado por las Empresas de Prestadoras de Servicios.	Gasto	Servicio VMAs: Limpieza de trampas, pozos y cámara, limpieza de redes sanitarias y cisternas (aguas grises y agua potable) operación y limpieza Ptar Atocongo y Angamos	84.139	Mensual	En Proceso
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Barranquilla	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	39.854	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza.	12.758	Mensual	En Proceso
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Calima	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	22.818	Mensual	En Proceso
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	10.464	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	14.131	Mensual	En Proceso
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	29.951	Mensual	En Proceso
Patrimonio Autónomo Mallplaza Cali	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	49.626	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	11.474	Mensual	En Proceso
Plaza Antofagasta S.A.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	56.732	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	49.104	Mensual	En Proceso

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

30. MEDIO AMBIENTE (continuación)

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 ítem de gasto	Importe del desembolso M\$	Fecha cierta o estimada en que los desembolsos a futuro serán efectuados	El proyecto está en proceso o terminado
Plaza del Trébol SpA.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	100.114	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	66.544	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	18.950	Mensual	En Proceso
	Tratamiento de residuos	Gestión de orgánicos (Compostera Industrial)	Gasto	Proyecto piloto de gestión de residuos orgánicos locales food y restos de paisajismo. Alianza junto con empresa especialista en residuos orgánicos y compostaje.	13.587	Mensual	En Proceso
Plaza La Serena SpA.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	118.230	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	73.417	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	14.461	Mensual	En Proceso
Plaza Oeste SpA.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	577.962	Mensual	En Proceso
	Digestor de orgánicos	Mantenimiento Digestor	Gasto	Servicio de mantenimiento constante para el equipo Digestor, incluida la planta de tratamiento de agua	17.420	Mensual	En Proceso
		Arriendo y mantención constante digestor de orgánicos	Gasto	Sistema de biodegradación de los residuos orgánicos de locales de food court para generar fertilizante para paisajismo	20.082	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	486.644	Mensual	En Proceso
		Gestión de orgánicos	Gasto	Gestión de residuos orgánicos locales food para generación de compost en planta de compostaje externa. Alianza junto con empresa especialista en residuos orgánicos y compostaje (Armony)	103.145	Mensual	En Proceso
	Maquina reciclador de botellas y latas	Maquina recicladora	Gasto	Maquina automática recicladora de botellas PET y latas de aluminio, por cada reciclaje usuario gana descuentos en el Mall.	17.724	Mensual	En Proceso
	Plataforma digital reportabilidad residuos	Plataforma control de residuos	Gasto	Plataforma online para ingreso y control de residuos generados por cada uno de nuestros Mall, asegurando trazabilidad para declaración Sinader del RECT	10.960	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	66.583	Mensual	En Proceso
	Punto Limpio	Operación Punto limpio	Gasto	La Operación contempla el procesamiento del material, mantención y administración del sector. Incluye informe mensual de gestión.	24.671	Mensual	En Proceso
	Tratamiento de residuos	Proyecto gestión de orgánicos	Gasto	Proyecto piloto de gestión de residuos orgánicos locales food y restos de paisajismo. Alianza junto con empresa especialista en residuos orgánicos y compostaje.	16.289	Mensual	En Proceso
Plaza Valparaíso S.A.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente.	42.906	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	124.627	Mensual	En Proceso
		Gestión de orgánicos	Gasto	Gestión de residuos orgánicos locales food para generación de compost en planta de compostaje externa. Alianza junto con empresa especialista en residuos orgánicos y compostaje (Armony)	14.922	Mensual	En Proceso

PLAZA S.A. Y FILIALES

Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

31. COMBINACIÓN DE NEGOCIOS

Compra de Falabella Perú S.A.A. (hoy Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.)

Con fecha 30 de octubre de 2024, Desarrollos Perú SpA (el Ofertante), sociedad filial de Plaza S.A., lanzó una oferta pública previa de adquisición de acciones (“OPA”) por el 100% de las acciones de Falabella Perú S.A.A. (hoy Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.) en la Bolsa de Valores de Lima, ofreciendo la cantidad de US\$ 0,11641713 por cada acción de Falabella Perú S.A.A. (hoy Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.).

Falabella Perú S.A.A. (hoy Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.) es también filial de Falabella S.A. y entre sus Filiales se incluyen las sociedades peruanas Mall Plaza Perú S.A. y Open Plaza S.A., propietarias de centros comerciales tipo mall y power centers en Perú.

Con fecha 4 de diciembre de 2024, se produjo el cierre de la OPA por un total de 3.901.307.326 acciones comunes de Falabella Perú S.A.A. (hoy Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.) que representan un 99,77% del total de sus acciones, pagando Desarrollos Perú SpA un precio total de US\$ 454.179.002.

Falabella Perú S.A.A. (hoy Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.), sociedad anónima constituida y existente bajo las leyes de la República del Perú, es propietaria, entre otros, de Open Plaza Perú S.A. y del 66,6% de Mall Plaza Perú S.A. Sus activos incluyen 15 centros comerciales ubicados a lo largo del Perú, lo que consolidará en Plaza S.A. la operación de aproximadamente 620.000 m2 arrendables en dicho país.

Desarrollos Perú SpA y Falabella Perú S.A.A. (hoy Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.) forman parte del mismo grupo controlador, tratándose de una combinación de negocios entre entidades bajo control común.

Las combinaciones de negocios bajo control común se registran utilizando el método de “unificación de intereses”. Bajo este método los activos y pasivos involucrados en la transacción se mantienen reflejados al mismo valor libro en que estaban registrados en la matriz última, sin perjuicio de la eventual necesidad de realizar ajustes contables para homogenizar las políticas contables de las empresas involucradas. Cualquier diferencia entre los activos y pasivos aportados a la consolidación y la contraprestación entregada, se registra directamente en el Patrimonio, como un cargo o abono a “Reservas varias”. La Sociedad no aplica un registro retroactivo de las combinaciones de negocio bajo control común.

PLAZA S.A. Y FILIALES
Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre de 2025 y 2024

31. COMBINACIÓN DE NEGOCIOS (continuación)

Compra de Falabella Perú S.A.A. (hoy Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.) (continuación)

La siguiente tabla describe el precio pagado y los valores contables de los activos adquiridos y los pasivos asumidos a la fecha de adquisición, cuya diferencia fue imputada en el rubro “Reservas varias” del patrimonio:

	Al 31 de diciembre 2024 M\$
Precio de la adquisición (A)	440.517.298
Activos adquiridos y pasivos asumidos	
Total de activos corrientes	72.338.207
Propiedades de inversión	937.060.782
Otros activos no corrientes	548.598
Total Activos	1.009.947.587
Total pasivos corrientes	183.571.159
Otros pasivos financieros no corrientes	131.841.997
Pasivos por impuestos diferidos	164.157.670
Otros pasivos no corrientes	4.926.383
Total Pasivos	484.497.209
Participaciones no controladoras	102.388.136
Total Activos Netos Adquiridos (B)	423.062.242
Participación adquirida 99,76741%	422.078.242
Otras Reservas varias (B) - (A)	(18.439.056)

Los costos incurridos relacionados con la adquisición han sido registrados como gastos en el estado de resultados de la Compañía. Dichos costos se componen principalmente de honorarios por asesorías financiera, tributaria y legal.

Los resultados de Falabella Perú S.A.A. (hoy Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.) han sido consolidados desde la fecha de adquisición, fecha desde la cual Desarrollos Perú SpA tiene el control sobre la filial Falabella Perú S.A.A. (hoy Activo Inmobiliario Peruano S.A.A.).

32. HECHOS POSTERIORES

Con fecha 30 de enero de 2026, la filial Activo Inmobiliario Peruano S.A.A. realizó su Primera Emisión de Bonos Corporativos por un valor de S/150.000.000,00 (Ciento cincuenta millones de Soles) a un plazo de 15 años, mediante oferta privada dirigida exclusivamente a inversionistas institucionales, a una tasa de colocación de 7,15625% y 10 años de gracia.

No existen otros hechos posteriores ocurridos entre el 01 de enero de 2026 y la fecha de emisión de los presentes Estados Financieros Consolidados que afecten en forma significativa los saldos o interpretación de éstos.



DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

RUT: 76.017.019-4
Razón Social: PLAZA S.A.

En sesión de Directorio celebrada el 24 de febrero de 2026, los Directores y el Gerente General de PLAZA S.A. indicados a continuación, declaran que han tomado conocimiento de la Memoria de la sociedad correspondiente al año 2025, y se hacen responsables respecto de la veracidad de toda la información incorporada en ella.

 Sergio Cardone S. 5.082.229-K Presidente	 Paul Fürst G. 6.979.383-5 Director	 Carlo Solari D. 9.585.749-3 Director	 Alejandro Puentes B. 8.860.493-8 Director	 Hernán Silva
 Dafne González L. 14.242.364-2 Directora	 Pablo Eyzaguirre C. 8.878.318-2 Director	 Ian Fürst G. 20.785.144-2 Director	 Manuel Ovalle E. 6.943.755-9 Director Independiente	
 Enrique Ostalé Cambiasso 8.681.278-9 Director	 Pablo Pulido Sierra 27.588.745-5 Gerente General			

Esta declaración es efectuada en cumplimiento de la Circular N° 1924, emitida por la Comisión para el Mercado Financiero.

Santiago, 24 de febrero de 2026

Firma: 
Hernán Silva Valdovinos (27 feb. 2026 09:17:08 GMT-3)
Email: hernan.silva@mallplaza.com





Memoria
Plaza S.A.
2025

