



MEMORIA  
INTEGRADA  
PLAZA S.A.  
2020

Mercado La Colonial en Mallplaza Bellavista, Provincia del Callao, Perú.

# Índice

- Propósito Mallplaza 4
- Principios corporativos 5
- Pilares estratégicos 6
- Carta Presidente del Directorio Mallplaza 7
- Carta Gerente General Mallplaza 10
- Claves 2020 13
- Hitos del negocio 2020 15

## Capítulo 1

### MALLPLAZA HOY 19

- Tres décadas de crecimiento 20
- La historia de Mallplaza 23
- Presencia de Mallplaza en América Latina 26
- Modelo de Gobierno corporativo 27
- Directorio 28
- Principales ejecutivos de Mallplaza 31
- Nuestro compromiso con la integridad 33
- Modelo de prevención del delito 34
- Política de Libre Competencia 35
- Gestión de Riesgos 36
- Ciberseguridad 37

## Capítulo 2

### VISIÓN DE LARGO PLAZO Y SOSTENIBLE CON SOCIOS COMERCIALES 39

- Acompañamiento permanente 40
- Ecosistema omnicanal 44
- Consolidación de crecimiento regional 52
- Operación segura 61
- Modelo de Emprendimiento Mallplaza 67

## Capítulo 3

### VISITANTES AL CENTRO DE LA EXPERIENCIA 72

## Capítulo 4

### ROBUSTECIMIENTO DE LAS RELACIONES CON STAKEHOLDERS 77

- Política y estrategia de sostenibilidad 79
- Evaluaciones y reportabilidad 81
- Modelo de relacionamiento 82
- Asociaciones y membresías 83

## Capítulo 5

### COMUNICACIÓN PERMANENTE CON INVERSIONISTAS 87

## Capítulo 6

### TRABAJO COLABORATIVO CON PROVEEDORES 91

## Capítulo 7

### COLABORADORES MÁS UNIDOS QUE NUNCA 96

- Una cultura de colaboración 97
- Mallplaza Te Cuida 99
- Desarrollo integral para colaboradores 102
- Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades 104

## Capítulo 8

### PROFUNDIZANDO VÍNCULOS CON LAS COMUNIDADES 107

## Capítulo 9

### COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE 115

- Centros comerciales sustentables 116
- Huella de carbono y eficiencia energética 117
- Compromiso con la electromovilidad 119
- Gestión integral y valorización de residuos 120
- Huella hídrica y uso eficiente agua 122

# Índice

## Capítulo 10

### INFORMACIÓN CORPORATIVA 124

- Identificación de la sociedad y objetivo social 125
- Plan de inversión y Marco normativo 127
- Propiedad, accionistas y control 128
- Información sobre grupo controlador 129
- Política de Dividendos 134
- Hechos Esenciales y principales riesgos 139
- Estructura de la sociedad e información sobre filiales y subsidiarias 142

## Capítulo 11

### ESTADOS FINANCIEROS 152

- Declaración de Responsabilidad 154
- Estados Financieros Consolidados 155
- Análisis Razonado Estados financieros Consolidados 235
- Información Financiera Resumida de Filiales 250

## Capítulo 12

### TABLA GRI 260

**Contribuir a la calidad  
de vida de las personas  
creando espacios de  
encuentro y experiencias  
memorables.**

**Propósito  
Mallplaza**

## Principios corporativos

Mallplaza cuenta con 8 principios corporativos que reflejan el espíritu con el cual la compañía quiere movilizar y guiar a la organización.

Estos principios son:



### Las personas somos el motor

Somos la energía que moviliza, nos ocupamos de nuestro desarrollo y el de los otros.



### Aspiramos a lo más alto

Pensamos estratégicamente, priorizando y planificando para alcanzar nuestro propósito.



### Escuchamos primero

Privilegiamos las conversaciones, escuchando activamente para construir junto al otro.



### Trabajamos en equipo con total confianza

Perseguimos objetivos comunes para servir mejor a todos nuestros clientes, haciéndonos uno con otras áreas en éxitos y fracasos.



### Somos parte de la comunidad

Somos responsables con el entorno, participativos y actuamos conforme a valores éticos y sociales.



### Nos mueve la innovación y la creatividad

Buscamos espacios de libertad para innovar desde la diversidad y adecuada discrepancia, sin temor a equivocarnos.



### Juégatela

Hacemos nuestros los desafíos con liderazgo y empoderamos entregando marcos de acción con confianza.



### Lo hacemos nuestro con pasión y convicción

Lo mejor de nosotros surge en un ambiente entretenido con personas comprometidas y seguras de lo que hacen.

## Pilares estratégicos



### ECOSISTEMA OMNICANAL

Potencia la integración del mundo físico y digital a través de nuevas propuestas digitales, generando experiencias personalizadas para los visitantes y creando oportunidades de negocio para los socios comerciales.



### SOCIOS COMERCIALES

Generación de valor compartido con los socios comerciales, manteniendo el foco en las relaciones de largo plazo, entregando flexibilidad y apoyo en la operación durante períodos adversos. Junto a ello, desarrollo de una propuesta de valor enfocada en aumentar el flujo de visitantes y ventas, apalancada en tecnologías digitales y en el Ecosistema Omnicanal.



### OFERTA COMERCIAL

Centros urbanos omnicanales con potente propuesta de usos mixtos (centros de salud, centros de educación, oficinas), *retail*, *e-tailers* y emprendedores, junto con una oferta de entretenimiento, gastronomía y servicios, constituyendo un atractivo diferencial de cara a los consumidores con una permanente actualización. Se han incorporado soluciones omnicanales como acuerdos con *marketplaces* y apps de *delivery*.



### CRECIMIENTO

Desarrollo vía *greenfield* y *brownfield* de centros comerciales Premium y omnicanales con foco en las nuevas tendencias del mercado y comportamiento del consumidor. Continuamos con el fortalecimiento de las operaciones regionales de acuerdo al plan estratégico.



### CAPITAL HUMANO

Participación de un grupo humano diverso y ágil que comparte un propósito común, con espíritu emprendedor e innovador, potenciado por líderes y equipos digitales con experiencia. Durante los últimos períodos, Mallplaza se ha enfocado en fortalecer y reforzar su equipo con la incorporación de talento digital para afrontar los desafíos omnicanales.



### EXCELENCIA

Altos estándares de trabajo y un marcado foco en la eficiencia, con escala regional y operación centralizada, resguardando altos niveles de seguridad para las personas. Es así como durante la pandemia, Mallplaza ha mantenido altos estándares de seguridad e higiene, con una operación segura para colaboradores, visitantes y socios comerciales.



### SOSTENIBILIDAD

Lugares de encuentro que forman parte de la estructura de las comunidades, generando valor compartido en ellas y apoyando el desarrollo de los emprendedores y socios comerciales. Mallplaza ha enfocado su estrategia en potenciar la relación con colaboradores, socios comerciales y la comunidad.



## Carta presidente del Directorio de Mallplaza

Hace 30 años, cuando nos imaginamos cómo sería Mallplaza Vespucio en la comuna de La Florida, tuvimos el sueño de aportar a la creciente vida en la ciudad con espacios de calidad que acercaran y conectaran a las personas, generando nuevas oportunidades y experiencias memorables. Desde entonces, hemos desarrollado 25 centros comerciales, en 16 ciudades de América Latina y, en todos ellos, hemos procurado responder a ese mismo anhelo.

Este 2020 fue un año desafiante e inesperado para todos. Sin embargo, nos hizo conectarnos con lo más sincero de cada uno de nosotros: los vínculos y las relaciones humanas. Y es, precisamente, esa convicción la que hizo que en Mallplaza tomáramos los desafíos de este año como una gran oportunidad.

Una oportunidad, ante todo, para profundizar los vínculos con nuestros socios comerciales, colaboradores, proveedores, visitantes y, por supuesto, con todas las comunidades cercanas a nuestros centros urbanos. Hemos procurado poner en valor las relaciones construidas en estos 30 años de historia, abriendo nuevos canales de diálogo y comunicación permanente, conocer sus necesidades y actuar oportunamente.

Es así que apenas iniciada la pandemia del COVID-19 comprendimos el rol fundamental que nuestra compañía debía cumplir. Nuestros centros urbanos tuvieron un rol trascendental al permitir a los vecinos abastecerse de aquellos bienes y servicios esenciales, especialmente, en los momentos más duros de la contingencia sanitaria. Gracias a una operación segura y la implementación de los más altos estándares de prevención, todos nuestros centros comerciales de Chile, Perú y Colombia mantuvieron su operación de manera ininterrumpida poniéndose al servicio de las comunidades. Esto también nos permitió tener un desempeño positivo durante el segundo semestre de 2020, con una sostenida recuperación en el cuarto trimestre que se vio reflejada en un regreso significativo de visitantes a nuestros centros urbanos, en línea con la evolución de la contingencia sanitaria.

El despliegue de las distintas iniciativas omnicanales que fuimos capaces de implementar en corto plazo, nos permitió mantener la conexión con las personas y sus crecientes requerimientos, siendo un pilar fundamental de la sostenida recuperación del negocio. Como compañía logramos integrarnos a la cadena de valor omnicanal de

nuestros socios comerciales y sellers, entregándoles nuevas capacidades y ofreciéndoles distintas plataformas para continuar y potenciar sus ventas. Junto con ello, la relación con nuestros socios comerciales, durante este período, se vio fortalecida a través de una compañía permanente y la búsqueda conjunta de soluciones que fueron claves para enfrentar los desafíos que plantearon la pandemia y los crecientes cambios en los hábitos de los consumidores.

La construcción conjunta de valor también ha sido un propósito durante este período. Entendemos que como empresa tenemos un rol social y, como tal, buscamos aportar a la calidad de vida de nuestros vecinos y también al desarrollo de la economía local. Para ello, reafirmamos nuestro compromiso con el emprendimiento, el cual vemos como una palanca poderosa de reactivación de la economía local, capaz de generar redes en los barrios y desarrollar nuevas capacidades en las personas. Realizamos más de 70 capacitaciones y creamos una red de 5.300 emprendedores quienes fueron incorporados a la propuesta de valor permanente de la compañía. Con esto, no sólo consolidamos un trabajo que

veníamos realizando desde hace varios años, sino que también inauguramos una nueva categoría en la industria.

En este contexto desafiante, las aperturas de los nuevos centros comerciales Mallplaza NQS en Bogotá y Mallplaza Comas en Perú, nos reafirmaron el rol fundamental que Mallplaza tiene para las comunidades a las que llegamos y el aporte concreto que hacemos para mejorar su calidad de vida, gracias a una propuesta integral de bienes, servicios y múltiples experiencias.

Hoy más que nunca, nos hace sentido que la sostenibilidad sea un pilar estratégico de nuestro quehacer. Así, sobre la base de los tres Objetivos de Desarrollo Sustentable de la Agenda 2030 de la ONU que hemos priorizado, seguimos aportando en la reducción de la desigualdad, en la construcción de ciudades y comunidades sostenibles y en la acción por el clima. Un camino que hemos recorrido paso a paso y que, en perspectiva, nos hace ser cada día más una organización inclusiva, ciudadana y sustentable.

Del mismo modo, profundizamos el respeto por las personas y promovemos el diálogo y el bienestar colectivo en cada una de nuestras

acciones. Durante 2020 realizamos del orden de 90 diálogos virtuales con los vecinos de nuestros centros comerciales en los tres países donde estamos presentes y no dudamos en hacer un aporte directo -a través de la entrega de más de 12 mil cajas de alimentos a familias de distintas localidades de influencia- en una acción coordinada directamente con los municipios locales.

Durante estos 30 años, en Mallplaza hemos sabido integrarnos a las comunidades en donde estamos presente, respetando la identidad local y abriendo canales de escucha e instancias formales de consulta. Un ejemplo de ello, es el relacionamiento temprano que realizamos en Perú durante los dos años de construcción de Mallplaza Comas. Esta relación permanente nos ha permitido ser acogidos de manera positiva por todas las comunidades de la zona norte de Lima.

En sustentabilidad, continuamos promoviendo la arquitectura de nuestros centros comerciales bajo los criterios LEED (Liderazgo en Energía y Diseño Ambiental), obteniendo en 2020 la certificación LEED Silver para la construcción de Mallplaza Buenavista en Barranquilla, así como la certificación LEED a operadores de Colombia.

También hemos generado nuevas soluciones, de la mano de la innovación y tecnología, para contar con una operación eficiente y carbono neutral además de consciente en el uso de recursos hídricos, energéticos y en la recirculación de los residuos.

Sabemos que ser agente de cambio significa ir más allá e impulsar pequeños cambios en los hábitos de nuestros colaboradores, visitantes, proveedores y socios comerciales. Con todos ellos, hemos continuado con acciones para promover la conciencia ambiental a partir de situaciones cotidianas principalmente en la reducción del uso del plástico, el cuidado de los océanos y el reciclaje. Ejemplo de ello, fue la campaña de concientización para la eliminación de bombillas (pitollos) realizada en Barranquilla, Colombia, a principios de 2020 y la reinauguración en septiembre del Punto Limpio de Mallplaza Los Dominicos en Chile, adoptando los nuevos protocolos para hacer del reciclaje una experiencia segura.

El trabajo permanente por avanzar, nos ha permitido mejorar en los indicadores de sostenibilidad del Dow Jones Sustainability Index, especialmente en las dimensiones ambientales,

económicas, de gobierno corporativo y de códigos de conducta. Hoy estamos dentro del 7% superior de la industria a nivel global y eso nos alienta a seguir dando lo mejor de nosotros. Ejemplo de ello, es que esta edición de memoria anual, la hacemos por primera vez bajo una mirada integrada, lo que nos permite consolidar y reportar en un único documento los aspectos más importantes de la gestión financiera, ambiental y social de nuestra compañía, cumpliendo así los estándares más exigentes a nivel global, bajo los criterios del Global Reporting Initiative (GRI).

En momentos desafiantes como los que hemos vivido, en Mallplaza vimos renacer el mismo espíritu que nos movió a construir en 1990, Mallplaza Vespucio. Gracias al compromiso del equipo de colaboradores, a su entrega y capacidad de adaptación y al entendimiento que tenemos de las personas y de sus necesidades, es que hoy estamos más fortalecidos que nunca.

Los próximos desafíos los vemos de buena manera, pues tenemos la convicción de que la forma en que hemos avanzado ha sido la correcta, manteniendo una mirada estratégica de largo plazo. Hace 30 años nos propusimos construir

lugares que aportaran a la calidad de vida de las personas y hoy podemos decir que lo hemos conseguido, gracias a una forma única de hacer las cosas que nos caracteriza y que también nos diferencia.

Nuestros centros urbanos en Chile, Perú y Colombia se han vuelto lugares queridos por las comunidades, capaces de congregarse a millones de personas en contextos desafiantes y de cara al futuro, estamos seguros que seremos capaces de seguir entregando múltiples razones para seguir visitándonos y así seguir siendo el lugar preferido para encontrarse y sociabilizar con otros.

**Sergio Cardone**

PRESIDENTE DEL DIRECTORIO DE MALLPLAZA

## Carta Gerente General Mallplaza



El 2020 fue un año único y muy distinto a todo lo que habíamos vivido las personas, las instituciones y las empresas, como Mallplaza. Un período, ciertamente, desafiante y complejo. Pero también, un tiempo de nuevas oportunidades y posibilidades, algunas de las cuales, seguramente, en otro contexto, no hubiéramos asumido con la velocidad y energía requerida. Sin embargo, hoy están siendo parte de nuestro sello de gestión y un diferencial que está aportando valor real a nuestros socios comerciales y visitantes en cada uno de nuestros centros urbanos.

Durante los días más complejos del 2020, nuestros 25 centros urbanos estuvieron habilitados con comercio y servicios esenciales, cumpliendo un rol fundamental para el abastecimiento de las comunidades y bajo una operación segura certificada a nivel internacional. Esa preocupación también hace que Mallplaza hoy forme parte de la red de centros de vacunación habilitados por las autoridades sanitarias chilenas, dado su alto nivel de seguridad, la ubicación estratégica y de fácil acceso de sus centros urbanos para miles de personas. Hemos buscado y trabajado para ser parte de la solución.

En 2020 aprendimos a ser flexibles y a adaptarnos rápidamente a las distintas condiciones, logrando una reapertura rápida de todas las categorías, en la medida que las condiciones sanitarias y las autoridades lo permitieron. Nos movilizamos en torno a seis grandes claves:

### **Permanente foco en el largo plazo del negocio.**

Hemos trabajado muy de la mano con nuestros socios comerciales. Es así como, por ejemplo, durante los meses que las tiendas estuvieron cerradas, la compañía no cobró arriendos, permitiendo mantener relaciones sostenibles de costos de ocupación sobre sus ventas. Asimismo, impulsamos mejores prácticas para disminuir gastos, reduciendo los costos operacionales en torno al 20%, en un proceso auditado por firmas independientes y cuyos ahorros se traspasaron en su totalidad a los socios comerciales.

### **Buen nivel de ocupación.**

La decisión de apoyar a nuestros socios comerciales, junto a la capacidad de hacer eficientes los gastos de administración y, de manera paralela, desarrollar rápidamente una completa infraestructura omnicanal que permitiera crear

nuevos negocios y mantener la relación con los visitantes, nos ha permitido mantener una alta ocupación de 94%, considerando los mismos malls en operación respecto del año anterior y un resultado operacional positivo durante todos los trimestres de 2020..

### **Crecimiento regional.**

En línea con su plan estratégico, la compañía sumó **Mallplaza NQS** ubicado en el corazón de Bogotá, agregando 68.000 m<sup>2</sup> de superficie arrendable a la operación de Mallplaza en Colombia, que incluye la apertura de la primera tienda IKEA del país en 2023. Por otra parte, en Perú se inició la operación de la primera etapa de **Mallplaza Comas** en la ciudad de Lima, que sumará un total de 72.000 m<sup>2</sup> al GLA de la compañía y cuya propuesta de valor considera las tiendas departamentales Falabella, Ripley, hipermercado Tottus, Homecenter Sodimac, complejo de cine Cinemark, junto a más de 180 tiendas especialistas.

En Chile, se consolidan ampliaciones en Mallplaza Norte, cuya propuesta comercial considera una tienda H&M, el gimnasio más moderno de la zona de influencia y una tienda de juegos

Chuck n´ Cheese. En Mallplaza Oeste se incorpora el cine más moderno de Latinoamérica y un nuevo barrio gastronómico llamado Zona Urbana, el que complementa el distrito de Las Terrazas conformado por restaurantes, parque y laguna y, se inicia la construcción de la tienda IKEA más grande del país.

### **Soluciones omnicanales para potenciar la venta y experiencia de visita.**

Consolidamos nuestro ecosistema omnicanal, siendo parte de la cadena de valor digital entre nuestros socios comerciales y sus clientes, para potenciar sus negocios y ventas (Delivery Seguro, Pit Stop, Alianza con Linio, Click & Collect).

Nuestros socios gastronómicos han podido operar con servicios de delivery, fortalecido por campañas y alianzas con plataformas de última milla y optimización logística en la operación. A fines del año, teníamos más de 530 cocinas operando en los tres países y el número de pedidos despachados superó los 1,4 millones en el segundo semestre de 2020.

Hemos puesto la innovación al servicio de la experiencia, siendo un actor clave del comercio físico y digital a nivel regional.

### **Incorporación de emprendedores y etailers.**

Reforzando la propuesta de valor integral incorporamos a emprendedores y etailers como una nueva categoría permanente del mix comercial, reciclando y renovando espacios al interior de los centros comerciales.

### **Recuperación de flujos de visita.**

Observamos un regreso acelerado de los visitantes a nuestros centros comerciales alcanzando flujos en torno al 75% durante el último trimestre, respecto de 2019, y aumentando un 145% en relación al trimestre anterior. En tanto, la tasa de conversión se incrementó un 146%.

### **Nuevos operadores**

Por otra parte, durante 2020 fue muy relevante la llegada de nuevos operadores tales como las marcas del grupo Inditex: Zara Home, Pull & Bear, Massimo Dutti, además de ampliar las propuestas de Stradivarius y Bershka. Del mismo modo, destacamos la propuesta de Casaideas en un segmento de alto interés, como es el de decoración y hogar. A ello se suman, entre otros, el restobar T´Quila, la cadena peruana Juicy Lucy, Everlast,

Adidas y Naf Naf. Potenciamos la propuesta de nuevos distritos gastronómicos como el Mercado La Colonial, en Mallplaza Bellavista, Perú, el cual ya se posiciona entre las preferencias de nuestros visitantes.

Todo lo realizado, en un contexto de menores restricciones sanitarias, nos deja en un muy buen pie para seguir avanzando en 2021, más aún al observar los resultados financieros reportados al cierre de año. Particularmente relevante fue constatar un crecimiento de 158% en ventas y un aumento del EBITDA de casi tres veces, ambas cifras respecto del tercer trimestre. Por otra parte, la normalización de operaciones permitió avanzar desde un 45% promedio de superficie arrendable abierta en tercer trimestre a un 75% para el último trimestre del año. Resultados que se ven fortalecidos con la eficiencia en la operación y que nos permitieron disminuir costos a nuestros socios comerciales.

Lo logrado y la respuesta de la compañía a los nuevos y crecientes desafíos responden, por cierto, a la profundización de nuestro proceso de transformación cultural, el que nos ha permitido ser más ágiles y flexibles como organización interregional.

Somos optimistas del futuro. Pudimos comprobar que cuando se generan espacios de mayor apertura y las condiciones sanitarias lo permiten, las personas naturalmente buscan reencontrarse y ahí nuestros centros comerciales vuelven a ser la plaza de muchos, con múltiples propósitos de visita, donde lo físico y lo digital se integran de manera fluida para una mejor experiencia de visita, adaptada a los nuevos hábitos y necesidades. Para ello nos estamos adaptando con mayor integración de lo omnicanal y también con nuevas categorías de comercio, así como con dinámicas de visita customizadas y nuevos horarios.

La tendencia a la recuperación con positivos resultados en ventas y flujo de visitas reportados el último trimestre de 2020 junto con el estar, permanentemente, estudiando y evaluando alternativas de crecimiento, nos confirman que el centro comercial mantendrá un lugar importante en la vida diaria de las personas. Hacia allá seguiremos avanzando y haciendo de Mallplaza un lugar único en la región.

**Fernando de Peña**  
GERENTE GENERAL MALLPLAZA

## Claves 2020



### Foco de largo plazo en el negocio

Consistencia con plan estratégico de crecimiento, trabajo conjunto con socios comerciales con condiciones que permitieron su sostenibilidad y relaciones de largo plazo, consolidación del ecosistema omnicanal, nuevas marcas y negocios incorporados a la propuesta de valor.



### Crecimiento regional en ubicaciones estratégicas

Inicio de operación de Mallplaza Comas en Perú y compra de Mallplaza NQS en Bogotá. Ambos, con positivos desempeños y ventas de sus socios comerciales. Continuidad a ampliaciones de proyectos en Chile.



### Eficiencia

Mejoramiento de procesos, reducción de costos de operación y mejores prácticas, en un proceso auditado por firmas independientes e informado a los socios comerciales.

## Claves 2020



### **Agilidad en la operación**

Aperturas y cierres en breves periodos de tiempo, generación de condiciones de seguridad para socios comerciales y visitantes, continuidad de la operación y abastecimiento ininterrumpido de bienes y servicios esenciales.



### **Operación segura: más y mejor tecnología**

Prevención y tecnología de alto estándar, coordinación con las autoridades y búsqueda permanente de mejores experiencias internacionales.

## Hitos del negocio 2020



### Integración a la cadena de valor omnicanal

Alianzas estratégicas con apps de última milla para potenciar *delivery* y compra segura, generando nuevas oportunidades para socios comerciales y visitantes.



¡Directo a tu puerta!  
Ahora encuentra  
tiendas Mallplaza  
> en Linio.com



### Alianza con Linio

Plataforma potente para que los socios comerciales presentes en Mallplaza puedan vender sus productos. Hoy hay más de 100 marcas que se han incorporado a este *marketplace* en Chile, Perú y Colombia.



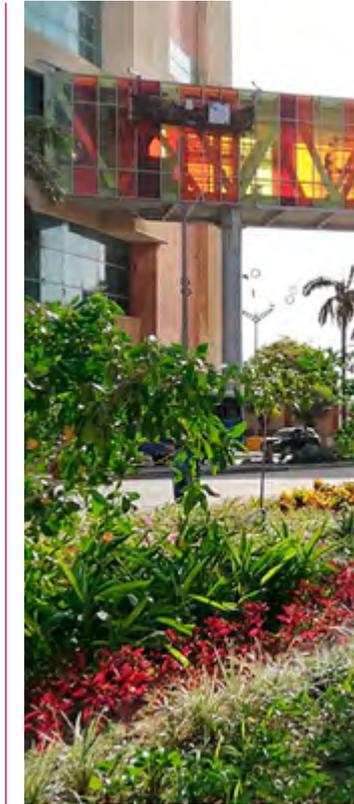
### Nuevo Mallplaza Comas en Perú

En medio de la pandemia COVID-19, Mallplaza concreta la apertura de un nuevo centro comercial, sumando 89 mil m<sup>2</sup> de una propuesta integrada de *retail*, entretenimiento y gastronomía.



### Mallplaza NQS

Ubicado en el corazón de Bogotá, este nuevo centro comercial marca la llegada de Mallplaza al principal mercado colombiano y consolida su presencia en dicho país.



### Distrito de Barranquilla

Con la llegada a Mallplaza Buenavista de las marcas internacionales del grupo Inditex se consolidó una potente oferta comercial siendo parte, junto con los centros comerciales Buenavista, del distrito comercial más grande de la costa con más de 500 tiendas, 75 opciones gastronómicas y 100.000 metros cuadrados de área comercializable.



### IKEA llega a la región de la mano de Mallplaza

Inicio de la construcción de tienda IKEA en Mallplaza Oeste, la que será la tienda más grande de esta marca en Chile, con más de 24.500 m<sup>2</sup>. En tanto, en Mallplaza NQS se construirá la primera tienda IKEA de Colombia.

## Hitos del negocio 2020



### Nueva zona gastronómica en Mallplaza Oeste

10 socios comerciales y el complejo de cine más moderno de Latinoamérica dan vida a Zona Urbana, un barrio gastronómico que complementa al distrito de Las Terrazas, aportando un nuevo lugar de encuentro a los visitantes del centro comercial.



### Primera Sweet Zone en Mallplaza Egaña

Con una ubicación privilegiada, en medio del centro comercial, este nuevo sector rememora la vida de barrio con los mejores exponentes del café.



### Mercado «La Colonial», Perú

13 propuestas con identidad local dan vida al primer mercado gastronómico de la Provincia del Callao, ubicado al interior de Mallplaza Bellavista.



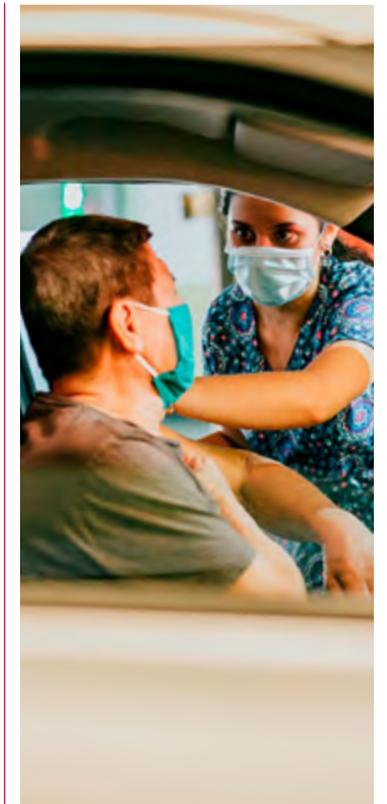
### Compromiso con la electromovilidad

Primer espacio de Electromovilidad en Mallplaza Tobalaba y, próximamente, primer Distrito en Mallplaza Norte con los mejores exponentes de la industria y zona de experiencia e información.



### Retorno seguro y colaborativo

Con el propósito de apoyar a los socios comerciales gastronómicos, Mallplaza trabajó junto a la Asociación Chilena de Gastronomía la habilitación de los protocolos de prevención e higiene necesarios para habilitar la atención presencial de este tipo de establecimientos.



### Mallplaza se suma al plan «Yo me Vacuno»

El alto estándar de la operación bajo estrictos protocolos de seguridad y medidas de prevención adoptadas, permitió que Mallplaza pudiera incorporarse como punto de vacunación en el plan nacional de inoculación por COVID-19 de Chile.

Plaza S.A. en  
**CIFRAS  
ANUALES**

al 31 de  
diciembre de 2020 <sup>(1)(2)</sup>

## Operamos <sup>(1)</sup>

**25** centros urbanos  
(2 nuevas aperturas en 2020)

**16** ciudades

**17**  
  
CHILE

**4**  
  
COLOMBIA

**4**  
  
PERÚ

## Ventas socios comerciales por m<sup>2</sup> <sup>(1) (2)</sup>

**+1.306.000**  
CLP/m<sup>2</sup>

## Locales

**+4.150**

## Superficie arrendable (GLA) <sup>(1)</sup>

**1.814.000 m<sup>2</sup>**

## Seguidores en redes sociales

**+2.960.000**

## Flujo de visitantes <sup>(1)</sup>

**+149**  
millones / año

## Ventas socios comerciales <sup>(1) (3)</sup>

**+2.368**  
miles de millones CLP

## Ocupación

**94%**

(1) Total año 2020 de Flujo visitantes, ventas socios comerciales, superficie arrendable y centros urbanos operados por Plaza S.A. en Chile, Perú y Colombia.

(2) Total año 2020. Cifras presentadas en pesos chilenos (CLP).

(3) Ventas de socios comerciales o arrendatarios presentada en pesos chilenos (CLP) al tipo de cambio de cierre de diciembre 2020. Plaza S.A. posee el 33,3% del Mallplaza Perú S.A. siendo una subsidiaria no consolidada en sus Estados Financieros.

## Rating Plaza S.A (3)

Fitch Ratings (CL) Feller Rate (CL) Humphrey's (CL)

**AA+** **AA+** **AA+**

### Ingresos

/variación 12 meses

**187.329** ↓ -39%

Millones de CLP

### EBITDA (4)

**116.114** ↓ -51%

Millones de CLP

### Utilidad (5)

**12.248** ↓ -88%

Millones de CLP

### FFO (6)

**79.265** ↓ -52%

Millones de CLP

## Plaza S.A. en CIFRAS ANUALES

al 31 de  
diciembre de 2020 <sup>(1)(2)</sup>

(1) Plaza S.A. opera los centros urbanos Mallplaza de Chile, Perú y Colombia. En sus estados financieros, Plaza S.A. consolida operaciones de Chile, Colombia y Salón Motorplaza Perú, y respecto de Mallplaza Perú S.A. de la que posee el 33,3% de su propiedad, considera su resultado proporcional en participación en las ganancias de asociadas.

(2) Total año 2020.

(3) Corresponde a clasificaciones de riesgo local de emisión de bonos públicos de Plaza S.A.

(4) EBITDA corresponde a ganancia bruta menos gastos de administración, excluyendo depreciaciones y amortizaciones.

(5) Utilidad atribuible a los propietarios de la controladora.

## Cifras anuales por país (\*)

  
**CHILE**

DIC 2019

1.378

DIC 2020

1.381

### Flujos de visitantes

Millones en  
12 meses móviles a  
Diciembre 2020

227

112

↓ -51%

### Ventas arrendatarios

Miles de  
millones CLP en  
12 meses de m<sup>2</sup>

3.106

2.042

↓ -34%

  
**COLOMBIA**

DIC 2019

123

DIC 2020

164

↑ +34%

14

14

↓ -5%

  
**PERÚ (8)**

DIC 2019

202

DIC 2020

269

↑ +33%

44

23

↓ -48%

324

226

↓ -30%

### Hitos principales

Mayor GLA 12M móviles por apertura de la etapa 1 de Mallplaza Comas en Perú, además de la apertura de Mallplaza Buenavista y adquisición de Mallplaza NQS en Colombia.

Menor flujo 12M móviles en Chile y Perú por impacto de la pandemia COVID-19 en la región. En Colombia se mantiene estable por las aperturas de Mallplaza Buenavista (Barranquilla) y adquisición de Mallplaza NQS (Bogotá).

Menores ventas a 12M móviles en Chile y Perú, por impacto de la pandemia COVID-19 en la región, y en Colombia ventas apoyadas por operación por 12 meses de Buenavista en comparación al año anterior e incorporación de Mallplaza NQS.

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

(7) Superficie arrendable al cierre de los meses de diciembre 2019 y 2020.

(8) Corresponde a la operación de Mallplaza Perú S.A., empresa asociada operada por Plaza S.A.

(\*) Los gráficos son una referencia esquemática, no una escala real

# MALLPLAZA HOY

## CAPÍTULO 01

Mallplaza Norte, Huechuraba, Chile.



El nuevo Mallplaza Vespucio representa la resignificación del centro comercial como un revitalizador urbano en medio de la ciudad, potenciando su ubicación privilegiada en un punto neurálgico de la comuna de La Florida en Santiago de Chile

### Tres décadas de crecimiento

Son 30 años de historia los que avalan el exitoso crecimiento de Mallplaza como una compañía cuya propuesta de valor ha mantenido en el centro a las personas.

Desde sus inicios, la inspiración de Mallplaza ha estado puesta en enriquecer y mejorar la calidad de vida de las personas a través de la creación de lugares de encuentro que faciliten y promuevan las relaciones humanas y la sociabilización, entregando una propuesta de valor integral y acercando bienes y servicios que las comunidades no tenían.

En estas tres décadas de historia, la compañía ha buscado adelantarse y acompañar los cambios de la sociedad. Es así que, desde hace más de 10 años, la sostenibilidad fue incorporada como eje de la estrategia de negocios. Desde entonces, se ha avanzado en mejores prácticas con el cuidado del medio ambiente, con la construcción sustentable, con la incorporación de nuevos formatos y categorías para aumentar los propósitos de visita y con una preocupación permanente por fortalecer los vínculos con sus *stakeholders*, de manera de construir relaciones de largo plazo y de mutuo valor.

En el presente, los centros urbanos de Mallplaza en Chile, Perú y Colombia se han convertido en lugares de conexión en medio de las ciudades; lugares en los que las personas no solo acceden a las mejores marcas de *retail*, sino que también a múltiples servicios, a educación, a prestaciones de salud y a una robusta oferta de emprendimiento, gastronomía, cultura y entretenimiento, todo con una marcada identidad local.

Este año, el número 30, fue especialmente desafiante para Mallplaza debido a la pandemia mundial por COVID-19. Todos los centros urbanos Mallplaza en Chile, Perú y Colombia se adaptaron a una operación segura con la aplicación de los más altos estándares de prevención, tecnologías y protocolos sanitarios junto a una mayor coordinación con las autoridades y la adopción de las mejores experiencias internacionales.

Estas medidas buscaban seguir entregando a las comunidades y a los millones de personas que a diario los visitan, aquellos bienes y servicios necesarios para su abastecimiento. De esta manera se consolidó un regreso creciente al centro comercial, a medida que se avanza en el control sanitario de la pandemia.

Junto con ello, este nuevo aniversario encuentra a Mallplaza con importantes avances en la consolidación de su ecosistema omnicanal, agregando valor a sus socios comerciales y visitantes gracias al desarrollo de nuevas plataformas y soluciones que les permitieron potenciar sus ventas y negocios.



La laguna de Mallplaza Oeste se ha convertido en un lugar de esparcimiento y de encuentro. Durante 2020, esta zona se vio potenciada con la apertura de un nuevo complejo de cine Cinemark, el más moderno de Latinoamérica.

Del mismo modo, se dio continuidad al crecimiento regional con dos nuevos centros urbanos y se mantuvo una adecuada posición financiera con foco en el largo plazo, lo que le ha permitido enfrentar los desafíos del contexto de manera responsable, entregando apoyo y flexibilidad a sus socios comerciales, permitiéndoles mantener relaciones sostenibles de costos de ocupación sobre sus ventas e impulsando las mejores prácticas para disminuir gastos, en un proceso auditado por firmas independientes e informado permanentemente.



Mallplaza Los Dominicos, Las Condes, Chile

## La historia de Mallplaza

### 1990—1995



**Mallplaza comienza su historia el 24 de agosto de 1990 con la apertura del primer centro comercial de la compañía en Santiago, comuna de La Florida: Mallplaza Vespucio.**

De manera visionaria se introducen en el naciente mercado de los centros comerciales en Chile conceptos innovadores como un boulevard de servicios, un complejo de cines y la primera área de juegos infantiles al interior de un mall.

La propuesta de Mallplaza sigue expandiéndose en Santiago con la apertura de Mallplaza Oeste, en la comuna de Cerrillos.

**Mallplaza pone en marcha el primer centro comercial fuera de Santiago: Mallplaza Trébol**, que comienza a operar en la región del Biobío, en la intersección entre las comunas de Concepción y Talcahuano.

### 1996—2000



En respuesta a las necesidades de la comunidad y con el objetivo de incorporar nuevos propósitos de visita, **la compañía integra por primera vez a su oferta de servicios un Centro Médico en Mallplaza Vespucio.**

**Debuta Mallplaza La Serena**, ubicado en la región de Coquimbo, mientras en Santiago, en el mismo periodo, **abre al público Mallplaza Tobalaba** en la comuna de Puente Alto.

Siguiendo con las innovaciones, Mallplaza sorprende a la industria con la apertura de **Autoplaza en Mallplaza Oeste**, el primer complejo de venta automotriz ubicado dentro de un centro comercial.

### 2001—2005



El compromiso de Mallplaza con la cultura de calidad para las comunidades se materializa en la primera sala de exposiciones del Museo Bellas Artes y la sala de recitales a cargo de la Sociedad Chilena de Derecho de Autor en Mallplaza Vespucio.

El Instituto Profesional DuocUC y la primera Biblioteca Viva llegan a Mallplaza Vespucio.

**En Chile, abre a público Mallplaza Norte en la comuna de Huechuraba, Región Metropolitana, y Mallplaza Los Ángeles en la Región del Biobío.**

**Las Terrazas, un nuevo concepto que combina entretención y gastronomía, debuta en dos centros comerciales de Santiago: Mallplaza Vespucio y Mallplaza Norte.**

### 2006—2010



En el marco de una alianza público-privada se recupera el borde costero de la ciudad de Antofagasta, en Chile, a través de la apertura del Mallplaza Antofagasta.

**En la comuna de San Bernardo abre sus puertas Mallplaza Sur; mientras que Mallplaza Alameda llega a la comuna de Estación Central y se transforma en el primer centro comercial vertical de Chile.**

**La compañía adquiere el centro comercial Mall Calama, el cual se amplía y transforma en Mallplaza Calama, en la región de Antofagasta.**

Comienza la internacionalización de Mallplaza con una primera apuesta en el mercado peruano: Mallplaza Trujillo abre sus puertas en la ciudad de Trujillo, mientras que, en Lima, Mallplaza Bellavista se instala en Provincia del Callao.

## La historia de Mallplaza

### 2011–2015



**Abre al público Mallplaza Mirador Biobío en la comuna de Concepción, Región del Biobío, Chile.**

En tanto, Mallplaza Egaña, se convierte en el primer centro comercial sustentable de la compañía, con certificación LEED Gold y reconocido internacionalmente por su construcción y operación amigable con el medio ambiente y con las comunidades. Allí se incorpora un complejo de cines con la primera sala IMAX del país y también La Azotea, con 12 restaurantes.

En Santiago, Chile, Mallplaza Oeste inaugura una atractiva laguna que se convierte en un nuevo punto de encuentro y espacio urbano de alta

calidad puesto a disposición de las comunidades.

**Se suma a Mallplaza el centro comercial Mall Las Américas, ubicado en la Región de Tarapacá, el que se transforma en Mallplaza Iquique.**

**Llega a la Región de Atacama, Mallplaza Copiapó, el primer centro comercial tipo mall de la región y que significa la llegada de diversas marcas a esa ciudad.**

**En Colombia comienza a operar Mallplaza El Castillo, ubicado en la ciudad de Cartagena de Indias. También en ese país, se inicia la construcción de Mallplaza Manizales y Mallplaza Buenavista.**

### 2016



Mallplaza Egaña inaugura una nueva sala SCD y un centro médico.

En Mallplaza Copiapó también se abre un nuevo centro médico para la ciudad.

**En Perú, abre sus puertas el tercer centro comercial de la cadena en ese país y el primero en obtener la certificación LEED Silver en edificaciones sustentables: Mallplaza Arequipa.**

### 2017



**Abre al público Mallplaza Los Dominicos, un centro urbano vanguardista con una arquitectura única en la comuna de Las Condes, en Santiago de Chile.**

Se dio inicio a la construcción de Mallplaza Arica.

## La historia de Mallplaza

### 2018



**Mallplaza concretó una de las mayores aperturas bursátiles en la historia de la Bolsa de Santiago,** recaudando USD 528 millones mediante la colocación de 240 millones de acciones.

**En Chile, abre al público Mallplaza Arica,** el primer centro comercial Tax Free del país y un fuerte impulsor del turismo local.

**En Colombia, abre al público Mallplaza Manizales** y se inicia la construcción de Mallplaza Cali.

En Perú, se inicia la construcción de Mallplaza Comas.

### 2019



**En Barranquilla, Colombia, abre sus puertas Mallplaza Buenavista,** el tercer centro comercial de la cadena en ese país y que forma parte del distrito comercial más importante de la ciudad, vecino a Buenavista 1 y 2. Este centro comercial incorpora «El Mercado», un espacio inédito en la propuesta de valor de Mallplaza que agrupa a más de 40 propuestas gastronómicas locales.

En Chile, el foco de crecimiento continúa con proyectos de ampliación en centros comerciales en operación: Mallplaza Norte, Mallplaza Oeste y Mallplaza La Serena.

**Por primera vez, Mallplaza ingresó al Dow Jones Sustainability Index (DJSI) de la Bolsa de Nueva York,** la «familia» de indicadores de sostenibilidad que considera a aquellas empresas líderes por su desempeño económico, social y medioambiental.

### 2020



En un contexto de pandemia, Mallplaza consolida su ecosistema omnicanal impulsando iniciativas que apoyan e incrementan la oferta de valor de sus socios comerciales, tales como *Click & Collect*, *Pit Stop*, *Pide y Lleva* y la alianza con Linio.

**En Colombia, la adquisición del Centro Comercial Calima, ahora Mallplaza NQS, marca la entrada de la compañía a Bogotá, el mercado más grande de ese país.**

**En Perú se inaugura Mallplaza Comas, en la zona norte de Lima,** consolidando la presencia de Mallplaza como un operador relevante en el mercado de ese país.

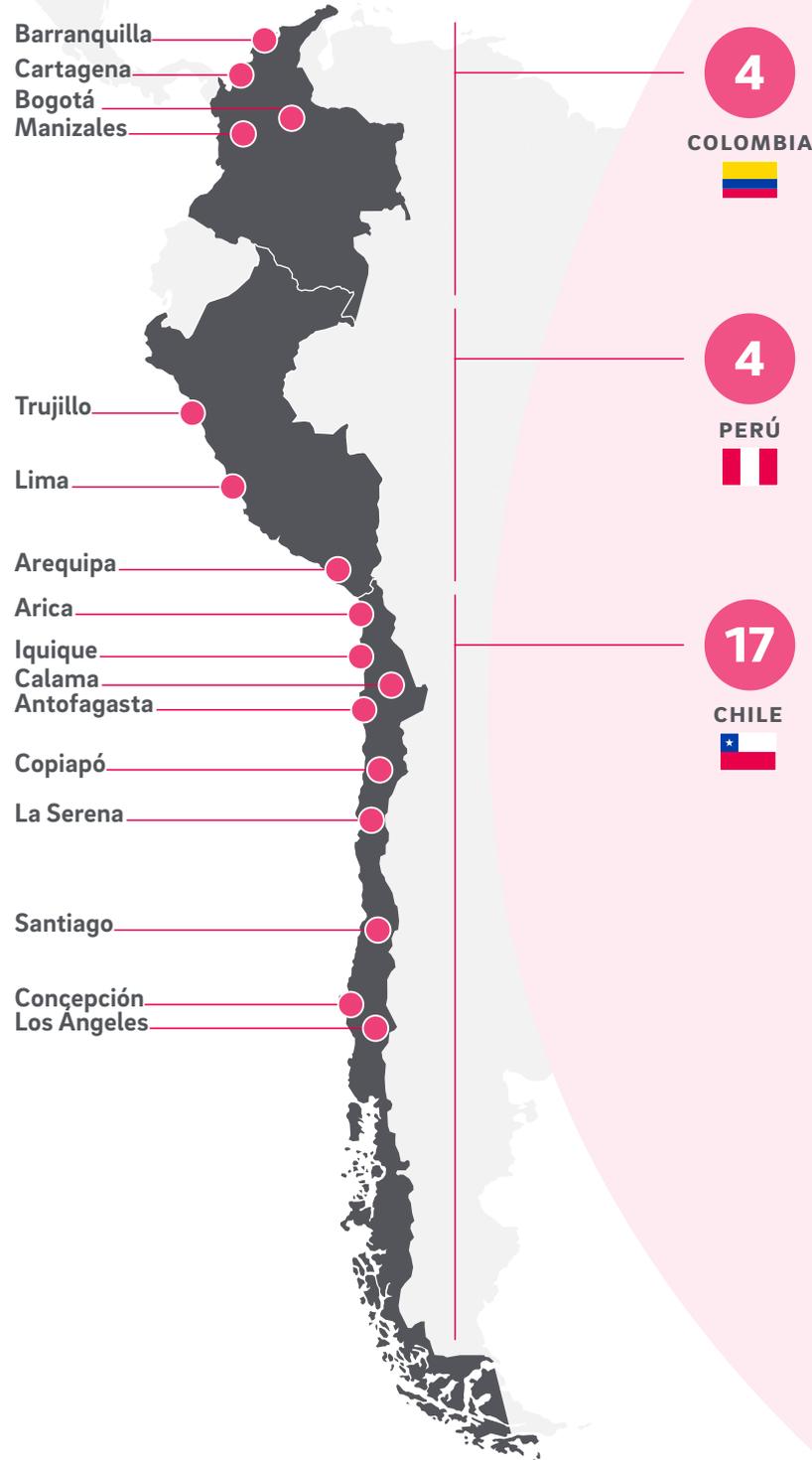
**En Chile se concretan proyectos de ampliación en Mallplaza Norte, Mallplaza Oeste y Mallplaza La Serena,** añadiendo en este último un supermercado Tottus y un nuevo boulevard de servicios.

Por segundo año consecutivo Mallplaza destaca por su posición en el Dow Jones Sustainability Index (DJSI) de la Bolsa de Nueva York, mejorando su desempeño y sosteniendo así su compromiso con la sostenibilidad.

A pesar del escenario cambiante en el mercado de los centros comerciales debido a la pandemia, Plaza S.A. mantiene una clasificación de riesgo AA+ con perspectiva estable por sus tres clasificadoras de riesgo.

## Presencia de Mallplaza en América Latina

Superficie arrendable y centros urbanos operados en Chile, Perú y Colombia al cierre de diciembre 2020.



Mallplaza Cartagena	2012 · 27.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Manizales	2018 · 38.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Buenavista	2019 · 57.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza NQS Bogotá <sup>(1)</sup>	2020 · 68.000 m <sup>2</sup>	📍

Mallplaza Trujillo	2007 · 78.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Bellavista	2008 · 90.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Arequipa	2016 · 44.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Comas <sup>(2)</sup>	2020 · 75.000 m <sup>2</sup>	📍

Mallplaza Arica	2018 · 34.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Iquique	2013 · 24.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Antofagasta	2006 · 79.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza La Serena	1998 · 56.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Los Dominicos	2017 · 94.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Calama	2009 · 78.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Copiapó	2014 · 46.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Alameda	2008 · 62.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Vespucio	1990 · 169.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Sur	2008 · 77.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Mirador Biobío	2012 · 45.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Norte	2003 · 130.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Oeste	1994 · 156.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Egaña	2013 · 96.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Tobalaba	1998 · 78.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Trébol	1995 · 117.000 m <sup>2</sup>	📍
Mallplaza Los Ángeles	2003 · 39.000 m <sup>2</sup>	📍

(1) GLA total de m2 adquirida por Mallplaza. A diciembre de 2020 se operó un total de 42.000 m<sup>2</sup>  
(2) Mallplaza Comas abrió sus puertas durante la pandemia COVID-19, alcanzando un total de 57.000 m<sup>2</sup> operados a diciembre de 2020.



## Modelo de Gobierno Corporativo

### **ACCIONISTAS**

Son los propietarios de la compañía, quienes eligen al Directorio, aprueban las memorias, las políticas de dividendos y los auditores de la sociedad.

### **DIRECTORIO**

Es el administrador por Ley de la sociedad: define los objetivos, estrategia y políticas de la compañía, designa al Gerente General y delega en él la ejecución de la estrategia. Controla la gestión del Gerente General a través de las sesiones de Directorio y del Comité de Directores.

### **GERENTE GENERAL**

Vela por el funcionamiento y organicidad del Gobierno Corporativo. Propone objetivos, estrategia y políticas al Directorio. Delega en los Gerentes Corporativos la ejecución de la estrategia.

### **GERENTES CORPORATIVOS**

Son quienes administran las áreas que componen la Cadena de Valor de Mallplaza. Participan en la definición de la estrategia que presenta el Gerente General al Directorio, a través de los distintos comités.

### **COMITÉS**

Son las instancias en que participan los Gerentes Corporativos para proponer las estrategias y convenir las gestiones para la ejecución de las mismas. Comité de Diversidad e Inclusión, Comité de Desarrollo y Talento, Comité de Contraloría, Comité de Riesgos, Comité de Integridad y Comité de Sostenibilidad.

## Directorio



### Sergio Cardone Solari

PRESIDENTE  
5.082.229-K

Ingeniero Comercial

Junta Ordinaria de PLAZA S.A. 17.04.19



### Pablo Eyzaguirre Court

DIRECTOR  
8.878.318-2

Ingeniero Civil

Junta Ordinaria de Plaza S.A. 17.04.19



### Paul Fürst Gwinner

DIRECTOR  
6.979.383-5

Ingeniero Comercial

Junta Ordinaria de Plaza S.A. 17.04.19



### Juan Pablo Montero Schepeler

DIRECTOR  
9.357.959-3

Ingeniero Civil

Junta Ordinaria de Plaza S.A. 17.04.19



### Tomás Eduardo Müller Benoit

DIRECTOR  
10.994.040-2

Ingeniero Comercial

Junta Ordinaria de Plaza S.A. 17.04.19



### José Pablo Arellano Marín

DIRECTOR  
6.066.460-9

Economista

Junta Ordinaria de Plaza S.A. 17.04.19



### Alejandro Puentes Bruno

DIRECTOR  
8.860.493-8

Ingeniero Comercial

Junta Ordinaria de Plaza S.A. 17.04.19



### Claudia Manuela Sánchez Muñoz

DIRECTORA  
9.306.718-5

Ingeniero Comercial

Junta Ordinaria de Plaza S.A. 17.04.19



### Carlo Solari Donaggio

DIRECTOR  
9.585.749-3

Ingeniero Civil

Junta Ordinaria de Plaza S.A. 17.04.19

(\* En Plaza S.A. no se contempla la existencia de directores suplentes.

### Diversidad en el Directorio

1  
mujer

8  
hombres

Todos los directores son de nacionalidad chilena

### Composición etaria

rango de edad	número de directores
inferior de 30 años	0
de 30 a 40 años	0
de 41 a 50 años	5
de 51 a 60 años	2
61 a 70 años	1
más de 70 años	1

### Años de antigüedad

antigüedad	número de directores
menos de 3 años	3
de 3 a 6 años	1
más de 6, menos de 9 años	0
más de 9, menos de 12 años	5
más de 12 años	0

### Remuneración del directorio

NOMBRE DIRECTOR	DIETAS FIJAS (\$) 2020	OTROS ESTIPENDIOS (\$) 2020	DIETAS FIJAS (\$) 2019	OTROS ESTIPENDIOS (\$) 2019
Sergio Cardone Solari	68.854.852	-	76.994.737	-
José Pablo Arellano Marín	34.427.428	-	38.497.369	-
Paul Javier Fürst Gwinner	34.427.428	-	38.497.369	-
Alejandro Eduardo Puentes Bruno	34.427.428	-	38.497.369	-
Pablo Eyzaguirre Court	34.427.428	-	38.497.369	-
Tomas Eduardo Müller Benoit	34.427.428	-	38.497.369	-
Carlo Solari Donaggio	34.427.428	-	38.497.369	-
Juan Pablo Montero Schepeler	34.427.428	-	38.497.369	-
Claudia Manuela Sanchez Muñoz	34.427.428	-	30.230.481	-
Thomas Fürst Freiwirth	-	-	11.033.105	-
	344.274.276	-	387.739.906	-

### Montos desembolsados por asesorías realizadas al directorio

HONORARIOS (\$) 2020	OTROS GASTOS (\$) 2020	HONORARIOS (\$) 2019	OTROS GASTOS (\$) 2019
40.965.799	235.549	-	-

### Servicios contratados a la firma auditora de los estados financieros

	(\$) 2020	(\$) 2019
Servicios de auditoría	240.325.656	298.267.974
Otros asesorías	48.199.090	335.355.116

### Dietas comité de directores

NOMBRE DIRECTOR	DIETAS FIJAS (\$) 2020	DIETAS FIJAS (\$) 2019
Claudia Manuela Sanchez Muñoz	22.951.617	20.153.652
Tomas Eduardo Müller Benoit	11.475.810	11.316.830
Juan Pablo Montero Schepeler	11.475.810	11.316.830
Total	45.903.237	43.614.003

### Asistencia de los directores a los Directorios de Plaza S.A. 2020

Durante 2020, la asistencia a las sesiones de Directorio fue de un 100%. El número de sesiones del Comité de Directores se duplicó en relación al año anterior.

### Capacitaciones y Evaluación del Desempeño al Directorio

Se realizaron encuestas sobre el desempeño del Directorio por un tercero independiente de manera anual. El año 2020 fue realizada por la consultora McKinsey.

## Informe de Gestión Anual del Comité De Directores

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

### 1. COMITÉ DE DIRECTORES

El Comité de Directores de Plaza S.A. fue constituido, de acuerdo a lo establecido en el artículo 50 bis de la Ley 18.046 y la circular Nro. 1.956 de la Comisión para el Mercado Financiero, en la sesión de Directorio del 24 de abril de 2019.

El Comité de Directores se encuentra presidido por doña Claudia Manuela Sánchez Muñoz, directora independiente, e integrado por los directores señores Tomás Müller Benoit y Juan Pablo Montero Schepeler.

### 2. GASTOS DEL COMITÉ DE DIRECTORES

La Junta de Accionistas de la Sociedad, reunida con fecha 24 de abril de 2020, estableció como remuneración de los miembros del Comité para el ejercicio 2020, una dieta mensual fija por el equivalente en pesos a UF 30 brutas y una dieta mensual suplementaria de UF 30 brutas para su Presidente.

Durante el año 2020 el Comité contrató asesorías a través de informes en derecho de distintos estudios jurídicos, destinadas principalmente

a analizar las operaciones entre partes relacionadas y la actualización del programa de cumplimiento de Libre Competencia. No se ha incurrido en otros gastos para el cumplimiento de sus funciones.

### 3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS POR EL COMITÉ DE DIRECTORES DURANTE EL AÑO 2020.

Durante el año 2020, el Comité de Directores se reunió en 20 oportunidades, en sesiones mensuales ordinarias y reuniones de trabajo extraordinarias, oportunidades en las cuales se abocó al conocimiento de las materias propias de su competencia. Producto de las restricciones de movilidad decretadas por la autoridad y las medidas de salubridad y prevención en el contexto de la pandemia por el COVID-19, la totalidad de las reuniones, desde el mes de marzo, se realizaron a distancia través de la plataforma ZOOM.

Las fechas de las reuniones fueron las siguientes:

22 de enero	17 de junio	23 de septiembre
24 de febrero	9 de julio	19 de octubre
18 de marzo	22 de julio	4 de noviembre
22 de abril	6 de agosto	19 de noviembre
6 de mayo	19 de agosto	3 de diciembre
20 de mayo	20 de agosto	9 de diciembre
2 de junio	9 de septiembre	

Es así como, entre otras materias que se indican en el artículo 50 bis de la Ley N°18.046 sobre Sociedades Anónimas y encargadas por el Directorio, examinó el balance y Estados Financieros trimestrales y anual de la Sociedad, incluyendo los informes presentados tanto por los ejecutivos de la Sociedad como también por los auditores externos, pronunciándose respecto de éstos; trabajó, en conjunto con el área de Contraloría, en la actualización de la matriz de riesgos de Mallplaza y en el plan y procesos de Auditoría Interna de la empresa y sus filiales, así como en su implementación y seguimiento de los avances del mismo; analizó el informe de evaluación de control interno a la Administración presentado por los auditores externos de la Sociedad; realizó el seguimiento de los modelos de Gestión de Riesgos y Prevención de Delitos, así como de los programas de cumplimiento de Integridad, Libre Competencia y Prevención de Lavado de Activos y Terrorismo; y, finalmente, analizó los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de los gerentes y ejecutivos principales de la Sociedad.

Se deja constancia que se revisó un conjunto de operaciones a las que se refiere el Título XVI de la Ley de Sociedades Anónimas, todas las cuales fueron posteriormente aprobadas por unanimidad por el Directorio de la Sociedad, principalmente relacionadas con desarrollos digitales y mejoras en protección de la información y seguridad. El resto de operaciones con partes relacionadas informadas en los Estados Financieros, son consideradas habituales u ordinarias en consideración al giro social, conforme a las políticas generales de habitualidad de la Sociedad determinadas por el Directorio y comunicadas a la Comisión para el Mercado Financiero, o bien de carácter inmaterial atendido su monto.

Santiago, marzo 2021.



Principales  
ejecutivos de  
Mallplaza



**Fernando de Peña Iver**  
GERENTE GENERAL  
7.556.207-1  
*Ingeniero Civil*  
Ingresó a la Compañía en el año 1990.  
Se desempeña en el cargo desde el año 2008.



**Pablo Cortés de Solminihac**  
GRTE. CORP. DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS  
8.552.459-3  
*Ingeniero Comercial*  
Ingresó a la Compañía en el año 2008.  
Se desempeña en el cargo desde el año 2008.



**María Irene Soto Layseca**  
GRTE. ASUNTOS CORPORATIVOS  
8.308.174-0  
*Periodista*  
Ingresó a la compañía en enero de 2018.  
Se desempeña en el cargo desde el año 2018.



**Marina Tannenbaum Embeita**  
GRTE. INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DIGITAL  
9.656.507-0  
*Ingeniero Civil Industrial*  
Ingresó a la compañía en marzo de 2018.  
Se desempeña en el cargo desde el año 2018.



**Óscar Munizaga Delfín**  
GRTE. CORP. DE DESARROLLO NEGOCIOS Y OPERACIONES  
7.036.855-2  
*Ingeniero Comercial*  
Ingresó a la compañía en el año 1992.  
Se desempeña en el cargo desde el año 2008.



**Eduardo Peñatillo Henríquez**  
CONTRALOR  
10.406.920-7  
*Ingeniero Comercial*  
Ingresó a la compañía en el año 2016.  
Se desempeña en el cargo desde el año 2016.



**Cristián Muñoz Gutiérrez**  
GRTE. CORP. COMERCIAL  
8.688.025-3  
*Ingeniero Comercial*  
Ingresó a la compañía en el año 2004.  
Se desempeña en el cargo desde el año 2009.



**Christopher Banfield Erazo**  
GERENTE DE PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA  
19.454.847-8  
*Ingeniero Comercial*  
Ingresó a la compañía en 2019.  
Se desempeña en el cargo desde el año 2019.



**Luis Hernán Silva Villalobos**  
FISCAL  
7.315.274-7  
*Abogado*  
Ingresó a la compañía en el año 1999.  
Se desempeña en el cargo desde el año 2011.



**Cristián Somarriva Labra**  
GRTE. CORP. DE EXPERIENCIA Y PROYECTOS  
7.719.111-9  
*Ingeniero Civil Industrial*  
Ingresó a la compañía en el año 1992.  
Se desempeña en el cargo desde el año 2020.



**Pablo Pulido Sierra**  
COUNTRY MANAGER COLOMBIA  
3.415.048  
*Administrador de Empresas*  
Ingresó a la compañía en noviembre de 2015.  
Se desempeña en el cargo desde noviembre de 2015.



**Mauricio Mendoza Jenkin**  
COUNTRY MANAGER PERÚ  
5.814.436-3  
*Ingeniero en Administración de Empresas*  
Ingresó a la compañía en 1998.  
Se desempeña en el cargo desde el año 2012.

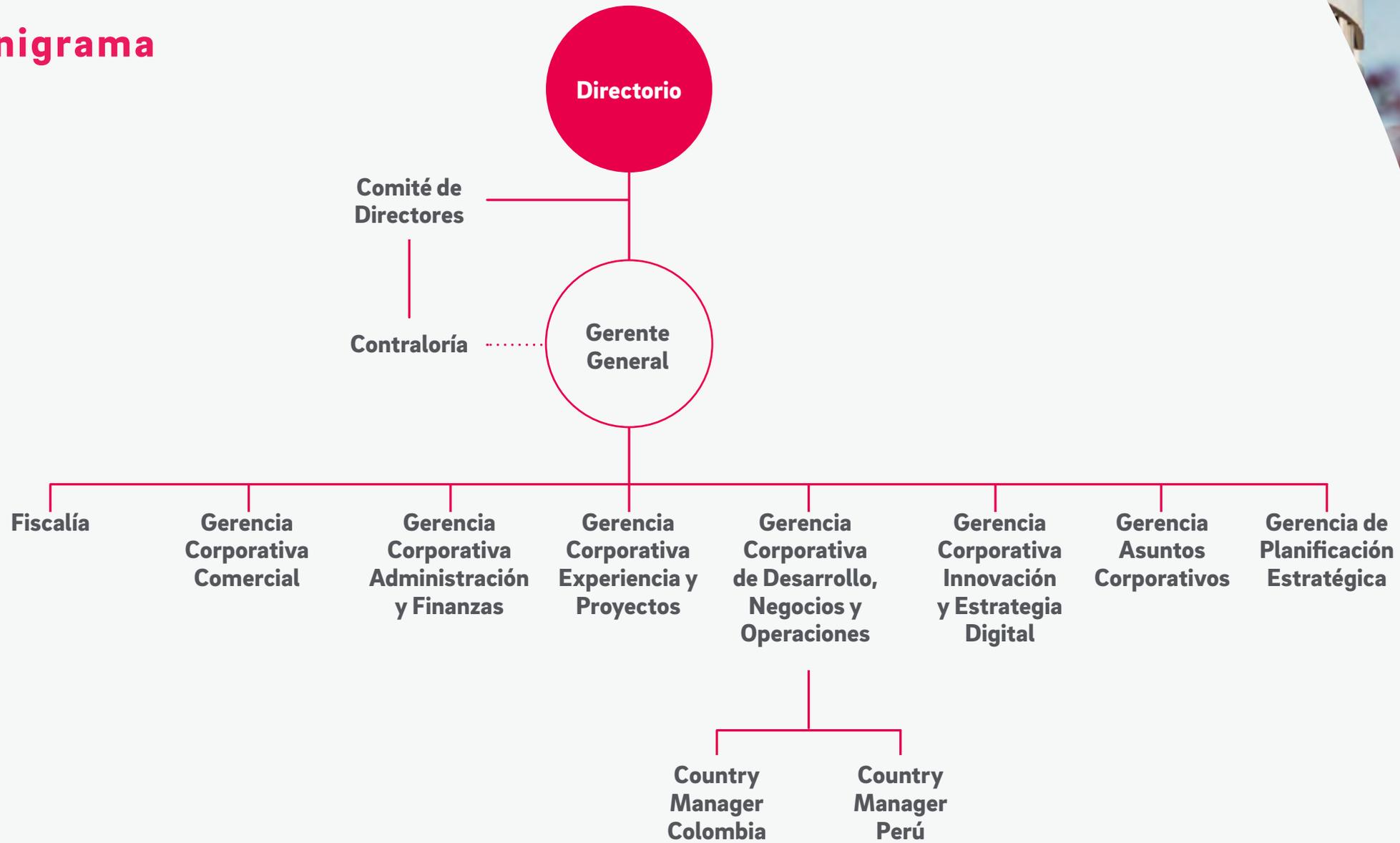
Rango de edad	número de ejecutivos
inferior de 30 años	0
de 30 a 40 años	2
de 41 a 50 años	5
de 51 a 60 años	4
61 a 70 años	1
más de 70 años	0

Antigüedad	número de ejecutivos
menos de 3 años	3
de 3 a 6 años	2
más de 6, menos de 9 años	0
más de 9, menos de 12 años	1
más de 12 años	6

Al 31 de diciembre de 2020,  
11 de los principales ejecutivos  
de Mallplaza son chilenos  
y 1 es colombiano.

El equipo de gerentes  
corporativos está compuesto por  
10 hombres y 2 mujeres.

# Organigrama



## Nuestro compromiso con la integridad

Mallplaza cuenta con una estructura organizacional destinada a velar y promover la integridad en la empresa y en su relación con los diversos grupos de interés. Es así como, junto a la Política de Integridad y su Código de Integridad aprobados por el Directorio, existe un Comité de Integridad, un Oficial de Cumplimiento, un programa de integridad, un canal de denuncias y consultas, colaboradores destinados a atender consultas (Consejeros de Integridad) y colaboradores capacitados para llevar a cabo las investigaciones de los casos denunciados de forma profesional y confidencial. Este programa de Integridad se enmarca en las políticas impulsadas en esta materia por Empresas Falabella.

Durante 2020, el Comité de Integridad sesionó de manera bimestral y a partir de este año se incorporaron representantes de Perú y Colombia, de manera de reforzar la participación de los tres países en las decisiones del Comité.

Como parte de su compromiso con el fortalecimiento de la cultura de integridad, la Compañía llevó a cabo en el año 2020 capacitaciones a todos los colaboradores —con énfasis en quienes se incorporaban a la compañía— de Chile, Perú y Colombia, a través de distintas iniciativas como conversatorios, charlas y cursos digitales (*e-learning*).

Otro punto a destacar, es la aplicación del Barómetro de la Fundación Generación Empresarial, herramienta que mide la percepción de la cultura de integridad en la Compañía, obteniendo muy buenos resultados y avanzando en comparación al año anterior.

## Canal de Integridad

Con el objeto de mantener y proteger los más altos estándares de integridad, Mallplaza pone a disposición de sus colaboradores, socios comerciales, proveedores y accionistas, un Canal de Integridad para que de manera confidencial y anónima realicen consultas sobre materias éticas o informen infracciones o transgresiones a cualquier normativa vigente en el país de operación o a la normativa interna de la compañía.

Las vías de comunicación con dicho canal son:

1. Correo electrónico remitido a la dirección [contacto@gerenciadeetica.com](mailto:contacto@gerenciadeetica.com)
2. Teléfono 800 726 100
3. Pestaña «Canal de Integridad» ubicada en intranet y en la página web de la compañía
4. Oficial de Integridad o alguno de los Consejeros de Integridad

**Se recibieron 82 contactos, de los cuales 26 son éticos, lo que representa un 31,7%. 56 contactos no fueron éticos.**

**Por su parte, durante el mismo periodo, se gestionaron 14 investigaciones, de las cuales 11 se cerraron. El porcentaje de denuncias probadas fue de un 63,6%.**

## Programas de Cumplimiento

Atendida la relevancia de esta materia y el interés constante de Mallplaza de actuar como un ciudadano corporativo, la compañía cuenta con diversas políticas y programas de cumplimiento, cuyos avances y funcionamiento son revisados por el Directorio y el Comité de Directores. Así, durante el año 2020 Mallplaza extendió y actualizó su política de Libre Competencia en los países en que opera, el Directorio de Plaza S.A. aprobó una Política de Medio Ambiente, actualizó su Manual de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo y su Modelo de Prevención de Delitos.

Los programas de cumplimiento cuentan con elementos de difusión, detección, capacitación y prevención. En este contexto, durante el 2020 y al igual que el año anterior, se realizaron capacitaciones a toda la compañía en materias de

Libre Competencia, Ley 20.393 (Responsabilidad Penal de las Personas Jurídicas), y Ley 19.913 (Prevención de Lavado de Activos y Terrorismo).

## Modelo de Prevención de delitos

Con la finalidad de implementar efectivamente una forma de organización corporativa que evite la comisión de delitos contemplados en la Ley 20.393 y 19.913 por parte de cualquier integrante la compañía, Mallplaza cuenta con un Manual de Prevención de Delitos junto a una serie de Políticas y Procedimientos que lo complementan, los cuales le permiten a la Compañía cumplir debidamente con lo establecido en el marco legal correspondiente. Cabe mencionar que el Modelo de Prevención de Delitos es permanentemente auditado por la empresa BH Compliance. Las capacitaciones en temas de prevención de delitos se llevan a cabo a nivel regional vía *e-learning* o presencial, y para aquellos cargos

que mantienen relación directa con funcionarios públicos se realizaron capacitaciones especiales. Adicionalmente, Mallplaza cuenta con la herramienta «Autocompliance», una plataforma de registro que permite robustecer el control y la prevención de normativas como la Ley de Lobby y Anticorrupción, fomentando la concientización respecto de estas temáticas para mantener un adecuado control de las reuniones que se realizan entre colaboradores de la compañía y funcionarios públicos.

## CONTRIBUCIONES POLÍTICAS

No se realizan contribuciones a campañas políticas ni a organizaciones de Lobby.

## Anticorrupción

	Chile			Perú			Colombia		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
% de operaciones evaluadas en riesgos de corrupción	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Casos confirmados de corrupción	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nº de acciones jurídicas pendientes o finalizadas, durante el periodo de reporte, respecto a conductas anti-competitivas y violaciones a la normativa de libre competencia en que la organización ha sido identificada como un participante	0	0	0	0	0	0	0	0	0

## Comunicaciones y formación en anticorrupción

	Chile		Perú		Colombia	
	2019	2020	2019	2020	2019	2020
% de miembros del órgano de gobierno a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción.	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de empleados a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción.	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de socios a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción.	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de miembros del órgano de gobierno que haya recibido formación sobre anticorrupción.	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de empleados que haya recibido formación sobre anticorrupción.	100%	100%	100%	100%	100%	100%

## Política de Libre Competencia

Desde el año 2015, Mallplaza cuenta con una Política de Libre Competencia y un conjunto de «Guías de Cumplimiento en Libre Competencia» que aseguran el cumplimiento estricto de la normativa en esta materia y evitan comportamientos abusivos o desleales.

Adicionalmente, se han impulsado capacitaciones en libre competencia a nivel regional a través de un curso *e-learning* que se aplicó a todos los colaboradores de Colombia y Perú. En Chile, el curso *e-learning* fue para todos los nuevos colaboradores de las áreas comercial, desarrollo y abastecimiento. Adicionalmente, en los tres países se hizo una capacitación a los cargos expuestos.

Siguiendo con los esfuerzos regionales, en 2020 los programas de cumplimiento fueron regionalizados, siendo aprobados en su totalidad en Perú y Colombia.

## Gestión de riesgos

Debido a que Plaza S.A. está expuesta al potencial impacto negativo de determinados riesgos sobre sus negocios y resultados, la compañía ha desarrollado una serie de acciones para la identificación, evaluación, mitigación y supervisión de riesgos bajo el modelo de gestión de riesgos COSO ERM (Enterprise Risk Management) y metodología de control de riesgos conocida como Tres Barreras de Defensa. Esta metodología se aplica en los tres países donde Mallplaza participa.

Asimismo, se llevó a cabo la aplicación de la herramienta de medición ESG compass (por sus siglas en inglés Medioambiente, Sociedad y Gobernanza) a todos los grupos de interés de la compañía en Chile, además de aplicarse también para Socios Comerciales y Colaboradores en Colombia y Perú. ESG Compass es un índice que, a través de la medición de la percepción que los grupos de interés tienen respecto de la gestión de sostenibilidad de la compañía, permite identificar y anticiparse a ciertos riesgos relacionados con ellos, además de localizar focos de mejora.

Adicionalmente, en 2020 se desarrolló un proceso de debida diligencia en derechos humanos, con el fin de identificar y evaluar los riesgos

actuales y potenciales en esta materia, que pudieran incidir en las operaciones y cadena de valor de la compañía. La metodología utilizada consideró el análisis de información secundaria y la realización de más de 80 entrevistas con la finalidad de recoger e integrar la percepción de colaboradores internos y externos, socios comerciales, proveedores y comunidad, entre otros grupos de interés.

Como resultado, se identificaron factores de riesgo de las operaciones de Chile que a su vez se tradujeron en asuntos relevantes y riesgos a incorporar a la matriz de gestión. Asuntos como empleo, salud y seguridad, no discriminación o comunidades locales son algunos de los principales factores identificados que están siendo gestionados a través de la implementación de nuevos planes de acción y el fortalecimiento de otros previamente existentes.

Durante 2021, se avanzará en la incorporación de los hallazgos en la gestión de riesgos de la compañía y en el desarrollo de una Política de Derechos Humanos.

En los últimos tres años no se recibieron denuncias confirmadas de violación de derechos humanos ni discriminación.

## Ciberseguridad

La estrategia de ciberseguridad de Mallplaza, permite identificar día a día los potenciales riesgos de los principales activos de información, posibilitando establecer controles preventivos y de detección oportunamente. Esta se basa en el modelo de gestión de riesgos implementado en la compañía, el cual busca identificar, evaluar y responder a los riesgos, para luego verificar los controles y monitorear su eficacia. Adicional a lo anterior, se cuenta con un programa de concientización en amenazas de ciberseguridad, el cual se realiza de forma permanente e integral para todos los colaboradores.

Desde el punto de vista de las capacidades tecnológicas, se cuenta con un conjunto de plataformas y servicios de monitoreo y control de seguridad, los cuales permiten atender de manera preventiva y correctiva las diferentes acciones nocivas detectadas en el ecosistema.

La gestión de riesgos cibernéticos y de seguridad de la información cuenta con un modelo de gobierno integral, el cual posee dos instancias: en la primera participan los responsables de las funciones de Seguridad de la Información de Tecnología, Contraloría y las Áreas de Negocio; y se tratan los temas contingentes y relevantes, siendo la segunda instancia de escalamiento, el comité Gerencial.



«El crecimiento permanente nos ha definido como una compañía consistente en la entrega de nuestra propuesta de valor en los 25 centros comerciales, integrando cada vez más nuevas categorías y propósitos de visita».

## Óscar Munizaga

GERENTE CORPORATIVO DE DESARROLLO,  
NEGOCIOS Y OPERACIONES



# VISIÓN DE LARGO PLAZO Y RELACIÓN SOSTENIBLE CON SOCIOS COMERCIALES

## CAPÍTULO 02

1

### Acompañamiento permanente.

**Mallplaza trabajó de la mano con sus socios comerciales, impulsando las mejores prácticas para mantener una relación sostenible y de valor para ambos.**



Impulsados por los desafíos del contexto y las nuevas exigencias y oportunidades surgidas a propósito de la pandemia COVID-19, la compañía avanzó hacia una mayor cercanía y profundidad en las relaciones de largo plazo ya construidas con ellos, poniendo en el centro de las decisiones su sostenibilidad futura.

Gracias a esta concepción, se pudo llevar a cabo un trabajo mancomunado, con conversaciones caso a caso y buscando las alternativas más adecuadas para abordar los desafíos, logrando coordinación y colaboración con todos y cada uno de ellos.

De esta manera, se encontraron soluciones en conjunto buscando, en primer momento, aquellas medidas que permitieran aliviar su carga financiera además de un intenso trabajo para lograr ahorros y eficiencia en los gastos comunes. Es así que al no cobro de arriendo durante los meses que permanecieron cerrados, se sumaron mejores prácticas para alivianar la carga, logrando disminuciones en promedio de 20% en las partidas de costos de operación, los cuales se traspasaron de manera directa a los socios comerciales. La mejora de estos procesos fue auditada por firmas independientes en los 17 centros comerciales que



Café Juan Valdéz, Mallplaza Los Dominicos, Chile.



## ¡ESTAMOS FELICES DE VOLVER A VERTE!

Recuerda atender las  
siguientes medidas de  
prevención:



Uso obligatorio de mascarilla.



Evita tocarte los ojos, nariz y boca.



Recuerda lavar tus manos, mínimo 20 segundos. Además, refuerza usando alcohol gel.

Mallplaza tiene en Chile, de forma trimestral. Los resultados de estas auditorías fueron informadas de manera permanente y directa a los socios comerciales.

El trabajo realizado por la Gerencia Comercial Corporativa para hacer frente a los desafíos del nuevo consumidor permitió que Mallplaza y sus socios comerciales se convirtieran en aliados, trabajando de manera colaborativa para potenciar las oportunidades de crecimiento de cara al futuro, traspasando capacidades respecto de la venta a través de multiplataformas, los manejos de inventarios y la comunicación hacia el nuevo consumidor, entre otros.

Del mismo modo, se realizó un trabajo de acompañamiento permanente con socios comerciales y sus equipos de tienda, para garantizar una operación segura, capacitándolos en los distintos protocolos sanitarios necesarios para una reapertura alineada con los requerimientos exigidos por las autoridades y la compañía. Ejemplo de ello, es el trabajo colaborativo que se realizó junto a la Asociación Chilena de Gastronomía (Achiga) para garantizar un retorno seguro de la atención presencial en restaurantes ubicados en los centros comerciales de la compañía.

**Para fines de 2020 y, a medida que las condiciones sanitarias mejoraron, los socios comerciales mostraron una recuperación del nivel de ventas y una regularización en los periodos de pago. En tanto, para aquellos socios comerciales que continuaban impedidos de abrir al público, se mantuvo la suspensión del cobro de arriendo.**



Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia

## Comunicación permanente con socios comerciales.

### Portal Tiendas

Buscamos agregar valor a la gestión del negocio de nuestros socios comerciales y tiendas a través del desarrollo de un portal *online* que centraliza las interacciones y la gestión con Mallplaza, a través de una comunicación fluida y bidireccional.

Actualmente, Portal Tiendas está implementada en todos los centros comerciales de Chile, con una penetración del 92% de tiendas menores e intermedias.

**+2.000 tiendas son usuarias de Portal Tiendas en Chile**

### Canal de Atención al Socio Comercial

Plataforma exclusiva para recibir y gestionar todo tipo de requerimientos operacionales y comerciales, además de establecer el contacto inicial con nuevos socios comerciales interesados en ingresar a la propuesta de valor de Mallplaza.



600 586 6000  
contactcenter@mallplaza.com



## 2

**Ecosistema omnicanal,  
impulsando nuevas oportunidades  
de negocio y venta para los socios  
comerciales.**

**En 2020, Mallplaza consolidó su  
Ecosistema Omnicanal, con el  
propósito de ser un actor clave  
de la cadena de valor digital y  
consolidar sus centros comerciales  
como hub logísticos.**

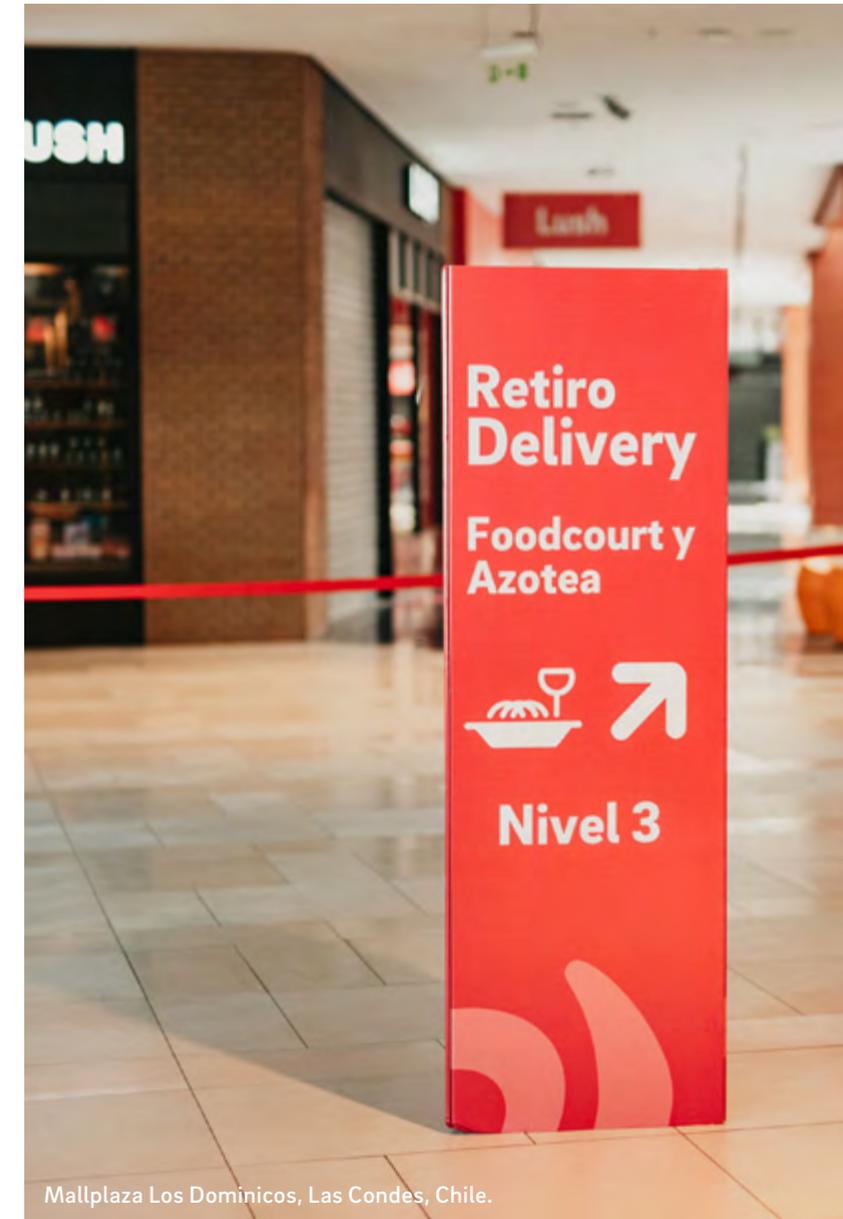


Apalancado en su ecosistema omnicanal, durante 2020 Mallplaza buscó agregar valor y nuevas oportunidades de venta y crecimiento para los socios comerciales a través del desarrollo de distintas iniciativas omnicanales que han permitido responder adecuadamente a las necesidades de los clientes, aprovechando la ubicación, capacidad logística y nuevas alianzas que ha concretado Mallplaza, especialmente con aplicaciones de última milla. Gracias a esto, la compañía fue capaz de habilitar en tiempo récord una cadena logística que permitió seguir funcionando aún cuando se endurecieron las restricciones de funcionamiento y apertura de centros comerciales.

Todas estas iniciativas presentaron un positivo desempeño y permitieron reforzar la venta de los socios comerciales, ofreciéndoles múltiples puntos de contacto, venta y *delivery* y generando nuevos hábitos en los clientes.

Para desarrollar esta nueva cadena logística, la compañía integró a nivel organizacional un nuevo y ágil modelo de trabajo digital, involucrando a los equipos y talentos digitales y a las distintas áreas del negocio en un trabajo conjunto para diseñar, desarrollar e implementar las nuevas iniciativas omnicanales. De esta forma, los proyectos son abordados por equipos de trabajo alineados con los productos, creando una sinergia para alcanzar mayor agilidad en los procesos.

**A través del Ecosistema Omnicanal, Mallplaza está siendo un puente entre la oferta de sus socios comerciales y lo que el consumidor está buscando.**



Mallplaza Los Dominicos, Las Condes, Chile.

Más de **950 mil**

usuarios agendaron su visita de manera online durante 2020.

Más de **100 marcas**

se han incorporado a la alianza con Linio en Chile, Perú y Colombia.

Más de **300 mil**

pedidos se hicieron a través de *Pit Stop* desde el inicio de las operaciones en junio 2020.

**1,4 millones**

de transacciones de Delivery Seguro realizadas durante el segundo semestre de 2020.



Mallplaza Los Dominicos, Las Condes, Chile.

## Iniciativas omnicanales implementadas en 2020



### CLICK & COLLECT

Este sistema con nuevas tecnologías se ha implementado en Chile, Perú y Colombia, logrando escalabilidad y concentrando grandes volúmenes de paquetes en un solo lugar de fácil acceso. El objetivo es entregar una nueva experiencia de entrega de productos, más expedita y sin fricciones, aportando al *journey* de venta omnicanal de los socios comerciales.

Además en Colombia se implementó Compra & Recoge, sistema que también reduce los tiempos de entrega de la compra omnicanal y considera el retiro desde el auto.



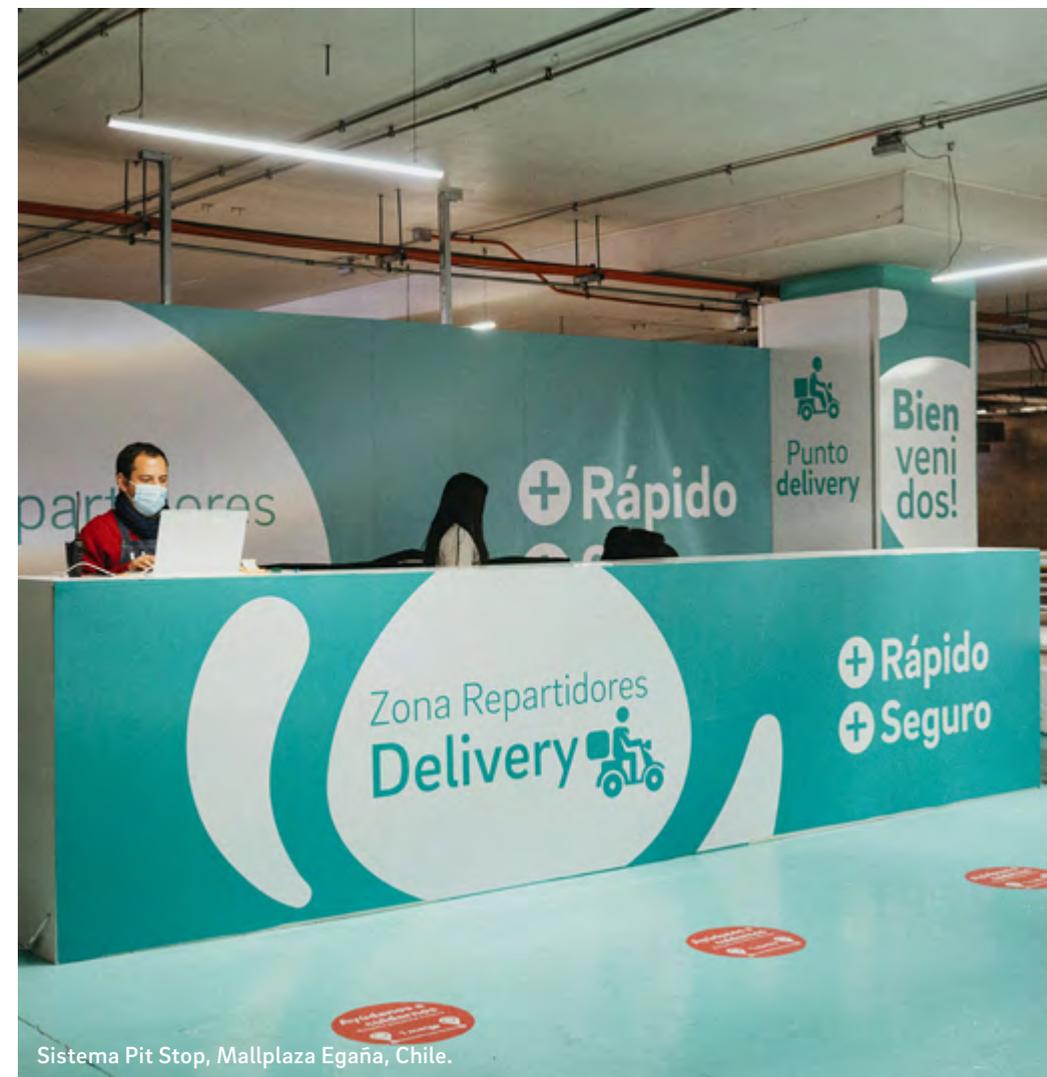
### PIT STOP

Implementada en Chile y Perú, esta iniciativa busca entregar a todos los socios comerciales un servicio para mejorar la experiencia de los consumidores finales, reduciendo los tiempos de entrega en las compras digitales y permitiendo que el producto se retire bajo estrictos protocolos de seguridad. Actualmente, *Pit Stop* se ha implementado en Chile y Perú, en alianza con plataformas de última milla, las cuales ya han procesado más de 300 mil pedidos desde su puesta en marcha en junio 2020.



### ALIANZA MALLPLAZA – LINIO

Busca dar acceso a la plataforma a los socios comerciales para potenciar su venta omnicanal. Más de 100 marcas se han incorporado a este *marketplace* en Chile, Perú y Colombia. En Perú, además, se cuenta con un servicio de retiro presencial de productos que ha significado aumentar el volumen de los pedidos.



Sistema Pit Stop, Mallplaza Egaña, Chile.



### AGENDAMIENTO A TIENDAS Y CENTRO COMERCIAL MEDIANTE FILA VIRTUAL

Gracias a este desarrollo, los clientes de Mallplaza en los tres países pueden hacer una visita programada al centro comercial o a las tiendas evitando filas y aglomeraciones. De esta manera se hace más expedita la visita de los clientes. A diciembre los agendamientos suman 955 mil en Chile, Perú y Colombia.



### PIDE Y LLEVA

Implementada en los centros comerciales de Chile, Perú y Colombia, esta nueva experiencia de compra a los clientes permite, a través de una aplicación, realizar una compra expedita, contactless y multipedido a locales de comida adheridos sin necesidad de hacer fila y posibilitando una compra segura.



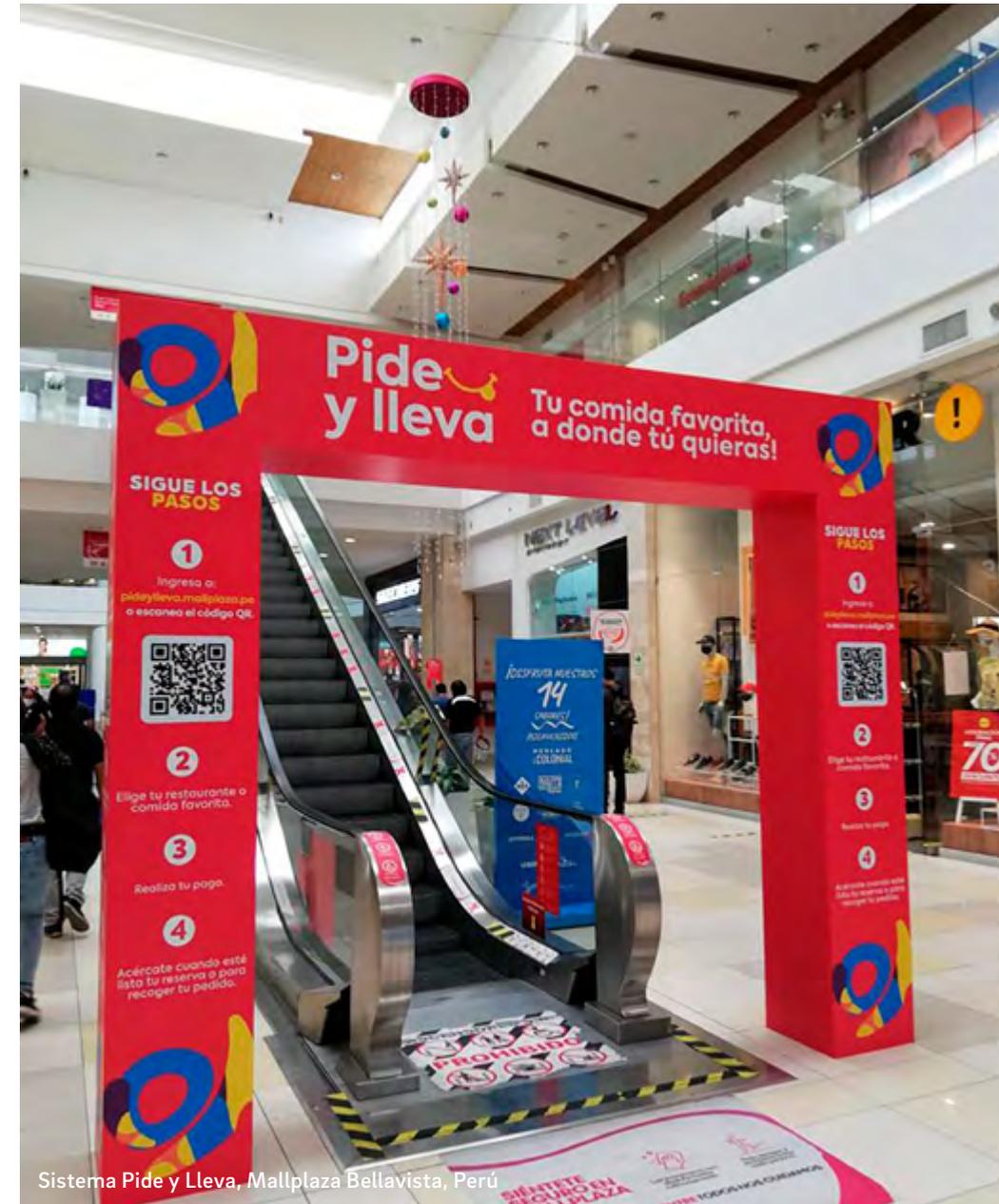
### DELIVERY SEGURO Y ALIANZAS CON APPS ÚLTIMA MILLA

Se concretaron alianzas con las principales plataformas de *última milla* en Chile y Colombia para apoyar a través de descuentos y promociones a los socios comerciales, aumentando sus ventas.



### MEJORA EN LA EXPERIENCIA DE NAVEGACIÓN Y BÚSQUEDA

Optimización del motor de búsqueda de tiendas y mapas para encontrar con facilidad lo que el cliente busca. Permite preparar la visita y facilitar el recorrido estando en el centro comercial (disponible en Mallplaza Vespucio, Antofagasta, Oeste, Norte, Trébol y Egaña).



Sistema Pide y Lleva, Mallplaza Bellavista, Perú



**#EncendemosLasCocinas :  
un ejemplo de innovación  
y tecnología puesta al servicio de los  
socios comerciales gastronómicos**

A mediados de 2020 surge esta iniciativa con el propósito de reactivar el sector gastronómico de todos los centros urbanos de Chile, Perú y Colombia, conectando la oferta de *food&beverage* de Mallplaza con la creciente necesidad de *delivery*

de comida, generada por las restricciones de movilidad a propósito de la pandemia las cuales impedían la atención presencial a los visitantes.

#EncendemosLasCocinas permitió la recuperación económica y el fomento del empleo en el sector gastronómico, relevando la cadena productiva que existe detrás de un restaurante e impulsando una logística integrada entre Mallplaza, sus socios comerciales y las aplicaciones de última milla, de manera de conseguir

el despacho de la comida al cliente bajo estrictos protocolos de seguridad y en un menor periodo de tiempo.

Gracias a esta campaña, a fines de 2020 se registraron más de 530 cocinas operando en los tres países y superando los 1,4 millones de pedidos despachados durante el segundo semestre del año.



Dentro de la propuesta omnicanal de Delivery Seguro, Mallplaza cuenta con los 10 principales operadores como: Mc Donald's, KFC, Burger King, Dominó, Juan Maestro, Savory, Telepizza, Mamut, Johnny Rocket, Wendy's.



## Una experiencia pensada en las preferencias de los clientes

Conocer y entender las necesidades y nuevas formas de consumo de sus visitantes, así como la manera en que se relacionan con la oferta de valor de los socios comerciales es un eje primordial para la evolución de la estrategia omnicanal de Mallplaza.

Para ello la compañía ha aumentado el contacto directo con los visitantes y ha gestionando los datos entregados voluntariamente por los clientes para mejorar la comunicación, el servicio, la comodidad y, de esta manera, brindarles una experiencia ajustada a sus necesidades y preferencias. Asimismo, este mayor conocimiento de los visitantes permite agregar valor a los socios comerciales aportando a impulsar sus ventas, sus estrategias de marca y ofertas.



3

**Consolidación de crecimiento regional: Dos nuevos centros comerciales en las capitales de Perú y Colombia.**

**La apertura durante 2020 de Mallplaza Comas en Perú y la adquisición del centro comercial Calima, hoy Mallplaza NQS, en Bogotá, representa el compromiso de Mallplaza por consolidar su presencia en la región.**



Comprometidos con una visión de futuro donde los centros comerciales seguirán siendo lugares de encuentro que ocupen un lugar importante en la vida diaria de las personas, Mallplaza concretó durante 2020 la incorporación de dos nuevos centros comerciales: Mallplaza NQS en Bogotá, Colombia y Mallplaza Comas en Lima, Perú.

En Colombia, la compañía adquiere el centro comercial Calima y lo convierte en Mallplaza NQS. Este centro comercial marca la llegada a Bogotá D.C., en una zona ubicada en el corazón de la ciudad, marcada por la transformación del sector, con alto potencial de desarrollo económico y comercial, conectado no solo con las principales vías de la ciudad, sino además con los principales medios de transporte público.

Mallplaza NQS considera una completa renovación del *look & feel* del centro comercial, la apertura de la primera tienda IKEA en Colombia, marcando la llegada al país cafetero del mayor fabricante global de muebles para el año 2023.

Complementará esta oferta junto con la tienda Homecenter, el complejo de cines de Cinépolis y un hipermercado Éxito, y las más destacadas marcas de *retail* locales e internacionales. Además, usos mixtos y con un foco en la gastronomía y la entretención. De igual forma, se considera la incorporación de soluciones digitales y omnicanales con el fin de acercar a socios

comerciales y visitantes a la experiencia de los centros comerciales Mallplaza.

De los 95 mil m<sup>2</sup> de GLA del Centro Comercial, Mallplaza adquirió 68 mil m<sup>2</sup>, lo que le permitió a la compañía en Colombia alcanzar los 190 mil m<sup>2</sup> de superficie arrendable junto con Mallplaza Cartagena, Mallplaza Manizales y Mallplaza Buenavista.



En el mes de octubre abrió sus puertas Mallplaza Comas en Lima, Perú con el propósito de atender la demanda de los principales distritos del norte de la capital peruana en un sector con gran cantidad de población.

Son 75 mil m<sup>2</sup> que se abrieron durante la pandemia y que cuentan con una propuesta que integra el *retail*, el entretenimiento, la gastronomía, distintos servicios y usos mixtos, todos apalancados en la omnicanalidad.

Entre las tiendas se encuentran, entre otras, Tottus, Sodimac, Falabella, con su tienda más moderna del país, y Ripley, junto a otras 180 tiendas especializadas. Este centro urbano mantiene el compromiso con el medioambiente siendo el primer mall precertificado bajo la construcción LEED en Perú, además de un trabajo conjunto con las comunidades vecinas desde el inicio de la construcción, lo que ha permitido que el centro comercial se integre positivamente a la identidad local.

La apertura se llevó a cabo bajo los más estrictos protocolos de seguridad sanitaria y desde el primer momento Mallplaza Comas ha tenido un positivo recibimiento, reflejado tanto en el flujo de visitantes como en las ventas de sus socios comerciales.



## Nuevos socios comerciales se suman a la propuesta de valor de Mallplaza

En un año desafiante y de colaboración permanente entre la compañía y sus socios comerciales, resulta significativa la llegada de nuevas marcas que fortalecen la propuesta de valor de Mallplaza.

Destaca la llegada de la marca IKEA a Sudamérica, eligiendo a Mallplaza como punto de apertura para dos de sus primeras tres tiendas en el continente.

Junto con ello, un hito importante para la propuesta de valor de Mallplaza en Colombia fue la llegada del grupo Inditex a Mallplaza Buenavista en Barranquilla con sus marcas Zara Home, Massimo Dutti y Pull & Bear que se suman a las ya existentes Stradivarius y Bershka.

Por su parte, en Chile se incorporaron Natura y su nueva tienda en Mallplaza Egaña, Casaideas y su arribo a Mallplaza Norte, Quicksilver en Mallplaza Arica y Mallplaza Vespucio, y Miniso en Mallplaza Norte y Mallplaza Trébol. En tanto, en Mallplaza La Serena se inauguró un Hipermercado Tottus con más de 4.000 m<sup>2</sup> y H&M consolidó su propuesta en Mallplaza Norte y Mallplaza Oeste.



Tienda Casaideas, Mallplaza Norte, Chile.



La primera tienda IKEA de Colombia estará en Mallplaza NGS.



Tienda Pull & Bear, Mallplaza Barranquilla, Colombia

## Distritos gastronómicos: diferenciación en la propuesta de valor

En Perú el mercado La Colonial ubicado en Mallplaza Bellavista, refleja la apuesta de Mallplaza por consolidar nuevos conceptos y formato de mercados gastronómicos que relevan la cultura culinaria local, adaptando la oferta de 13 de locales a la identidad y ambiente de las comunidades tradicionales del Callao.

El Mercado ubicado en Mallplaza Buenavista de Barranquilla ha logrado, por su parte, consolidarse como un distrito gastronómico de talla mundial con más de 40 propuestas de sabores locales e internacionales, buscando generar una experiencia diferente para sus visitantes. Este año, como parte de la apuesta de Mallplaza Buenavista por seguir apoyando la gastronomía local y reactivar la economía de la ciudad, se implementó el *marketplace* de El Mercado facilitando la experiencia de los clientes, al llevar hasta sus casas cerca de 25 restaurantes de forma segura y confiable, con más de 250 opciones diferentes de platos, en diversas categorías tales como: comida rápida, *gourmet*, internacional, saludable, parrilla, postres, coctelería y pastelería y café. De igual manera, la plataforma de



*marketplace* permitirá a los barranquilleros hacer un tour gastronómico en restaurantes como L'América Pizzería, El Celler Tapas Bar, Bendito Burrito, Parrilla La Original.

En Chile, durante 2020 se habilitó en Mallplaza Oeste, la Zona Urbana, un nuevo barrio gastronómico con una alternativa que complementa y refuerza la propuesta de Las Terrazas en un espacio al aire libre promoviendo el encuentro seguro.

Junto con ello, la primera *Sweet Zone* de Mallplaza Egaña busca dinamizar espacios estratégicos del centro comercial aportando nuevos servicios de valor para los clientes tales como las cafeterías, fortaleciendo así la experiencia de *retailtainment*. Actualmente son tres operadores gastronómicos los que están presente en este inédito espacio: Dulce Luna, Havanna y Freddo.



Nueva zona urbana inaugurada durante 2020 en Mallplaza Oeste, Chile.



Sweet Zone, Mallplaza Egaña, Chile.

**Crecimiento  
de GLA de  
los últimos  
12 meses**



## CHILE

### Mallplaza Norte Ampliación

La ampliación de Mallplaza Norte de cara a la autopista Américo Vespucio, considera una propuesta comercial en la que destaca un local de entretenimiento Chuck n' Cheese, una tienda H&M y el gimnasio más moderno del área de influencia.

*Apertura*

**3Q 2020**

*Superficie Total*

**19.000 GLA m<sup>2</sup>**

### Mallplaza La Serena Ampliación

Se incorporó un nuevo Tottus y un boulevard de servicios, más estacionamientos.

*Apertura*

**ETAPA 1—4Q 2020**

*Superficie Total*

**6.000 GLA m<sup>2</sup>**

### Mallplaza Oeste Ampliación

Se incorporó el cine más moderno de Latinoamérica y un nuevo barrio gastronómico llamado Zona Urbana, el que complementará el actual distrito de Las Terrazas conformado por restaurantes, parque y laguna.

Se incorpora nuevo Hipermercado Tottus (apertura 14 Enero 2021)

*Apertura*

**ETAPA 1—1Q 2020**

**ETAPA 2—4Q 2020**

*Superficie Total*

**12.000 GLA m<sup>2</sup>**



## PERÚ

### Mallplaza Comas Centro Comercial

Está ubicado en la zona norte de la ciudad de Lima. Contará con una oferta comercial que incluye tiendas departamentales Falabella, Ripley, hipermercado Tottus, Homecenter Sodimac y complejos de cine Cinemark, junto a más de 180 tiendas especializadas.

*Apertura*

**ETAPA 1—3Q 2020**

**ETAPA 2—En proceso**

*Superficie Total*

**75.000 GLA m<sup>2</sup>**

Mallplaza Comas abrió sus puertas durante la pandemia COVID-19, con una comercialización paulatina, alcanzando un total de 57.000 m<sup>2</sup> de GLA.



## COLOMBIA

### Mallplaza NQS Centro Comercial

Este centro comercial ubicado en el corazón de Bogotá y su propuesta comercial considera una tienda de mejoramiento hogar Homecenter Sodimac, complejo de cines Cinépolis e hipermercado Éxito, importantes marcas de *retail*, gastronomía, entretenimiento y uso mixto. Además, incluye la apertura de la primera tienda IKEA en Colombia en el año 2023.

*Apertura*

**Adquisición agosto 2020**

*Superficie Total*

**68.000 GLA m<sup>2</sup>**

A diciembre de 2020, Mallplaza NQS concretó una operación de 42.000 m<sup>2</sup> de GLA.

## Proyectos en desarrollo



### CHILE

#### Mallplaza Oeste Ampliación

##### ETAPA 3

Durante 4Q2020 se dio inicio a la construcción de IKEA, la tienda más grande en Chile de la cadena.

##### Apertura

**ETAPA 3—2S 2022**

##### Superficie Total

**18.000 GLA m<sup>2</sup>**

#### Mallplaza La Serena Ampliación

##### ETAPA 2

Adicionará nuevos cines de la mano de la cadena internacional Cinemark.

##### Apertura

**ETAPA 2—1S 2021**

##### Superficie Total

**5.000 GLA m<sup>2</sup>**



### COLOMBIA

#### Centro Comercial NQS Remodelación, cambio de la propuesta de valor del mix comercial e incorporación de IKEA

De los 68.000 m<sup>2</sup> de GLA, se remodelarán 26.000 m<sup>2</sup> y se incorporarán 11.000 m<sup>2</sup> de nueva superficie arrendable, para albergar la primera tienda IKEA de Colombia, y nuevos socios comerciales de retail y servicios.

##### Apertura

**2S 2023**

##### Superficie Total

**Remodelación —26.000 GLA m<sup>2</sup>  
Ampliación —11.000 GLA m<sup>2</sup>**

#### Mallplaza Cali Centro Comercial

Contará con una oferta comercial que incluye Falabella, Homecenter, Supermercado y complejo de cines Cinemark, junto a más de 150 tiendas especializadas.

##### Apertura

**DETENIDO**

##### Superficie Total

**60.000 GLA m<sup>2</sup>**

### Proyectos en desarrollo <sup>(1)</sup>

**+ 94 mil m<sup>2</sup>**

**+ 216 MM USD**

(1) Los 94.000 m<sup>2</sup> corresponden solo a nueva superficie arrendable, no incluyendo la remodelación de 26.000 m<sup>2</sup> del centro comercial NQS; el monto total de inversiones incluye la inversión de todos los proyectos.

**Distribución de superficie arrendada**  
al 31 de diciembre de 2020

**35% de GLA  
en uso mixto y  
retailtainment**

**Grandes tiendas**  
**31 %**

**Otros**  
**1 %**

**Retail de especialidad**  
**14 %**

**Complementario al retail**  
**35 %**

**Retailtainment**  
**14%**

- Cines
- Zonas de juegos para niños
- Locales culturales
- Locales de *food & beverage* (terrazas, mercados, *impulse kiosks*, *food hall*, *food courts*, *café*) con *deli-very* de última milla

**Uso mixto y servicios**  
**17%**

- Torres médicas con más de 2.4 millones de prestaciones anuales
- Centros educacionales con más de 22 mil alumnos estudiando diariamente
- Gimnasios
- Oficinas en torres
- Tiendas de servicios y financieros

**Automotriz**  
**4%**

- Puntos de venta de automóviles

**Tienda Hogar y Decoración**  
**10%**

**Hipermercados**  
**9,3%**

**Retail de conveniencia**  
**19 %**

**Centros  
Urbanos Omnicanales que  
potencian los motivos de  
visita y la sociabilización  
entre las personas**

**1.814.000 m<sup>2</sup> GLA**

# 4

## Operación Segura: Prevención y protocolos integrados a la gestión

Mallplaza asumió el desafío de enfrentar la pandemia COVID-19 poniendo la seguridad de sus colaboradores, socios comerciales, visitantes y proveedores al centro de las acciones, a través de la implementación rigurosa y progresiva de una operación segura, diferenciada y focalizada en la prevención de contagios.



La compañía trabajó para estar disponible para los visitantes de manera permanente, incluso en los momentos más complejos de la pandemia COVID-19, tanto con comercio esencial como con servicios importantes para las comunidades, como es el caso de las atenciones de salud realizadas en sus centros urbanos.

Para conseguir lo anterior, Mallplaza implementó los más altos estándares de prevención y protocolos sanitarios en coordinación con las autoridades, junto con explorar y adoptar las mejores experiencias internacionales y tecnologías de bioseguridad, con más de 100 proveedores de sistemas y tecnología, incorporando, por ejemplo, la sanitización a través de partículas de cobre y la medición de temperatura electrónica, además del control de aforo y el agendamiento virtual, un sistema de monitoreo centralizado y una plataforma de control operacional.

Sustentada en la búsqueda y análisis permanente de ideas innovadoras, la operación segura de Mallplaza se llevó a cabo considerando los equipos de colaboradores y las funciones que debían seguir desarrollando; el monitoreo permanente de la situación mundial y de las prácticas implementadas en otros países; y el intercambio

de experiencias entre los 25 centros urbanos de la compañía en Chile, Perú y Colombia.

En cuanto a la implementación de la operación segura, se estableció un protocolo de medidas de seguridad y prevención COVID-19, adaptable a los requerimientos de las autoridades sanitarias según la evolución de la pandemia, en procesos auditados y certificados de manera interna y externa por organismos especializados como Bureau Veritas y el Centro de Estudios de Medición y Certificados de Calidad, CESMEC.

La operación segura de Mallplaza se ejecutó dentro de cada centro comercial y al interior de las tiendas, sobre la base de cuatro pilares: Un control operativo en línea y tiempo real, la promoción de una cultura de cuidado y prevención, la implementación de todos los protocolos y tecnologías de vanguardia para bioseguridad y una concientización permanente hacia los visitantes y colaboradores de todos los centros urbanos.

**Debido al alto nivel de seguridad de su operación y a la ubicación estratégica cercana a miles de personas, algunos centros comerciales de la compañía se incorporaron a la red de establecimientos de vacunación, en el marco del proceso de inoculación nacional contra la pandemia COVID-19 en Chile.**



### Implementación de protocolos y tecnología de vanguardia:

- Control electrónico y en tiempo real de aforo en los centros comerciales y áreas de servicio, junto con la supervisión del cumplimiento de aforo en tiendas.
- Agendamiento virtual para centros comerciales y tiendas.
- Toma electrónica de temperatura.
- Sistema de parking sin contacto.
- Acceso limitado y diferenciado.
- Gráficas para marcar distanciamiento en acceso, dirección de flujo en pasillos y capacidad máxima de ascensores.
- Redistribución de mobiliario en espacios comunes.
- Monitores de aforo y auditorías permanentes de verificación y cumplimiento.
- Instalación de elementos de separación y protección en puestos de trabajo de atención a clientes.

### Cultura de cuidado y prevención

- Definición de protocolos de limpieza y desinfección en zonas más utilizadas.
- Rutinas diarias de limpieza y desinfección en áreas de alto contacto.
- Protocolo de limpieza y desinfección cada vez que se conoce un caso sospechoso y/o confirmado.

- Instalación de pediluvios en accesos a los centros urbanos Mallplaza.
- Instalación de lavamanos y dispensadores de alcohol gel para higienización permanente de manos.
- Concientización permanente hacia visitantes y colaboradores: Uso permanente de la mascarilla. Elementos de protección PEC. Lavado de manos de forma permanente. Aplicación de alcohol gel.

### Control Operativo en línea y tiempo real

- Auditorías internas tanto para la reapertura como en la continuidad operacional.
- Auditorías externas realizadas por el Centro de Estudios de Medición y Certificados de Calidad (CESMEC) y certificadas con el Sello de Seguridad Bureau Veritas.
- Coordinación y fiscalización permanente con las autoridades de cada territorio.



## I. Operación segura para proteger a socios comerciales y visitantes

A pesar de las nuevas condiciones establecidas por la pandemia, la compañía continuó estrechando sus vínculos con todos los grupos de interés, adaptando los canales de comunicación a plataformas digitales y así seguir conectados con colaboradores, socios comerciales, visitantes y comunidades y así encontrar nuevas formas de apoyarlos, estar presentes y seguir siendo parte de su cadena de valor, además de implementar todos los protocolos sanitarios que le permitieron funcionar con comercio esencial de manera continua durante toda la pandemia.

La ejecución de la operación segura comenzó con la definición e implementación de medidas y protocolos adecuados a los requerimientos de las autoridades locales, así como la definición de la nueva experiencia que Mallplaza debía ofrecer a sus socios comerciales y visitantes para posicionarse como un lugar seguro al que acudir para abastecerse durante las distintas etapas de confinamiento así como en la reapertura progresiva.

A través de un trabajo conjunto y cercano de todas las áreas de la empresa con autoridades y

también con jefes de tienda, se logró traspasar a los socios comerciales de manera clara las medidas exigidas por la autoridad, adaptadas a la realidad de Mallplaza con protocolos sencillos, fáciles de entender y acompañados de las herramientas necesarias para su ejecución.

Esta tarea incluyó el uso de un Kit Digital que facilitó la comunicación directa y personalizada con cada tienda, a través de llamados por teléfono, videos y correos electrónicos. Este kit consideró también los distintos protocolos que debían ser enviados para cada país y de acuerdo a cada fase, así como los *checklist* de autodiagnóstico y cumplimiento de medidas.

Para asegurar el cumplimiento de estos protocolos y medidas al interior de sus centros urbanos, Mallplaza llevó a cabo capacitaciones con todos los colaboradores de tienda y personal de contacto de los centros comerciales en los temas de autocuidado, medidas preventivas, medidas en situación de contagio de contactos estrechos, así como la forma de operar y controlar los protocolos al interior de las tiendas y el uso de la biotecnología incorporada por la compañía.

De cara a los visitantes, Mallplaza llevó a cabo el despliegue de la campaña «Entre todos nos

cuidamos», invitando a conocer y hacer uso de todas las medidas de seguridad e higiene implementadas al interior de sus centros urbanos, además de hacer un llamado a sus visitantes para hacer una visita segura y responsable con la finalidad de promover una cultura de autocuidado y prevención de contagios. De la misma forma se entregó información útil respecto a vías de acceso y salida, así como los horarios de funcionamiento de los centros comerciales y los servicios disponibles de acuerdo a cada etapa de la situación sanitaria en Chile, Perú y Colombia.

Junto con ello se reforzó el conocimiento de las medidas de seguridad y protocolos establecidos para visitantes de forma virtual a través de los canales digitales de Mallplaza, desde WhatsApp, redes sociales y el sitio web de la compañía, entre otros.

Adicionalmente, se llevaron a cabo reuniones y encuestas digitales para conocer las necesidades y expectativas de vecinos y visitantes en torno a la operación y seguridad de los centros urbanos de Mallplaza. De la misma manera se realizaron encuestas digitales para medir la percepción de seguridad y ajustar las medidas y comunicaciones con la nueva información obtenida.

## II. Operación segura al cuidado de colaboradores

El bienestar de los colaboradores de Mallplaza es uno de los pilares de la estrategia de gestión de personas, que este año trascendió a todas las acciones y actividades enfocadas en resguardar la salud de quienes trabajan en la compañía y de sus familias.

A raíz de las medidas establecidas por los gobiernos de los tres países en marzo del 2020, en conjunto con el cierre del comercio no esencial de los centros comerciales en Chile, Perú y Colombia, el 100% de nuestros colaboradores de oficinas centrales pasaron a operar en modalidad de teletrabajo y la compañía puso a su disposición herramientas para realizar trabajo remoto.

***Las personas han regresado de manera creciente al centro comercial, lo que se ha acompañado de una mayor coordinación con las autoridades para la aplicación de los más altos estándares de prevención, tecnologías y protocolos sanitarios, junto con explorar y adoptar las mejores experiencias internacionales.***

El personal con presencia esencial en centros comerciales trabajó con segmentación de grupos de trabajo y distanciamiento en puestos de oficina. Para ello se establecieron, difundieron y ejecutaron protocolos de sanitización personal y de lugares de trabajo de manera frecuente. Adicionalmente, el personal de grupos de mayor riesgo o con familiares en esa condición también comenzó a operar en modalidad de teletrabajo.

Un equipo capacitado de monitores supervisa la implementación de los protocolos de seguridad en Mallplaza Egaña, Chile.



### III. Control Operativo Regional

Creado en 2014 para controlar de manera remota la seguridad de los centros urbanos de Mallplaza durante las 24 horas, el Centro de Operaciones (COP) tuvo un rol relevante para la implementación y control de la Operación Segura.

Al concretarse en 2020 la conexión entre los tres países, no solo se dio un paso importante para consolidar la integración de las operaciones en la región, sino que también permitió disminuir brechas y mejorar los procesos de la operación en pandemia, gracias a la visualización y control de lo que estaba ocurriendo en cada uno de nuestros centros comerciales.

**El 100% de nuestros malls fueron evaluados en materia de SSO en los 3 países durante los últimos 3 años.**



Acceso de ingreso para fila de agendamiento virtual en Mallplaza Egaña, Chile.

5

**Modelo de Emprendimiento  
Mallplaza: aporte a la propuesta  
de valor permanente**

**Mallplaza incorporó más de  
5.300 emprendedores y sellers a  
su propuesta de valor comercial,  
contribuyendo a la reactivación  
económica local, reciclando  
espacios e inaugurando una nueva  
categoría en la industria.**



Mallplaza ve en el emprendimiento una plataforma regional vinculada a la estrategia de negocio que permite impulsar y hacer crecer a los territorios y a sus habitantes y, al mismo tiempo potenciar la propuesta de valor de cara al cliente, haciéndola aún más atractiva.

Con esta convicción es que la compañía puso en marcha el Modelo de Emprendimiento Mallplaza, el cual considera un programa ascendente de beneficios y de valor mutuo entre el emprendedor y Mallplaza a través de la capacitación continua, la gestión de espacios comerciales y el aporte que los emprendedores hacen a la propuesta de valor. Este modelo permite además identificar a quienes pueden convertirse en potenciales socios comerciales.

Es así que, durante 2020, Mallplaza incorporó a más de 5.300 emprendedores y *sellers* en los 25 centros urbanos, con propuestas diferenciadoras en las categorías de alimentos saludable, agroalimentos, cuidado personal, artesanía, diseño, decoración, entretenimiento y productos

*pet*, entregando nuevas alternativas de productos y servicios a los visitantes junto con ser un reactivador de la economía local en Chile, Perú y Colombia.

La innovación se materializa en la implementación de ferias de temporada, POP UP y tiendas

«Plaza Emprende», en donde grupos de emprendedores reutilizan locales dentro de los centros comerciales, potenciando la oferta comercial y la experiencia del cliente.



Tienda Plaza Emprende, Mallplaza Egaña, Chile.

## PLAZA EMPRENDE

Durante 2020 y a consecuencia de las restricciones físicas impuestas por la pandemia, la compañía crea el programa Plaza Emprende, un ecosistema digital en línea con su modelo de emprendimiento que busca fortalecer el rol social de Mallplaza y contribuir a la reactivación económica local de los territorios de todos los centros urbanos de la compañía en Chile, Perú y Colombia, abriendo nuevas oportunidades para que los emprendedores se sumen de manera permanente a la propuesta de valor de Mallplaza y de paso fortalecer el mix comercial de cara a los visitantes.

De manera regional, esta iniciativa estuvo orientada en tres focos principales: la difusión del emprendimiento a través de los canales virtuales disponibles en Mallplaza, la capacitación de los emprendedores a través de plataformas digitales y la vinculación con autoridades y entidades de fomento emprendedor de cada país.

La compañía creó y puso a disposición de los emprendedores el Portal Plaza Emprende, una plataforma de servicios, capacitación, gestión y comunicación exclusiva para los emprendedores de Mallplaza.

**Las capacitaciones a emprendedores se realizaron en formato remoto con temas relacionados a marketing, emprendimiento digital y redes sociales.**

---

**72** capacitaciones a emprendedores: 56 digitales y 16 presenciales.

---

**18** temáticas distintas.

---

**1.441** emprendedores capacitados.

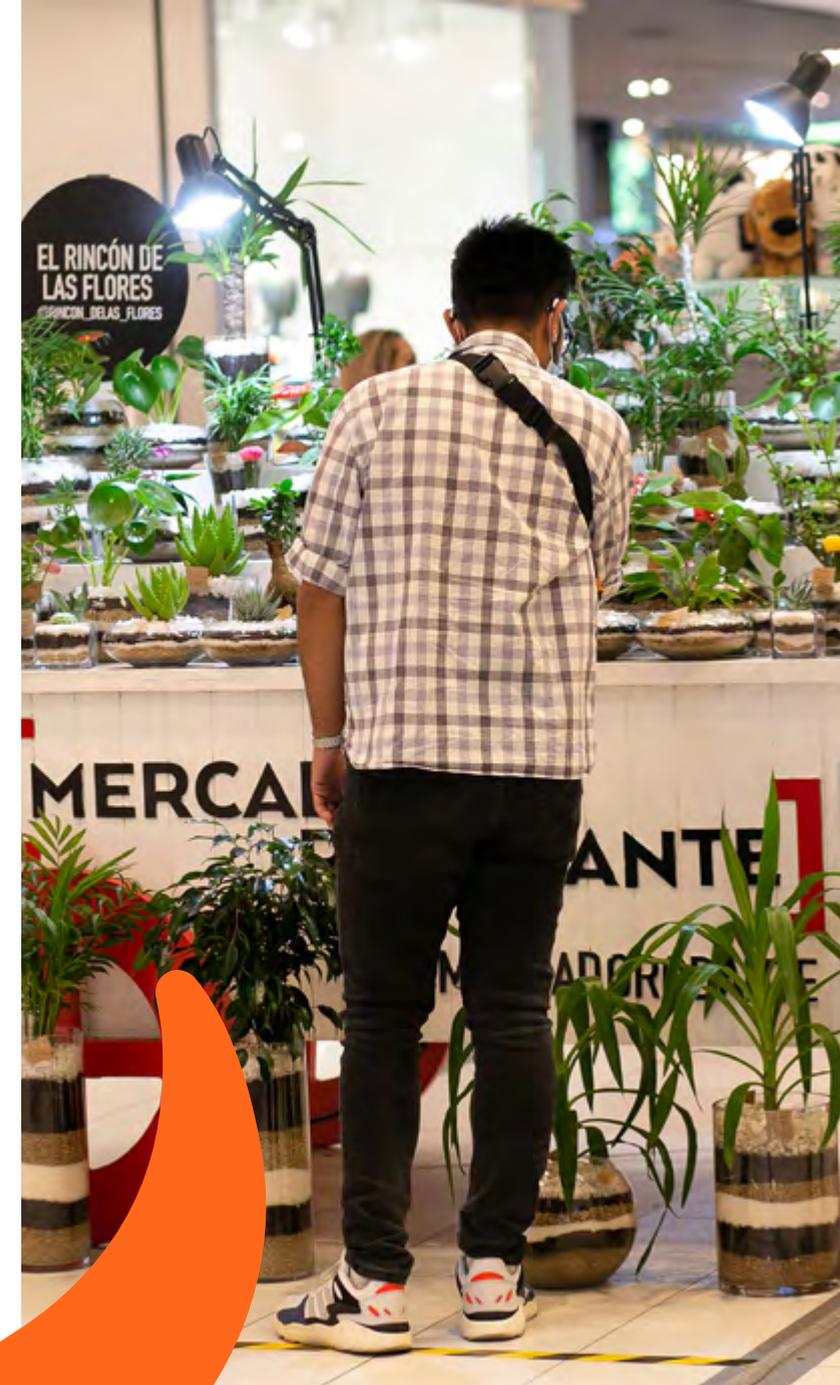
---

**3.957** emprendedores conectados.

---

**55** webinars con la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech).

---



## Tienda Plaza Emprende

Como una iniciativa inédita que permite a grupos de emprendedores hacer uso de locales dentro de sus centros comerciales, Mallplaza junto a la Asociación de Emprendedores de Chile (Asech), habilitó un espacio permanente para que 11 emprendedores, pertenecientes tanto al gremio como al programa Plaza Emprende, exhiban y comercialicen sus productos en un lugar amplio, destacado y con todas las medidas de seguridad. Una iniciativa concreta que marca una innovación en la categoría que permite construir oportunidades conjuntas entre Mallplaza y los emprendedores.

Otra de las iniciativas destacadas en 2020 es la creación de una vitrina digital de emprendedores alojada en el sitio web público de Mallplaza. Esta plataforma permite la difusión y visibilización de los emprendedores vinculados a los centros urbanos de la compañía, conectándolos con las necesidades de los consumidores a través de un punto de contacto virtual.

### Emprendimiento 2020

**164** FERIAS

**5.320**

EMPRENDIMIENTOS BENEFICIADOS

## Iniciativas por país

En Chile se instalaron Puntos de Emprendimiento COVID-19 en espacios físicos designados para emprendedores de productos vinculados a la emergencia sanitaria, y ya en la reapertura progresiva del comercio no esencial se organizaron ferias de Navidad y mercados campesinos en 16 de los centros comerciales Mallplaza utilizando aquellos espacios vacantes, permitiéndoles tener un espacio para ofrecer sus productos a los visitantes.

En Perú, también para la reapertura 2020 se desarrollaron ferias de emprendedores de la mano de la Asociación de Moda Sostenible del

Perú (AMSP) y la Asociación Emprendedores del Perú (ASEP), las cuales tendrán continuidad en el 2021, avanzando en el modelo del programa.

En Colombia, el programa de emprendedores Prospera Siloé presentó sus avances del año, con 132 emprendedores que recibieron acompañamiento por medio de asesorías que impactaron sus ventas y utilidades de manera positiva. También en este país, y en el marco de la reactivación de los centros comerciales, se instalaron Puntos de Emprendimiento COVID-19 y se llevaron a cabo ferias de Navidad y mercados campesinos en Mallplaza Manizales y Mallplaza Barranquilla.



Mercado Rodante, Mallplaza Los Dominicos, Chile.



«Un día histórico de estos 30 años fue la apertura a Bolsa, pues convirtió a Mallplaza en una sociedad anónima abierta, con una alta responsabilidad frente a los inversionistas y una mirada más profunda y madura. Esta visión, de cara a los desafíos que vivimos a propósito de la pandemia, nos permitió mantener un desempeño responsable, alcanzando un EBITDA positivo durante todo el periodo».

**Pablo Cortés**

GERENTE CORPORATIVO DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS



## VISITANTES AL CENTRO DE LA EXPERIENCIA

### CAPÍTULO 03

Las zonas de descanso de Mallplaza Los Dominicos se adaptaron para cumplir con las nuevas normas sanitarias.

Durante 2020, Mallplaza se desafió a incorporar en su estrategia una visión integral del cliente, para lo cual desarrolló un entendimiento de su experiencia durante las visitas a los centros urbanos y su relación con la propuesta omnicanal de la compañía. Entendiendo que el viaje del cliente incorpora tres etapas fundamentales: el antes de la visita (momento en que decide visitar), la visita (momento en que llega a Mallplaza) y el después (momento en que el cliente evalúa y rememora la experiencia de la visita), siendo esta última instancia el momento que permite al centro comercial vincularse al cliente y capturar su preferencia.

En pos de capturar la preferencia de los clientes es que la Gerencia de Experiencia y Proyectos impulsó distintas iniciativas para profundizar el conocimiento del cliente, en cuanto a motivos de visita, gustos, tipos y características de estas. Los *inputs* provienen principalmente de la identificación de clientes), *tracking* de su interacción con la compañía (tanto física como digital) y elementos cuantitativos y cualitativos de la experiencia como *focus group* e indicadores de calidad de servicio (NPS).





El mix comercial de Mallplaza Egaña se complementa entre la oferta de distintos socios comerciales.

Otra de las iniciativas implementadas fue la comunicación bidireccional para comprender las necesidades de los visitantes, resolver las fricciones que pueda presentar su visita y responder oportunamente sus consultas y requerimientos. A esto se suma un mayor despliegue de acciones de marketing directo que permitió focalizar la estrategia digital con ofertas y mensajes personalizados para cada cliente.

De manera paralela, la compañía avanzó en mejorar los análisis y proyecciones sobre la data recopilada, lo que generó un mayor conocimiento y entendimiento de las tendencias y hábitos de los clientes, permitiendo segmentar la comunicación, ofrecer una experiencia más personalizada y brindar un mejor servicio (se generaron más de 15 millones de comunicaciones personalizadas).

Para los más de 149 millones de visitantes que acudieron a Mallplaza este 2020, la compañía buscó privilegiar una experiencia segura con una propuesta de servicios digitales y omnicanales que permitieron potenciar el rol de los centros comerciales de la compañía como lugares esenciales para el abastecimiento de bienes y servicios, especialmente en momentos desafiantes como lo fue la pandemia.

En tanto, a medida que las condiciones sanitarias lo permitieron, los centros urbanos volvieron a ser los lugares donde las personas se reencontraron, con múltiples propósitos de visita y una marcada tendencia a la omnicanalidad, donde lo físico y lo digital se integraron de manera fluida para una mejor experiencia de visita, adaptada a los nuevos hábitos y necesidades.

La respuesta de los visitantes a estas medidas se vio reflejada en los flujos de personas que volvieron a los centros urbanos y en las ventas registradas por los socios comerciales en los periodos de reapertura progresiva del comercio no esencial.

**Las redes sociales y el sitio web de Mallplaza fueron canales permanentes de escucha y comunicación bidireccional con los visitantes a nivel regional, especialmente respecto de información de horarios y servicios habilitados. Para ello se privilegió una escucha permanente y georeferenciada, de manera de responder a cada visitante de acuerdo a su situación particular.**

La comunicación permanente y acorde al contexto también estuvo presente durante el periodo navideño. A través de la campaña «La navidad del otro, es la navidad de todos», Mallplaza buscó hacer un llamado a realizar visitas programadas, responsables y seguras, procurando mantener los resguardos sanitarios y promover las visitas en horarios de menor afluencia para lo cual se desarrollaron jornadas de descuentos especiales, estacionamiento liberado y alianza con aplicaciones de transporte privado.

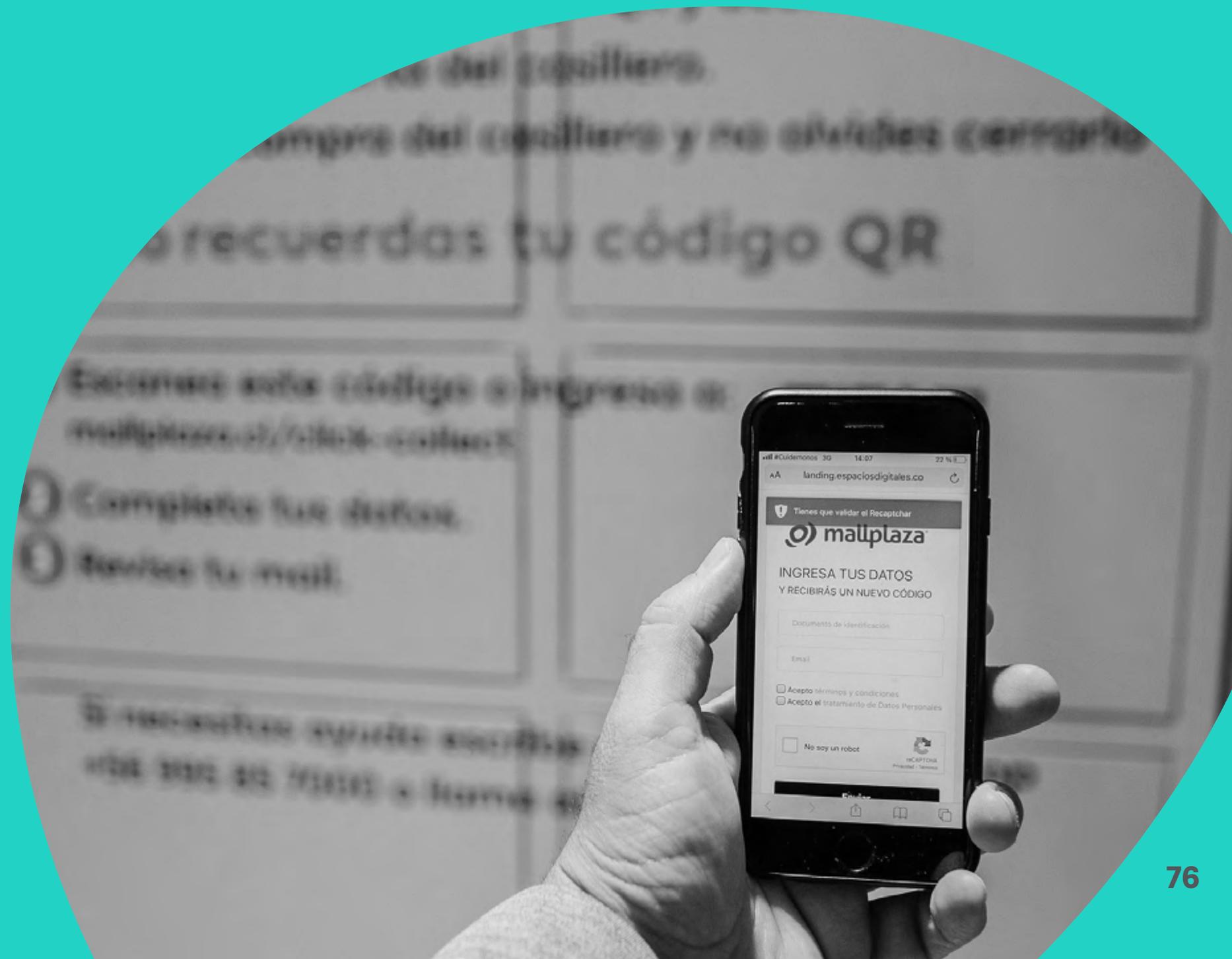




«Somos una empresa  
viva, que se conecta  
todos los días  
de diferentes formas».

## Cristián Somarriva

GERENTE CORPORATIVO  
DE EXPERIENCIA Y PROYECTOS



## ROBUSTECIMIENTO DE LAS RELACIONES CON STAKEHOLDERS

### CAPÍTULO 04

El compromiso de Mallplaza por ser una compañía inclusiva, ciudadana y sustentable que tiene a las personas en el centro de su actuar, le ha significado incorporar la sostenibilidad como protagonista de su estrategia de negocios desde hace más de una década. Desde entonces, la co-construcción de valor compartido y la promoción de relaciones de largo plazo con sus socios comerciales, comunidades, colaboradores, proveedores e inversionistas a nivel regional, son pilares fundamentales de su gestión.



Azotea, Mallplaza Egaña, Chile.

## Política de Sostenibilidad

La Política de Sostenibilidad de Mallplaza establece los principios generales que marcan el actuar de la compañía junto a los compromisos asumidos para garantizar la gestión responsable de sus actividades, promoviendo relaciones de mutuo valor con todos sus grupos de interés.

Esta política considera dimensiones económicas, medioambientales y de gobernanza, así como las relaciones y participaciones de las partes interesadas con la compañía, todo con el propósito de darle continuidad en el largo plazo.



### Visitantes

Ofrecemos experiencias, servicios y productos que contribuyen 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.



### Comunidad

Buscamos construir relaciones de confianza, cercanía y largo plazo con las comunidades en las que nos insertamos, respetando la identidad local y aportando a su desarrollo.



### Socios Comerciales

Buscamos construir relaciones transparentes y de mutuo beneficio con nuestros operadores, siendo una plataforma de crecimiento y valor para sus negocios.



### Colaboradores

Impulsamos un ambiente de desarrollo y trabajo comprometido, donde la cultura de respeto y colaboración, aseguren una experiencia memorable de trabajo.

## Política de sostenibilidad Mallplaza

**Promovemos una gestión responsable en los ámbitos social, medioambiental y económico, co-construyendo valor sostenible con todos.**

Mallplaza se compromete con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030 de la ONU.



REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES



CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES



ACCIÓN POR EL CLIMA



### Proveedores

Buscamos establecer con nuestros proveedores vínculos basados en la transparencia, la eficiencia y el respeto a la normativa legal vigente, generando oportunidades conjuntas para la innovación y el crecimiento sostenible.



### Autoridades

Nos comprometemos a cumplir con los requerimientos de las autoridades con transparencia, veracidad, integridad y de manera oportuna.



### Accionistas

Informamos a nuestros accionistas y al mercado de manera veraz, suficiente y oportuna sobre nuestra gestión en materias económicas, éticas y sociales.



### Medioambiente

Nos comprometemos a proteger el medioambiente y mejorar el desempeño energético a través del desarrollo sustentable, la mejora continua y la prevención de la contaminación.

## Estrategia de Sostenibilidad

La construcción de valor para el negocio en colaboración con sus distintos públicos de interés es la base de la estrategia de sostenibilidad de Mallplaza. Para ello, la compañía se ha focalizado en la mitigación de riesgos, en el uso más eficiente de los recursos, en la

promoción de las oportunidades, en la gestión de la reputación corporativa y en la promoción de la colaboración entre la compañía y todos los grupos de interés, siguiendo los principios planteados por los Objetivos de Desarrollo Sostenible 2030 de Naciones Unidas (ODS).

<p><b>1. Objetivos</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover una gestión responsable en los ámbitos social, medioambiental y económico.</li> <li>• Aportar valor sostenible a nuestros grupos de interés.</li> </ul>		
<p><b>2. Ejes de impacto/compromisos</b></p>	<p>REDUCCIÓN DE LAS DESIGUALDADES</p>  <p><b>Inclusivos</b></p>	<p>CIUDADES Y COMUNIDADES SOSTENIBLES</p>  <p><b>Ciudadanos</b></p>	<p>ACCIÓN POR EL CLIMA</p>  <p><b>Sustentables</b></p>
<p><b>3. Focos de acción</b></p>	<p>Diversidad e inclusión Derechos humanos</p>	<p>Emprendimiento Empleo local Relacionamiento Cultura</p>	<p>Gestión de residuos Eficiencia energética y huella de carbono Eficiencia hídrica</p>

## Estructura de Sostenibilidad

La gestión de la sostenibilidad de Mallplaza es responsabilidad de la Gerencia de Asuntos Corporativos, que depende directamente de la Gerencia General. El Comité Regional de Sostenibilidad, integrado desde 2020 por representantes de la operación en Chile, Perú y Colombia, se reúne mensualmente para revisar los avances en su implementación y los temas emergentes. Este comité cuenta con la participación de la Gerencia General, el Comité Ejecutivo, los gerentes de las áreas involucradas directamente en la gestión de sostenibilidad, además de los encargados de la estrategia en los tres países y de los responsables de comunicaciones y de asuntos públicos.

La Gerencia de Asuntos Corporativos da cuenta de la gestión y resultados al Directorio dos veces al año, y Sergio Cardone Solari, Presidente del Directorio Plaza S.A., es desde 2014 el Director Responsable de los temas de sostenibilidad.

## Evaluaciones y reportabilidad

La implementación de la estrategia de sostenibilidad considera distintos aspectos que tienen implicaciones para el rendimiento presente y futuro de la compañía, al estar estrechamente vinculados con su potencial crecimiento a largo plazo. Por eso, resulta fundamental contar con un sistema de reportabilidad eficiente que, a través de la entrega de datos y conocimiento, permita anticiparse y gestionar de mejor manera los riesgos y oportunidades asociadas al crecimiento de Mallplaza.

El esfuerzo realizado por la compañía para profundizar en su compromiso con la sostenibilidad se condice con los resultados obtenidos. Prueba de ello es que a un año de haber ingresado al Dow Jones Sustainability Index (DJSI) —conjunto de indicadores de sostenibilidad que reconoce a las empresas líderes por su desempeño económico, social y medioambiental— Mallplaza

haya participado en la evaluación de las categorías Chile y MILA, logrando no solo mantenerse de manera consecutiva en ambos índices, sino que también subir su puntuación global, un alza que le permite estar dentro del 7% superior de la industria.

En cuanto a las dimensiones evaluadas, la compañía obtuvo alzas en las dimensiones ambientales y económicas, tales como códigos de conducta y gobierno corporativo. Junto con ello, destaca un crecimiento sostenido en la evaluación de su Gestión Social, donde se incluye el desarrollo del capital humano, la relación con sus públicos de interés y la imagen corporativa.

## Mallplaza está dentro del 7% superior de la industria en el índice mundial del DJSI.

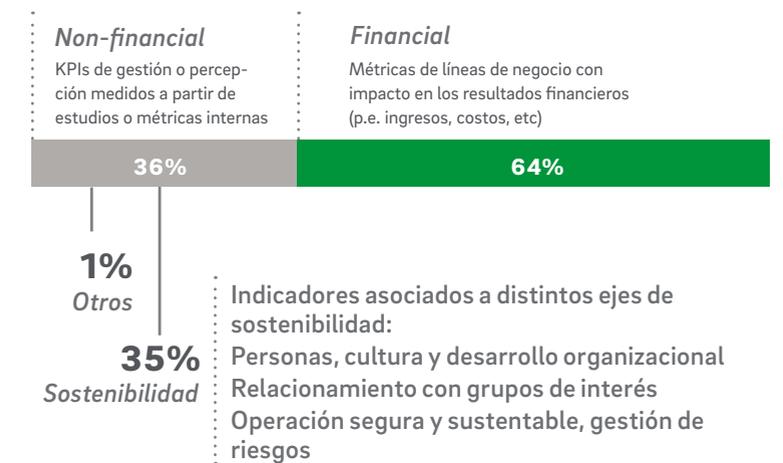


## Indicadores de sostenibilidad

El modelo de gestión de sostenibilidad de Mallplaza evalúa permanentemente los resultados que se están logrando, para detectar el cumplimiento de metas y objetivos, como también, corregir aquellos aspectos sin avances según lo planificado en los distintos ejes de sostenibilidad.

La empresa cuenta con KPIs de gestión en temas ESG, los cuales son medidos anualmente a través de métricas internas y estudios externos. Estos indicadores están integrados en los sistemas de incentivos de los ejecutivos según la pertinencia de cada área, y representan el 35% de las métricas del equipo ejecutivo de la compañía.

Distribución promedio sistema KPIs 2020 ejecutivos rol privado (CEO, Gerentes Corporativos, Gerentes, Subgerentes):



## Modelo de relacionamiento

Durante sus 30 años de historia, Mallplaza ha promovido una permanente conexión con las personas, siendo promotores del diálogo, del cuidado y de su protección, buscando avanzar cada vez más en un mayor bienestar colectivo. Para poder cumplir con esta visión, la compañía cuenta con un modelo de relacionamiento permanente y de largo plazo que tiene como finalidad contar con canales formales de escucha y de diálogo con sus principales públicos para saber quiénes son y cuáles son sus opiniones y expectativas, generar impactos positivos y co-construir valor conjunto, especialmente con socios comerciales, comunidades y entorno.

En 2020 este modelo de relacionamiento adquirió un rol vital en la forma de afrontar la pandemia y, por lo tanto, en la manera de generar valor tanto para la compañía como para los *stakeholders* en un contexto en permanente cambio.

### GRUPOS DE INTERÉS



### PRINCIPIOS DEL MODELO DE RELACIONAMIENTO DE MALLPLAZA

#### Generación de valor

Realizar proactivamente acciones que generen valor compartido.

#### Relaciones duraderas

Establecer relaciones de largo plazo, basadas en la confianza y el respeto mutuo.

#### Accountability

Contar con un responsable que representa a la organización, a cargo de generar trazabilidad de los acuerdos y compromisos asumidos.

#### Transparencia

Establecer relaciones y comunicaciones transparentes como un factor clave de la confianza recíproca.

CANALES DE  
COMUNICACIÓN DE  
MALLPLAZA CON SUS  
PÚBLICOS DE INTERÉS.



## Asociaciones y Membresías

Mallplaza adhiere y participa en distintas organizaciones como una forma de potenciar y colaborar con el desarrollo sustentable y fortalecer su estrategia.

### Chile

---

- Acción Empresas
- Pacto Global
- Cámara Chilena de Centros Comerciales (CCHCC)
- Cámara de Comercio de Santiago (CCS)
- Chile Green Building Council
- Instituto Chileno de Administración de Empresas (ICARE)
- Corporación Industrial para el Desarrollo Regional del Bío Bío (CIDERE)
- Comunidad Portuaria Antofagasta
- Cámara Regional de Turismo de Arica

### Colombia

---

- Acecolombia (Asociación de Centros Comerciales de Colombia)
- Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena
- Asociación de Gestión Humana Bogotá y Cundinamarca (ACRIP)
- Cámara Colombiana de la Construcción (Camacol)
- Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO)
- Zona C
- Asociación Cívica de Paloquemado

### Perú

---

- Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú (ACCEP)

### Internacional

---

- International Council of Shopping Centers (ICSC)

## Premios y reconocimientos

### Mallplaza sube su calificación en Dow Jones Sustainability Index

Por segundo año consecutivo, Mallplaza forma parte de las empresas incorporadas en Dow Jones Sustainability Index Chile y Mila. En 2020, la compañía mejoró su desempeño, ubicándose dentro del 7% superior de la industria a nivel global.

### Mallplaza certifica la reapertura segura de sus centros comerciales de Chile, Perú y Colombia

Con el sello Safe Guard de Bureau Veritas, la compañía certificó la correcta aplicación de todos sus protocolos de seguridad e higiene implementados, con lo que Mallplaza se convierte en la única cadena de centros comerciales de América Latina en certificar todas sus operaciones en temas de bioseguridad.

### Mallplaza eleva sus estándares medioambientales y certifica todos sus centros comerciales de Chile en eficiencia energética

La compañía fue destacada a nivel internacional con el Premio Energy Management Insight Award del CEM Energy Management Working Group (EMWG), así como también con el Sello de Eficiencia Energética del Ministerio de Energía por su compromiso con la sustentabilidad y liderazgo en la materia.

### Mallplaza Buenavista, ubicado en la ciudad de Barranquilla en Colombia, obtiene la certificación LEED en Categoría Plata

Con esta certificación Mallplaza sigue apostando por desarrollar proyectos que, desde su construcción, sean ecoeficientes.



Acceso de control de temperatura en Mallplaza Egaña, Chile.

## Premios y reconocimientos

### **Pablo Pulido, Country Manager de Mallplaza en Colombia fue seleccionado como uno de los 10 líderes más influyentes del retail en el país**

Distinción otorgada por Mall y Retail, el primer portal de noticias de la industria de centros comerciales y retail.

### **Reconocimiento Best Places for Women in Perú 2020**

Mallplaza fue reconocida por sus iniciativas para el empoderamiento de mujeres al interior de la compañía, obteniendo el lugar 24 en este ranking perteneciente a la organización Great Place to Work.

### **Destacados en el Employers for Youth. En Perú, la compañía se ubicó en la ubicación 13 de un total de 50 mejores empresas para jóvenes profesionales**

El estudio creado por First Job considera aspectos como ambiente laboral, infraestructura, diversidad y cultura, beneficios, talento y desarrollo de carrera.

### **SSIndex 2020**

Mallplaza forma parte del grupo de empresas líderes que implementan el Stakeholders Sustainability Index (SSIndex), lo que permite definir una estrategia integrada sobre sus grupos de interés.

### **SSIndex Certified Employees 2020**

La compañía ha sido certificada durante 2020, en su gestión sobre colaboradores, donde el 85% de este grupo está comprometido y valora favorablemente su gestión de riesgo y sostenibilidad, con un nivel de confianza estadística del 95%.





«He visto a Mallplaza evolucionar, pero siempre conservando su esencia, porque una cosa es decir que el cliente está al centro y otra es escucharlo, con mucha humildad, saber lo que necesitan, y lo que quieren, en definitiva hacer que tengan una historia con nosotros como marca».

## Mauricio Mendoza

COUNTRY MANAGER DE PERÚ



**COMUNICACIÓN  
PERMANENTE  
CON  
INVERSIONISTAS**

CAPÍTULO  
**05**

El serio manejo financiero, el foco en el negocio de largo plazo y la velocidad de adaptación con la que Mallplaza hizo frente a los desafíos del año 2020, fueron tres características destacadas por Mallplaza ante sus inversionistas, con los cuales la compañía tiene una relación permanente a través de la Gerencia de Administración y Finanzas y el área de Investor Relations.

En abril de 2020 se realizó la segunda Junta de Accionistas de Mallplaza, tras la apertura a Bolsa de 2018, en formato virtual de acuerdo a las recomendaciones sanitarias realizadas por la autoridad. La instancia estuvo centrada en la revisión de los resultados económicos de la compañía en el ejercicio 2019.

Una de las decisiones adoptadas en dicho encuentro fue la aprobación por parte de la Junta de Accionistas de bajar el dividendo del 40 al 30 por ciento para 2020 y la disminución de las dietas de los directores e integrantes del Comité de Directores.



H&M forma parte de la nueva propuesta comercial de Mallplaza Norte, Chile.

**En febrero de 2020, Mallplaza concretó la colocación de bonos por UF 2 millones a 25 años plazo con una sobredemanda de 1,6 veces. La transacción contó con la asesoría de Banco Santander-Chile y Scotiabank.**



Mallplaza NGS, Bogotá, Colombia.

A estas instancias formales de reunión, se suman distintas reuniones, y un calendario de *road show* previamente definido facilitando la entrega permanente de información. A través de estos encuentros, el equipo de Mallplaza da cuenta de las distintas acciones para contribuir a la sostenibilidad a la compañía tales como la gestión de costos operativos, la rápida instalación de la operación segura en todos los centros comerciales, el despliegue de las iniciativas omnicanales y el relacionamiento con las comunidades. Junto con ello, durante 2020 la subgerencia de sostenibilidad ha participado de distintas reuniones con inversionistas para dar a conocer cómo la compañía ha integrado su estrategia de sostenibilidad al negocio, avanzando en la co-construcción de valor de largo plazo para Mallplaza y todos sus grupos de interés.

**Durante 2020, la compañía logró hacer frente sin deteriorar la posición financiera y manteniendo su calificación de riesgo AA+.**



«Todas las medidas que han tomado nos han ayudado muchísimo como socios comerciales para sobrellevar estos periodos difíciles de una buena manera».

## Sebastián Gebhardt

SOCIO COMERCIAL CHILE



## TRABAJO COLABORATIVO CON PROVEEDORES

### CAPÍTULO 06



Los proveedores de Mallplaza cumplen un rol fundamental en el despliegue de la propuesta de valor de la compañía hacia sus públicos de interés. Durante 2020, la relación de trabajo entre ambos estuvo marcada por la cercanía y coordinación permanente para garantizar la operación segura en todos los ámbitos.

Es así que todos los proveedores relacionados con la construcción de los centros comerciales, así como de los servicios al interior de éstos recibieron capacitaciones y acompañamiento para implementar los protocolos sanitarios exigidos por las autoridades de Chile, Perú y Colombia, y su aplicación fue garantizada a través de responsabilidades contractuales.

De la misma forma, aquellos nuevos proveedores de servicios asociados a la omnicanalidad debieron adaptarse a las normas y protocolos de bioseguridad establecidos por Mallplaza para ingresar a los centros comerciales.

Algunas de las medidas de control preventivo implementadas y supervisadas de manera temprana en los sitios de construcción incluyen, entre otras, el control de asistencia, la aplicación de alcohol gel, el uso de mascarilla en todo momento y la implementación de camarines separados.



Acceso peatonal, Mallplaza Los Dominicos, Chile.



Tienda Hush Puppies, Mallplaza Los Dominicos, Chile.

En cuanto a las medidas contractuales para contribuir a su sostenibilidad, la compañía continuó el pago oportuno y la renegociación de contratos, en los casos que así fue necesario.

Respecto a los instrumentos utilizados por Mallplaza para relacionarse con sus proveedores, se destacan las Normas Generales de Proveedores Mallplaza y una Política de Relacionamiento con Proveedores en la que están descritos los compromisos mutuos, incluyendo temas como la libre competencia, la ética, los derechos humanos y el cumplimiento de leyes laborales y de seguridad social, entre otros.

Además existen canales de comunicación permanentes a través de instrumentos digitales como son la plataforma electrónica de licitaciones y el Portal Proveedores, que mejoran la agilidad de los procesos, transparencia y su trazabilidad. Adicionalmente, a través del Canal de Integridad de Mallplaza, los proveedores cuentan con una instancia de consulta y denuncia de manera anónima y sin represalias.

Por otro lado, para detectar y gestionar riesgos con proveedores de servicios intensivos en mano de obra, como aseo, seguridad y construcción, la compañía cuenta con protocolos para asegurar el cumplimiento de la normativa de salud y seguridad por parte de los proveedores, así como de las condiciones de contratación de sus trabajadores.

Como parte de su estrategia de sostenibilidad, Mallplaza también integra variables de sostenibilidad en la evaluación de proveedores y sus propuestas, junto con cláusulas asociadas a aspectos ambientales, de responsabilidad social y DDHH en todos sus contratos, buscando promover la adopción de prácticas sostenibles en toda la cadena, en línea con los objetivos priorizados a nivel corporativo.

En el caso de los proveedores críticos, estos reciben una evaluación de variables de sostenibilidad entre las que se encuentran leyes laborales, subcontratación y antecedentes legales y financieros.

Los resultados de este modelo de relacionamiento han quedado plasmados en la encuesta SSIndex aplicada a proveedores durante 2020, los que indican que las relaciones entre ellos y Mallplaza han mejorado de manera importante gracias al trabajo de comunicación y coordinación, llevado a cabo por ambas partes, para asegurar la salud del personal de contacto en los centros comerciales, como los guardias de seguridad, el personal de aseo y de mantenimiento.

## Proveedores

	Chile			Perú			Colombia		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
N° de proveedores PYMES	801	766	656	226	269	184	484	544	464
% de PYMES con pago a 30 días	99%	99%	99%	62%	100%	95%	77%	94%	91%
N° de nuevos proveedores con contrato	46	54	38	9	4	118	S/I	18	37
% de nuevos proveedores con cláusulas de RSE	100%	100%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
% del gasto que corresponde a proveedores locales	S/I	99%	99%	99%	99%	96%	95%	95%	95%



Medidas COVID-19, Mallplaza Los Dominicos, Chile.



«Un hito destacable en estos 30 años es la llegada a Colombia con un modelo diferenciador en centros comerciales, que permite a Mallplaza seguir en la senda del crecimiento que ya se había logrado antes en Chile y Perú».

**Pablo Pulido**

COUNTRY MANAGER DE COLOMBIA



## COLABORADORES MÁS UNIDOS QUE NUNCA

### CAPÍTULO 07



## Una cultura de colaboración

Durante 2020, el escenario de pandemia puso a prueba la cultura Mallplaza, reforzada en los últimos dos años por un proceso de transformación basado en procesos ágiles y un trabajo colaborativo, transversal y regional. Gracias a ello, la compañía logró no solo seguir operando, sino también reforzar su gestión como una organización altamente flexible y que aporta a sus colaboradores un buen lugar para desarrollarse.

La rápida consolidación del teletrabajo conseguida en 2020 fue posible gracias a la previa implementación de esta modalidad de manera parcial el año anterior, en la que los colaboradores podían optar por trabajar desde casa un día a la semana. De esta forma, durante 2020 la compañía logró poner en funcionamiento un sistema de teletrabajo efectivo, ágil y seguro para todos los colaboradores de oficinas, proporcionándoles las herramientas e implementos adecuados, garantizando además la calidad de transmisión y la ciberseguridad de los datos.

La Gerencia Regional de Personas y los equipos de RRHH de Perú y Colombia son la estructura que lleva a cabo la estrategia de personas,



Equipo de colaboradores dan la bienvenida en nuevo Mallplaza NQS.

valiéndose de diversas herramientas que faciliten una comunicación fluida a través de instancias presenciales y digitales para acercar y conectar a las personas desde la identidad cultural y los desafíos estratégicos.

Las prácticas instaladas durante el proceso de transformación dieron frutos en este periodo, sobre todo aquellas encaminadas a la comunicación permanente. Entre ellas destacan los Diálogos para el Encuentro, que se adaptaron al formato digital y que lograron conectar de

manera regional a colaboradores de diversas áreas de la compañía, en una instancia de conversación y escucha que se reveló como una de las más importantes en este año.

Se llevaron a cabo más de 83 diálogos a nivel regional, con participaciones de 58% de los colaboradores en Chile, 71% en Colombia y 83% en Perú, sumando un total de 401 asistentes a estas instancias, las que permitieron conocer algunas fortalezas apreciadas por los colaboradores, así como preocupaciones y oportunidades de mejora para el futuro.

## Gestión 2020 al cuidado de los colaboradores

Durante 2020 la salud y seguridad de los colaboradores de Mallplaza estuvieron al centro de toda la estrategia de gestión de personas. En este sentido, durante todo el año se realizaron periódicamente encuestas PULSO, con la intención de contar con información clara y de primera mano de los colaboradores acerca de situaciones de riesgo de contagio de COVID-19 para ellos y sus familiares, así como su situación de bienestar dado el contexto mundial. Este Catastro COVID-19 sirvió para realizar un estricto seguimiento de las poblaciones de riesgo en la compañía y tomar decisiones sobre cómo gestionar este riesgo.

Adicionalmente, se definieron y ejecutaron protocolos para atender y dar seguimiento a los casos de contagio o de contacto estrecho, de manera de acompañar y apoyar a las personas de manera organizada y efectiva, por ejemplo, con pruebas PCR a domicilio, llamados diarios de seguimiento y entrega de cajas de alimentación, con una preocupación por parte de la compañía y quienes trabajan en ella, por hacerlos sentir acompañados y brindar todo el respaldo posible para ellos y sus familiares.

## Salud y seguridad laboral

		AÑO			DESGLOSE GÉNERO	
		2018	2019	2020	HOMBRES	MUJERES
CHILE	N° de víctimas mortales por accidentes laborales	0	0	0	0	0
	Total horas trabajadas	1.096.014	1.116.814	1.056.712	502.324	553.388
	Tasa de accidentes laborales	0,02	0,73	0,19	0	0,43
	Tasa de enfermedades profesionales	0	0	0	0	0
	Tasa de lesiones con tiempo perdido LTIFR	S/I	3,58	0,95	0	1,99
	Tasa de ausentismo	S/I	0,03	0,39	0	0,85
PERÚ	N° de víctimas mortales por accidentes laborales	0	0	0	0	0
	Total horas trabajadas	248.242	269.739	300.403	126.612	173.791
	Tasa de accidentes laborales	0	0	0	0	0
	Tasa de enfermedades profesionales	0	0	0	0	0
	Tasa de lesiones con tiempo perdido LTIFR	S/I	0	0	0	0
	Tasa de ausentismo	S/I	0,01	0	0	0
COLOMBIA	N° de víctimas mortales	0	0	0	0	0
	Total horas trabajadas	154.562	266.858	204.336	91.386	112.500
	Tasa de accidentes laborales	0	0	0	0	0
	Tasa de enfermedades profesionales	0	0	0	0	0
	Tasa de lesiones con tiempo perdido LTIFR	S/I	0	0	0	0
	Tasa de ausentismo	S/I	0,01	0	0	0

Datos en proceso de verificación. Revisar actualización y versión final en <https://www.mallplaza.com/politica-de-sostenibilidad.html>

## Mallplaza Te Cuida

A partir de la información recogida en las encuestas PULSO, Diálogos para el Encuentro y otras instancias de comunicación, se dio inicio a la iniciativa Mallplaza Te Cuida, en el cual se integraron los esfuerzos para mantener y apoyar la salud de los colaboradores, junto con las acciones para dar apoyo, contención y acompañamiento durante la pandemia.

Esta iniciativa de alcance regional incorporó a equipos de las gerencias de Asuntos Corporativos, Recursos Humanos y Operaciones.

Los positivos resultados del programa Mallplaza Te Cuida quedaron reflejados en las dos instancias de medición realizadas a finales de 2020: la encuesta SSIndex para colaboradores aplicada en noviembre y la última encuesta PULSO de diciembre.

Mallplaza Te Cuida incorpora una serie de iniciativas sostenidas en 4 pilares:

Pilar	Objetivos	Iniciativas	Resultados
<b>1. Cercanía</b>	Acompañar el estado personal y emocional de los colaboradores, a través de actividades de apoyo, contención y acompañamiento, incentivando la comunicación continua de los líderes con sus equipos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Encuesta PULSO quincenal</li> <li>Diálogos para el Encuentro</li> <li>Reuniones ampliadas</li> <li>Metodología de comunicación en cascadas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>89% tasa de respuesta regional</li> <li>90% nivel de percepción de cercanía promedio</li> </ul>
<b>2. Liderazgo</b>	Potenciar el rol de los líderes en la comunicación, incorporando nuevas formas de trabajo y fomentando la productividad y el cuidado de los equipos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunicaciones permanentes de los líderes de la compañía</li> <li>Relanzamiento del programa RECONOCE en formato digital</li> <li>Reconocimiento Somos Mallplaza</li> <li>Encuentros de líderes</li> </ul>	
<b>3. Conocimiento del negocio</b>	Acercar a los colaboradores con la realidad actual y futura del negocio, fomentando el sentido de pertenencia y compromiso y desarrollando capacidades que permitan generar nuevos aportes individuales y colectivos.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reuniones de líderes</li> <li>Informativos semanales sobre los avances del negocio</li> <li>Paneles de líderes sobre temas contingentes del negocio</li> </ul>	
<b>4. Calidad de vida y cuidado</b>	Incentivar medidas de autocuidado y contribuir al equilibrio de vida personal y laboral, y promover con ello un estado de ánimo saludable y de apoyo mutuo entre colaboradores.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Comunidades con prácticas de autocuidado y teletrabajo efectivo</li> <li>Programa de apoyo psicológico</li> <li>Actividades recreativas y de acompañamiento</li> <li>Charlas de apoyo psicológico</li> <li>Entrega de herramientas para teletrabajo</li> <li>Protocolo de retorno a las oficinas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>6 charlas con más de 60 personas conectadas</li> </ul>

## Medir para mejorar

Entre noviembre y diciembre de 2020 se llevó a cabo la aplicación de la encuesta SSIndex para todos los colaboradores a nivel regional. En esta encuesta, que mide riesgos asociados a los comportamientos de los colaboradores relacionados con la sustentabilidad de la compañía, se ha podido evidenciar una clara evolución positiva desde 2017 a 2020, con alzas de 9, 21 y 13 puntos en Chile, Perú y Colombia respectivamente.

Adicionalmente, se incluyeron en este índice dos preguntas para evaluar la percepción de efectividad de las iniciativas del programa Mallplaza Te Cuida, mostrando resultados positivos por parte de los colaboradores a nivel regional. Asimismo, se incluyeron preguntas relacionadas con los protocolos y procedimientos realizados para hacer frente a los desafíos del COVID-19, presentando también resultados positivos en los tres países.

En tanto, en la última medición PULSO de diciembre de 2020 se reportó un 92% de percepción de cercanía entre los colaboradores y la alta gerencia de Mallplaza, así como un 96% en la percepción de comunicación efectiva en crisis a través de los diálogos y charlas con los líderes.

La misma tendencia positiva se observó en los resultados de la encuesta de cultura 2020, con una tasa de respuesta promedio de 89% para los tres países, que reportan una evolución histórica de 6 puntos en el promedio regional, además de resultados al alza en todos los principios Mallplaza, comparado con los resultados de 2019. Particularmente destacable es el incremento positivo observado en los tres países en los principios «Trabajamos en equipo con total confianza» y «Lo hacemos nuestro con pasión y convicción».

### Rotación laboral

		AÑO			DESGLOSE GÉNERO	
		2018	2019	2020	HOMBRES	MUJERES
CHILE	Ingresos (N° de colaboradores)	163	128	66	34	32
	Tasa de Rotación laboral	23%	21%	27%	33%	23%
PERÚ	Ingresos (N° de colaboradores)	28	33	15	8	7
	Tasa de Rotación laboral	14%	18%	19%	25%	15%
COLOMBIA	Ingresos (N° de colaboradores)	16	30	21	5	16
	Tasa de Rotación laboral	10%	20%	20%	22%	18%

Información  
sobre  
colaboradores

Chile

POR CATEGORÍA LABORAL	N° TOTAL DE COLABORADORES			DESGLOSE 2020		DESGLOSE 2020 DE N° DE COLABORADORES					
	N° TOTAL DE COLABORADORES			POR GÉNERO (N°)		N° DE INTEGRANTES POR RANGO DE EDAD					
	2018	2019	2020	HOMBRES	MUJERES	"X"<30	30<<X"<40	41<<X"<50	51<<X"<60	61<<X"<70	70<"X"
Gerentes y sub gerentes	100	103	90	55	35	0	26	46	16	2	0
Profesionales y Técnicos	407	419	369	160	209	109	186	57	16	1	0
Otros	35	34	29	4	25	1	13	7	6	2	0
<b>POR TIPO DE CONTRATO</b>											
Plazo indefinido	529	546	480	218	262						
Plazo fijo	13	10	8	1	7						
<b>TOTAL</b>	<b>542</b>	<b>556</b>	<b>488</b>								

Perú

POR CATEGORÍA LABORAL	N° TOTAL DE COLABORADORES			DESGLOSE 2020		DESGLOSE 2020 DE N° DE COLABORADORES					
	N° TOTAL DE COLABORADORES			POR GÉNERO (N°)		N° DE INTEGRANTES POR RANGO DE EDAD					
	2018	2019	2020	HOMBRES	MUJERES	"X"<30	30<<X"<40	41<<X"<50	51<<X"<60	61<<X"<70	70<"X"
Gerentes y sub gerentes	23	25	23	14	9	0	5	15	3	0	0
Profesionales y Técnicos	62	77	76	27	49	28	36	11	1	0	0
Otros	5	25	0	0	0	0	0	0	0	0	0
<b>POR TIPO DE CONTRATO</b>											
Plazo indefinido	90	97	94	39	55						
Plazo fijo	4	5	5	2	3						
<b>TOTAL</b>	<b>94</b>	<b>102</b>	<b>99</b>								

(\*) Los colaboradores de Perú corresponden al personal de Mallplaza Perú S.A., sociedad en la cual Plaza S.A. posee un 33% de participación.

Colombia

POR CATEGORÍA LABORAL	N° TOTAL DE COLABORADORES			DESGLOSE 2020		DESGLOSE 2020 DE N° DE COLABORADORES					
	N° TOTAL DE COLABORADORES			POR GÉNERO (N°)		N° DE INTEGRANTES POR RANGO DE EDAD					
	2018	2019	2020	HOMBRES	MUJERES	"X"<30	30<<X"<40	41<<X"<50	51<<X"<60	61<<X"<70	70<"X"
Gerentes y sub gerentes	14	6	17	11	6	0	10	6	1	0	0
Profesionales y Técnicos	55	66	61	26	35	18	29	13	1	0	0
Otros	0	13	11	4	7	8	2	1	0	0	0
<b>POR TIPO DE CONTRATO</b>											
Plazo indefinido	69	80	85	47	38						
Plazo fijo	0	5	4	2	2						
<b>TOTAL</b>	<b>69</b>	<b>85</b>	<b>89</b>								

Composición por nacionalidad en Chile

	FEMENINO	MASCULINO	TOTAL
Argentina	3	1	4
Boliviana	2	0	2
Chilena	254	211	465
Colombiana	2	0	2
Peruana	2	1	3
Venezolana	6	6	12
<b>Total general</b>	<b>269</b>	<b>219</b>	<b>488</b>

2020

	N° DE INTEGRANTES POR RANGO DE AÑOS EN LA EMPRESA				
	"X"<3	3 - 6	6 - 9	9 - 12	12<"X"
Chile	261	85	59	28	55
Perú	53	27	14	5	0
Colombia	53	15	18	2	1

Remuneraciones  
de ejecutivos principales  
en Chile

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

## Desarrollo integral para colaboradores

Consciente del valor y la riqueza que sus colaboradores aportan a la compañía, Mallplaza ofrece un espacio de desarrollo integral en el que se valoran sus méritos, logros, competencias y desempeño. Para ello, pone a su disposición herramientas de capacitación y oportunidades de aprendizaje con formación de alta calidad, así como evaluaciones de desempeño que les permiten trazar sus caminos de desarrollo personal y laboral.

Las iniciativas de capacitación en 2020 estuvieron principalmente concentradas en dos focos: el primero consideró capacitaciones relacionadas con los distintos protocolos implementados durante las fases de la pandemia, charlas de autocuidado, la iniciativa Mallplaza al día y los Diálogos para el Encuentro. Desde este foco se priorizó la preparación de los colaboradores para enfrentar la crisis sanitaria en todos los aspectos relacionados con su trabajo.



**10.344 horas de capacitación  
en 2020 a nivel regional.**

El segundo foco de capacitación estuvo en migrar algunas de las iniciativas presenciales a formato digital. Destacan instancias de formación como la Academia de Líderes, que se lanzó en noviembre de 2020 y que se trata de una instancia de aprendizaje autogestionado en el que Mallplaza pone a disposición los recursos, herramientas, contenido y ruta para formación de liderazgo para todos los colaboradores incluidos en la evaluación 360.

Otra importante iniciativa que migró a formato digital fue el programa Ser Más, ahora Ser Más Digital, un programa de capacitación abierta a todos los colaboradores a nivel regional, con una malla customizada de acuerdo con los resultados de la evaluación de desempeño de cada uno, que tiene como pilares principales la innovación y la transformación digital, así como los principios de liderazgo y cultura de Mallplaza.

De la misma manera que Mallplaza contempla la capacitación como una herramienta importante para la transformación cultural, la compañía complementa el desarrollo de todos los colaboradores con una evaluación de competencias y metas que impulsa las habilidades necesarias para lograr dicha transformación.

En 2020 por primera vez el modelo de evaluación es el mismo para todos los colaboradores. Se trata de un modelo que utiliza la herramienta digital Rankmi para evaluación de desempeño, enfocado en impulsar las competencias distintivas de la cultura de la compañía en todos los niveles, incorporando instancias de retroalimentación para la gestión de talento.

#### Promedio de HH de formación por trabajador

				DESGLOSE 2020 (PROMEDIO HH)				
				POR GÉNERO (%)		POR CATEGORÍA LABORAL		
	2018	2019	2020	HOMBRES	MUJERES	EJECUTIVOS	PROFESIONALES Y TÉCNICOS	OTROS
Chile	27	36	2,6	3,3	2	1,4	2,8	NA
Perú	16	40	16	15	18	17	17	0
Colombia	8	29	4,5	5,2	4	4,5	4,5	4,5

#### % de empleados con evaluación de desempeño

				DESGLOSE 2020 (PROMEDIO HH)				
				POR GÉNERO (%)		POR CATEGORÍA LABORAL		
	2018	2019	2020	HOMBRES	MUJERES	EJECUTIVOS	PROFESIONALES Y TÉCNICOS	OTROS
Chile	99%	93%	78%	53%	47%	23%	69%	8%
Perú	96%	92%	100%	41%	59%	24%	76%	0%
Colombia	99%	93%	87%	49%	51%	20%	71%	9%

## **Diversidad, inclusión e igualdad de oportunidades**

En el Código de Integridad de Mallplaza se hace explícito el compromiso de la compañía con el respeto por las personas, la igualdad de oportunidades en base a las competencias, mérito y desempeño de cada colaborador, así como el rechazo a cualquier tipo de discriminación.

En materia de diversidad e inclusión la compañía busca avanzar en la construcción de una cultura organizacional y un ambiente laboral diverso e inclusivo, fomentando la inserción, participación y bienestar de las personas. Para lograrlo, en 2020 se llevaron a cabo iniciativas para la formalización de los procedimientos y política aprobados el año anterior. En primera instancia se constituyó y funcionó un Comité de Diversidad e Inclusión y su mesa de trabajo, con la participación de diversas áreas de la compañía, además de los representantes de los tres países y la presencia del Gerente General.

En la misma línea, en mayo de 2020 se llevó a cabo la aprobación de los Cuatro Grupos de Inclusión Mallplaza, para fomentar la inserción y participación de personas en situación de discapacidad, pertenecientes a grupos LGBTI y migrantes, así como el impulso a la equidad de género.

Cada uno de estos grupos presenta avances en materia de iniciativas, por ejemplo, la implementación del Programa de Reclutamiento Inclusivo para personas en situación de discapacidad, además de mejoras en accesibilidad a través de la remodelación de espacios en las oficinas; la aprobación del Procedimiento de Transición de Género, la comunicación interna de la política, gobierno, grupos de inclusión e iniciativas a toda la compañía, y la realización del primer catastro regional, entre otros.

## **Brecha Salarial**

La proporción que representan las remuneraciones brutas base promedio de nuestros colaboradores de género femenino respecto a los colaboradores de género masculino, es el siguiente: para nuestro personal administrativo es mayor en 14%, categoría que representa un 6% del total de colaboradores. Respecto a nuestros profesionales y técnicos, la brecha es -23% que representa un 75,7% del total de dotación. Mientras que para nuestros ejecutivos, subgerentes y gerentes esta brecha entre mujer y hombre es de -13%, categoría que representa 18,3% del total de personas de la compañía.

## Beneficios y remuneraciones

Para Mallplaza es fundamental contribuir a la calidad de vida de todos sus colaboradores y sus familias. Por esta razón, la compañía cuenta con una propuesta integral de beneficios y compensaciones que busca constantemente mantener la equidad salarial entre hombres y mujeres.

Son tres las categorías de beneficios:

### **Beneficios corporativos**

Son aquellos beneficios que todo colaborador posee por ser parte de Mallplaza.

### **Convenios y descuentos:**

Aplicados para diversos productos y servicios en categorías como salud, gastronomía, viajes y turismo, entre otros.

### **Beneficios flexibles**

Sistema de canje de puntos de días libres aplicable a categorías como familia, vida saludable, trámites y tiempo libre.

A nivel regional, Mallplaza dispone de beneficios transversales en los siguientes ámbitos:



#### **Equilibrio trabajo / vida personal**

- Programa «Yo Elijo»: días libres adicionales
- Salida anticipada los días viernes
- Salida anticipada en vísperas de festivos importantes
- Actividades que integran a la familia como día del mini colaborador o día del niño



#### **Vida saludable**

- Chequeos médicos
- Charlas y talleres
- Promoción de actividades saludables, deportivas y recreativas (dentro y fuera del lugar de trabajo)



#### **Beneficios corporativos**

- Seguros complementarios de salud y dental
- Bono por Gestión del desempeño
- Convenios y descuentos (médicos y dentales, otros)
- Regalos de navidad para los hijos menores de 12 años



#### **Celebraciones**

- Aniversario Mallplaza, Fiestas Patrias, entre otros
- Regalos y reconocimientos en fechas especiales (Día de la Madre, Día del Padre, Navidad, Matrimonio, entre otros)

En el marco del Programa Mallplaza Te Cuida muchos de los beneficios regionales de la organización se llevaron a un modelo online, el cual permitió mantener una conexión entre los colaboradores. Así fue como se realizaron actividades deportivas para incentivar y mejorar la salud, clases de cocina para aprender nuevas recetas y compartirlas entre compañeros, charlas nutricionales para mejorar hábitos alimenticios, entrega de regalos para compartir con familia y se realizó exitosamente la campaña de vacunación contra influenza a domicilio para todos los colaboradores de Mallplaza a nivel regional.



«Un cambio importante que ha tenido Mallplaza es cómo ha sabido incorporar la digitalización y la omnicanalidad al centro del negocio. Hoy contamos con un modelo de trabajo ágil, adaptado a la realidad de la compañía e implementado para todos los proyectos, lo que nos ha permitido una velocidad fundamental y un involucramiento por parte de todas las áreas».

**Marina Tannenbaum**

GERENTE DE INNOVACIÓN Y ESTRATEGIA DIGITAL

## PROFUNDIZANDO VÍNCULOS CON LAS COMUNIDADES

CAPÍTULO  
**08**

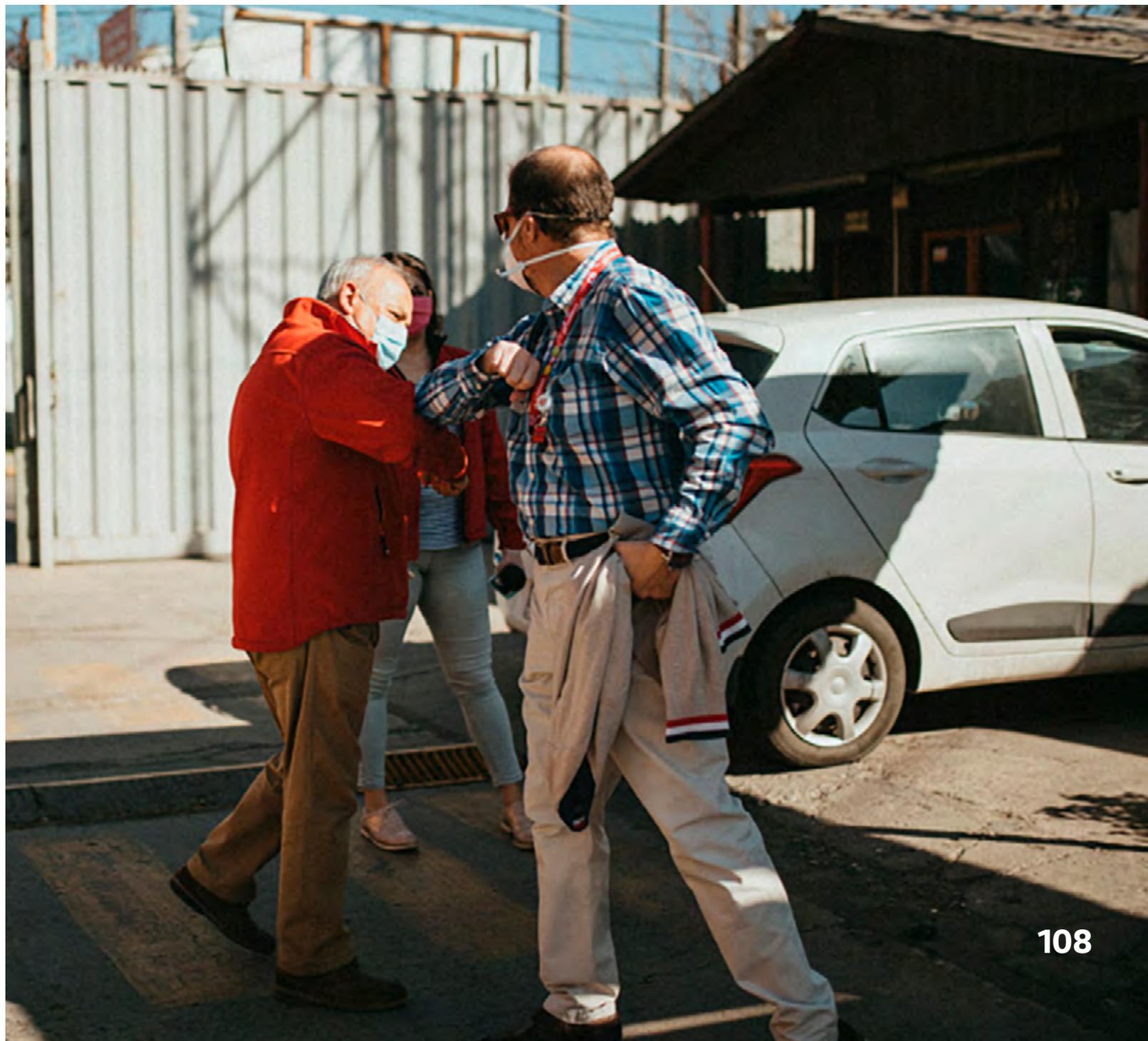


## Relaciones de confianza que construyen valor

El modelo de relacionamiento de Mallplaza con las comunidades se despliega desde etapas iniciales de la construcción de sus centros comerciales y continúa activamente durante toda su operación. De esta forma, la compañía detecta y gestiona a tiempo los riesgos y potencia aquellos ámbitos que le permiten co-construir valor junto a las comunidades, contribuyendo de esta manera al desarrollo de los territorios y a la sostenibilidad de la compañía en el largo plazo.

## Relacionamiento en etapas iniciales

Con una vocación integradora, pero respetuosa de las diferencias e identidades locales de los territorios, Mallplaza materializa una propuesta de valor que no solo facilita el acceso a bienes, servicios y experiencias antes inexistentes, sino que también persigue contribuir a una sociedad inclusiva que valore y fomente la diversidad, el respeto y la dignidad de todas las personas.



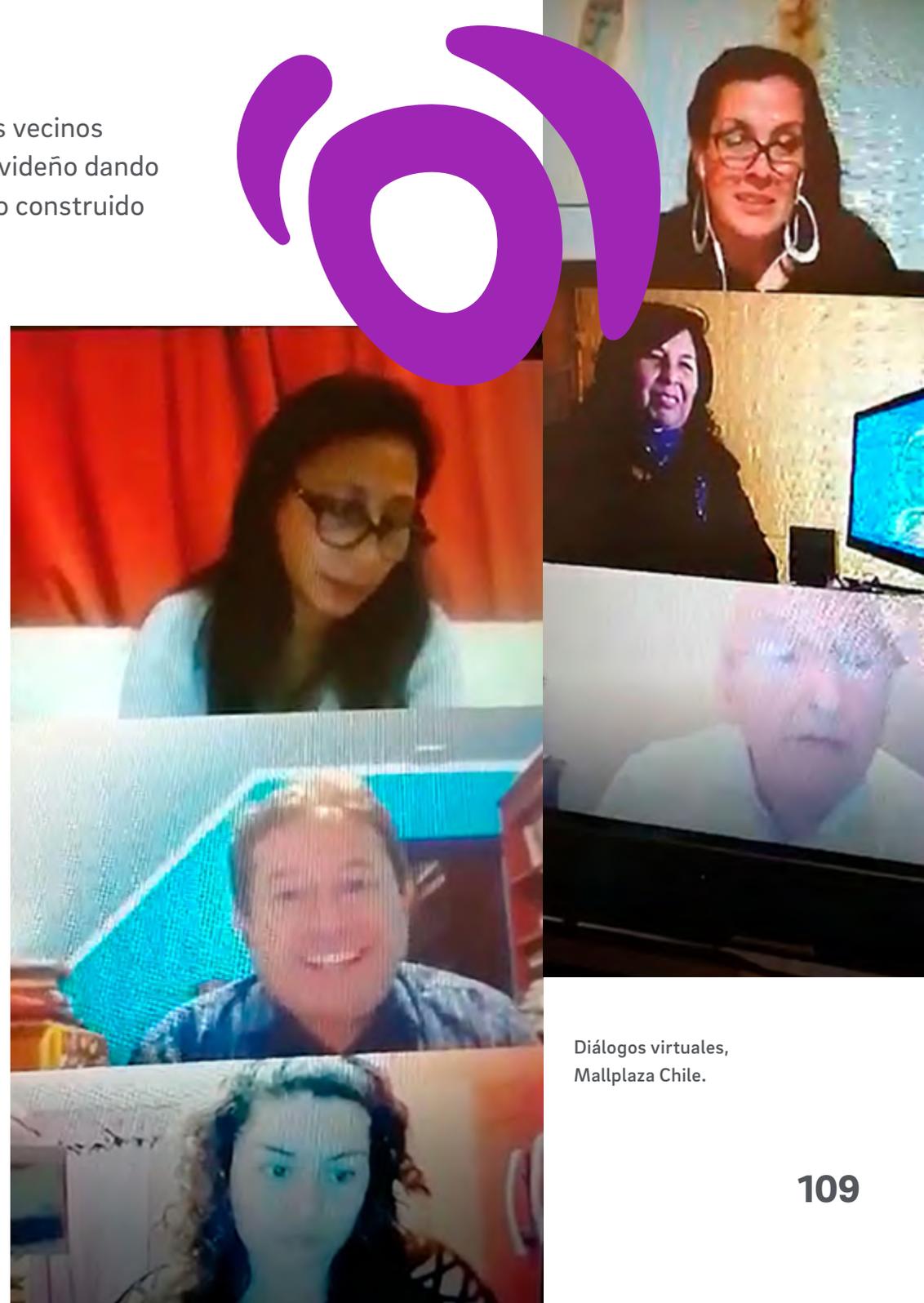
Por eso, a través de una comunicación abierta, honesta y respetuosa, desarrollada desde las primeras etapas de la construcción, la compañía genera un plan de relacionamiento y gestión para cada proceso, el cual incluye espacios de escucha, diálogo e instancias formales de consulta.

En Perú, destaca el relacionamiento llevado a cabo durante 2020 con las comunidades cercanas al nuevo Mallplaza Comas y que evidenció el valor que la comunicación directa y permanente durante todo el proceso constructivo tiene para la compañía. La llegada de este centro comercial a la zona norte de Lima se trabajó durante dos años con un vínculo directo con los vecinos y una estrategia basada en dos frentes: el monitoreo constante de la percepción de la comunidad durante el proceso de construcción y las acciones de vinculación con los vecinos.

En el mes de octubre, Mallplaza Comas pudo finalmente abrir sus puertas a los visitantes y la positiva recepción por parte de la comunidad se hizo evidente no solo en el número de visitantes y las cifras de ventas de registradas por los socios comerciales, sino también a través de un regalo de bienvenida que tiene un fuerte simbolismo

local y que fue entregado por los vecinos el día del encendido del árbol navideño dando cuenta de la cercanía y el vínculo construido por Mallplaza con ellos.

**Durante la pandemia, Mallplaza Comas mantuvo el contacto a través de 15 diálogos virtuales, los cuales permitieron continuar con la comunicación y a la vez mantenerlos informados sobre las condiciones de operación y seguridad del nuevo centro comercial en las etapas previas a la apertura.**



Diálogos virtuales,  
Mallplaza Chile.

Otro ejemplo destacado del relacionamiento en etapa de construcción se dio este 2020 en la ciudad de Cali, Colombia, en donde se plantaron 1729 nuevos árboles como medida de mitigación de impacto ambiental por los trabajos de construcción del Mallplaza Cali, una acción coordinada y consensuada junto a las comunidades del lugar.

### Vínculo con las comunidades durante la operación

El modelo de relacionamiento comunitario de Mallplaza continúa de manera activa durante la operación de sus centros comerciales, con el propósito de mantener una lectura permanente de la realidad y necesidades de las comunidades cercanas, transformándose en activos ciudadanos de los territorios donde están.

Es por ello que en 2020 se llevaron a cabo avances significativos en términos del análisis, matrices de riesgo y data de los territorios de cada uno de los centros urbanos de Mallplaza, no solo para conocer y entender el contexto comunitario de cada centro comercial, sino también para identificar fortalezas, oportunidades y riesgos presentes.

En el contexto de la pandemia COVID-19, Mallplaza focalizó su aporte a la reconstrucción social y la reactivación económica de los territorios, identificando oportunidades para agregar valor y fortalecer la posición de la compañía como un actor que aporta y dinamiza el desarrollo y la economía local. Para ello, se desarrollaron líneas de vinculación directa con las comunidades y se articularon iniciativas de apoyo a través de cuatro focos de trabajo: diálogo permanente, apoyo al empleo local, impulso al emprendimiento y promoción de la cultura.

### Monto total de contribuciones (donaciones, inversión comunitaria y contribuciones en especies)

	Chile	Perú	Colombia
Donaciones	\$191.585.126	PEN 150.000 USD 1500	COL 20.000.000
Inversión comunitaria	\$ 1.163.380.946	PEN 122.000	COL 92.972.352
Contribuciones en especies	0	0	0

**El 100% de nuestros malls cuentan con instancias de escucha y evaluación de impacto a las comunidades, como también evaluaciones del impacto de los programas que desarrolla.**

### Voluntariado Corporativo

En 2020 el trabajo de voluntariado presencial se vio imposibilitado por el confinamiento, sin embargo, Mallplaza gestionó la iniciativa «Comparte tu talento»; una convocatoria de participación a nivel regional, para realizar actividades con los menores de la residencia de la Fundación María Ayuda. En este marco se desarrollaron 6 talleres de temas sugeridos por las mismas niñas, en los que colaboradores voluntarios de Chile y Perú compartieron su tiempo y conocimientos.

## Diálogos virtuales

Con el objetivo de no perder una fuente valiosa de comunicación con las comunidades aledañas a Mallplaza, la compañía adaptó los diálogos vecinales al formato remoto, realizando 85 diálogos virtuales y conversatorios en Chile, Perú y Colombia con 221 vecinos participantes. A partir de estas instancias, Mallplaza pudo identificar las necesidades más urgentes de los vecinos y responder de manera ágil, certera y diferenciada en cada territorio .

- Más de 12.000 cajas de alimentos entregadas en coordinación con los Municipios.
- Difusión permanente de información relevante para comunidades y vecinos, acorde a las etapas sanitarias de la pandemia y las medidas adoptadas por las autoridades.
- Desarrollo de contenidos para sobrellevar la cotidianidad de la pandemia y que están relacionados con el compromiso de Mallplaza para ser un aporte a la calidad de vida de las comunidades, tales como: videos tutoriales

de acercamiento a la tecnología (como utilizar Zoom, Whatsapp y otras aplicaciones de comunicación), envío de actividades de entretenimiento y esparcimiento, además de recetas de comida y panoramas de entretenimiento en casa para contribuir al bienestar emocional de adultos mayores y niños.



## Apoyo al empleo local

Mallplaza es un generador permanente de empleo local y como tal, durante 2020, las acciones de apoyo estuvieron orientadas a la reactivación de la economía local a través de la creación de bolsas de empleo, en alianza con instituciones públicas y privadas. De esta manera junto a sus socios comerciales, se dispusieron plazas laborales para trabajadores y trabajadoras de las mismas comunas donde se ubican los centros urbanos, identificando a aquellas personas que pudiesen cumplir con los perfiles requeridos, de acuerdo al momento de la operación y de los protocolos sanitarios solicitados a las autoridades requeridas. Así, la compañía logró vincular las necesidades de los socios comerciales y proveedores con la gestión laboral de los municipios.

En Perú, además de la contratación de mano de obra local para la construcción de Mallplaza Comas, previo a la apertura se llevó a cabo la iniciativa de conectar a los socios comerciales con las municipalidades para ampliar las oportunidades laborales locales, creando sinergias para convocar talento y emplearlo en la atención del centro comercial.

Por su parte, en Colombia, Mallplaza Cali está siendo construido con la participación de más de 1250 trabajadores aportando mano de obra de las comunidades vecinas del proyecto, que fueron contratados a través de una alianza con la bolsa de empleo Comfandi, con la que se han llevado a cabo jornadas de divulgación de perfiles, convocatorias y recepción de hojas de vida.

**12 centros urbanos**  
(Chile y Colombia)

**961 personas contratadas**  
(Chile y Colombia)

súmate a  
**MALLPLAZA**

conoce los cargos y POSTULA EN

**TRABAJA EN MALLPLAZA.COM**

mallplaza



Artistas locales complementan la propuesta del Mercado La Colonial de Mallplaza Bellavista en Perú.

## La cultura como eje de la sociabilización en pandemia

Mallplaza tiene la convicción del impacto positivo que la cultura tiene sobre las personas, mejorando su calidad de vida y la sociabilización. Por ello, de manera constante, promueve actividades culturales gratuitas y de calidad.

En 2020, previo a la pandemia, las actividades culturales adquirieron un carácter único desarrollando iniciativas con mayor identidad local, convirtiéndose en una manera de establecer vínculos más cercanos con las comunidades de vecinos, con las autoridades y las organizaciones locales. Previo a las restricciones sanitarias, se cuentan más de 115 shows y 500 talleres, con más de 9.000 asistentes en conjunto.

Durante la pandemia en tanto, la compañía buscó la forma de seguir entregando cultura de calidad, entretenida y gratuita a través de los canales digitales disponibles. Para lograrlo, se llevó a cabo la difusión de diversos contenidos digitales junto a Biblioteca Viva y la retransmisión por *streaming* de los musicales que Mallplaza realizó durante los últimos 10 años.

En la reapertura progresiva del comercio no esencial, las actividades culturales siguieron perfilándose hacia la identidad local de cada comunidad. En Perú, en el marco de la campaña #ArteParaTodos, se llevaron a cabo distintas intervenciones por parte de reconocidos artistas locales como Vania Masías y Elliot Tupac, con la finalidad de acercar el arte a las personas y las comunidades.

De la misma manera, en Colombia, y para dar la bienvenida a Mallplaza NQS en Bogotá, se realizó una atractiva intervención cultural en las zonas aledañas al *mall*, de la mano de artistas grafiteros de la ciudad.



«Estos 30 años, son también los 30 años de la historia de muchas comunidades que vieron como sus barrios mejoraron a partir de la llegada de un Mallplaza, pudiendo acceder a múltiples servicios, comercio y entretenimiento de calidad que antes no tenían».

**María Irene Soto**

GERENTE DE ASUNTOS CORPORATIVOS

## COMPROMISO CON EL MEDIOAMBIENTE

### CAPÍTULO 09

**La visión estratégica de sostenibilidad que Mallplaza lleva adelante, tiene una materialidad concreta en su continuo compromiso con la gestión eficiente y circular de sus centros comerciales, la implementación de acciones innovadoras vinculadas a la protección del medio ambiente y la promoción de una creciente conciencia ambiental en sus visitantes, socios comerciales y colaboradores.**

### **Centros comerciales sustentables**

En línea con el ODS 13, «Acción por el clima», la compañía se ajusta a estándares internacionales de mejora continua en materia ambiental, realizando proactivamente el monitoreo y gestión de objetivos, metas e indicadores en las áreas estratégicas del negocio. De esta forma, además de evidenciar el cumplimiento, las auditorías constantes permiten identificar las oportunidades de mejora y los riesgos de manera anticipada, ejecutándose las medidas necesarias de control preventivo.

En cuanto a la construcción sustentable, Mallplaza se preocupa del cuidado y respeto del medio ambiente y el entorno desde etapas tempranas de diseño y construcción de sus centros comerciales, incorporando en ellos las acciones y tecnologías necesarias en términos de eficiencia energética, disminución de emisiones, gestión de residuos y su reciclaje, y eficiencia hídrica, para lograr metas progresivas de acuerdo a estándares internacionales como la certificación LEED, otorgada por el U.S. Green Building Council.

Muestra de ello es que durante 2020 se obtuvo la certificación LEED Silver en construcción de Mallplaza Buenavista en Barranquilla, Colombia, así como la certificación LEED a Operadores en el mismo país.

#### **Centros comerciales certificados LEED Gold**

---

- Mallplaza Egaña
- Mallplaza Copiapó

#### **Centros comerciales certificados LEED Silver**

---

- Mallplaza Arequipa
- Mallplaza Manizales
- Mallplaza Buenavista

#### **En proceso de certificación**

---

- Mallplaza Los Dominicos
- Mallplaza Arica
- Mallplaza Comas

En 2020 la compañía realizó el replanteamiento de sus objetivos ambientales, robusteciendo de esta forma su estrategia para combatir el cambio climático y sus efectos, a través de la definición de tres focos de acción:

1. Impulsar una operación regional carbono neutral.
2. Potenciar la gestión de residuos fomentando la circularidad.
3. Reducir el consumo hídrico de todos los centros comerciales.

Adicionalmente, durante el último trimestre del año, Mallplaza dio inicio a la regionalización de su Sistema de Gestión Ambiental incorporando a Perú y Colombia en esta iniciativa.



Paneles Fotovoltaicos, Mallplaza Cartagena, Colombia.

## Huella de carbono y eficiencia energética

Con el compromiso de impulsar una operación que reduzca de manera sostenida las emisiones de carbono, la compañía incorporó a Perú y Colombia en la medición de la huella en los alcances 1, 2 y 3, para luego establecer objetivos basados en el Science Based Target (SBT), a contar del 2023.

Junto con ello, en 2020 el Centro de Operaciones (COP) se consolidó como la instancia que permite optimizar de manera centralizada el consumo energético de cada centro comercial en los tres países, a través del monitoreo, control y gestión de la energía en los sistemas de clima, fuerza, alumbrado y corrientes de aire a nivel regional.

Para asegurar el aporte real a la eficiencia energética y la disminución de la huella de carbono ajustados al cumplimiento de normativas y estándares de reconocimiento internacional, Mallplaza también se preocupa del constante perfeccionamiento técnico por parte de los profesionales del área, por lo que durante 2020 se

capacitó a 11 colaboradores internos vinculados directamente con la implementación y mantenimiento del sistema de gestión ambiental y energético, para formar auditores internos en las normas ISO 14001:2015, ISO 45001:2018 e ISO 5001:2018.

En el tema de emisiones, durante 2020 se llevó a cabo la cuantificación de las emisiones de GEI mediante el Greenhouse Protocol para los alcances 1 y 2 de sus 17 centros comerciales en Chile. Adicionalmente, se realizó la incorporación al programa Huella Chile, verificando la medición de huella de carbono por parte de una entidad externa.

Actualmente más del 98% de la energía que consumen los centros comerciales en Chile proviene de fuentes renovables no convencionales y como próximo paso se reforzará el trabajo en co-generación en Perú y las energías fotovoltaicas en Colombia.

**Nota 1:**

Para la medición de Huella de Carbono del 2020 de Chile, se incorpora la medición del alcance 3 en los 17 centros comerciales que se encuentran en operación. Esto implica además una mejora en la metodología, lo que significa que la fuente de emisión de los consumos eléctricos, se consideran de forma separada. En el alcance 2 se consideran los consumos de eléctricos de los espacios comunes y parking, y lo consumido por los locales arrendados se consideran en el alcance 3.

**Nota 2:**

Herramienta de cálculo Huella de Carbono Mallplaza 2020. Metodología: "GHG Protocol Corporate Standard" 2004 www.ghgprotocol.org

**Consumos de energías** (Cifras en MM)

	CHILE			PERÚ			COLOMBIA		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Consumo de energía de fuentes no renovables (KW/H)	39,3	7,2	0	21,4	22,8	4,1	0,1	4,1	7,2
Consumo de energía de fuentes renovables (KW/H)	228,5	239,9	52,7	0,026	0,018	0	10	1	1
Total consumo de energía (KW/H)	267,9	247,2	53,2	21,5	22,8	4,2	10,1	5,2	8,3
Consumo de combustibles fósiles (KW/H)	3,9	3,8	0,5	S/I	S/I	0,08	0,03	0,1	0,2

**Consumo energético**

	CHILE			PERÚ			COLOMBIA		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Consumo de electricidad Kwh (Cifras en MM)	264	243,4	52,7	21,5	22,8	4,1	2,7	5,3	7

\*Los consumos el 2020 presentan disminuciones por una menor apertura de los Malls producto de la Pandemia COVID-19. Este indicador representa solo áreas comunes. No incluye el consumo energético de los locales comerciales.

**Huella de carbono en Chile**

HUELLA DE CARBONO 2020 (POR UBICACIÓN)	T CO2 EQ
ALCANCE 1	2.010
ALCANCE 2	20.218
ALCANCE 3	312.456
TOTAL	334.634

REVISA MÁS  
INFORMACIÓN DE  
NUESTRA GESTIÓN  
MEDIOAMBIENTAL.



## Compromiso con la electromovilidad

La apuesta de Mallplaza por la electromovilidad responde al compromiso permanente de la compañía con el transporte limpio y la movilidad dentro de la ciudad, y también al constante esfuerzo por promover una concientización en las personas respecto a la importancia de adoptar nuevos hábitos amigables con el medio ambiente.

Es por ello que en diciembre de 2020 se habilitó el primer espacio de electromovilidad en Mallplaza Tobalaba desarrollada en conjunto con la Asociación de Vehículos Eléctricos de Chile, Copec (Voltex), Automovil Club de Chile, entre otros actores propulsores de la electromovilidad.

Próximamente, contaremos con el Primer Distrito de Electromovilidad en Mallplaza Norte, una zona de 500m<sup>2</sup> que busca convertirse en un polo inédito para el desarrollo y la promoción de este tipo de movilidad en Chile. La propuesta considera a los mejores exponentes de la industria además de una zona de experiencia y de información.

**Mallplaza cuenta con la red más grande de electrolineras en centros comerciales a nivel país**



Smartcargo, es el primer socio de electromovilidad de Mallplaza Tobalaba que cuenta con una amplia oferta de carros utilitarios y scooter eléctricos.





## Gestión integral y valorización de residuos

Potenciar la gestión de residuos fomentando la circularidad es otro de los focos priorizados en la estrategia de medio ambiente para los próximos cinco años con una meta a 2025 de aumentar la valorización de residuos en un 60%, como inicio del camino para llegar a cero residuos.

Entre las iniciativas 2020 para avanzar este camino, destacan en Chile la participación en el Pacto de los Plásticos formando parte de los comités estratégico y técnico, mesas de trabajo de diseño circular, además de la adhesión del 100% de los operadores de *Food & Beverages* de Mallplaza Los Dominicos, Mallplaza Egaña y Mallplaza Norte que cuentan con los biogestores activos. A través del proyecto Reciclo Orgánico, el uso de los biodigestores transforma los residuos orgánicos en un líquido rico en nutrientes que es utilizado posteriormente en los jardines de los centros comerciales.

También en esta línea, en Colombia se sumó un punto limpio en Mallplaza Cartagena, que incentiva la cultura de manejo de residuos entre visitantes y socios comerciales del patio de

comidas y, por otro lado, garantiza el manejo responsable y efectivo de los residuos a través de empresas especializadas.

En Mallplaza Los Dominicos se reabrió el 10 de septiembre de 2020 el Punto Limpio en alianza con Triciclos y Sodimac, que funciona a través de la aplicación Re-Economía Circular en Acción, la cual permite controlar el aforo en el lugar. La aplicación genera un código QR que debe ser

presentado por los visitantes al ingresar al punto, donde son controladas las medidas de seguridad de COVID-19, temperatura, uso de mascarilla y guantes, tras lo cual los residuos son sanitizados para ser dispuestos en los espacios destinados para ellos. Este protocolo de bioseguridad busca generar un ambiente seguro para la reactivación del reciclaje.

**Residuos** (ton)

	CHILE			PERÚ			COLOMBIA		
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020
Peligrosos (Ton)	11	11	8	0	0	0	4	85	0
No peligrosos (Ton)	24.867	24.375	11.087	801	819	340	475	1.116	1.351
MÉTODO DE ELIMINACIÓN:									
• Reciclaje	3.951	3.366	1.656	226	310	167	69	173	194
• Compostaje	765	1.062	553	0	0	0	0	0	82
• Recuperación energética	4.451	6.046	2.878	0	0	0	0	0	0
• Vertedero	15.609	13.818	6.000	575	509	174	406	943	1.075
• Otros	91	83	0	0	0	0	0	0	0

Este indicador representa solo áreas comunes. No incluye el consumo energético de los locales comerciales.

## Huella hídrica y uso eficiente del agua

Comprometidos con el cuidado y uso responsable del agua, Mallplaza se alinea con los estándares de certificación LEED e ISO 14001 que exigen protocolos en el uso, disposición y vertido del agua en sus centros comerciales. Para ello, la compañía está continuamente en búsqueda de tecnologías y oportunidades que le permitan implementar mejoras en la medición y gestión del agua.

Ejemplo de ello son las acciones tomadas para maximizar la eficiencia en la gestión del recurso hídrico en las áreas verdes de los centros comerciales, como el uso de especies vegetales de menor consumo y plantas propias de cada región y la utilización de los nutrientes líquidos recolectados con biodigestores de desechos orgánicos en los centros comerciales de Chile.

El siguiente paso incluye la medición de la Huella Hídrica en dos centros urbanos y sus resultados servirán para actualizar los aprendizajes de la gestión y de esta forma seguir impulsando las mejoras de cara a la meta de los próximos 5 años.

### Agua utilizada (m³)

	CHILE			PERÚ			COLOMBIA		
	2018	2019	2020	2019	2019	2020	2020	2019	2020
Agua municipal	2.825.495	2.624.218	1.656.922	61.376	52.774	31.680	78.884	53.221	53.009
Agua fresca de superficie	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Agua fresca de pozo	148.159	199.569	93.377	240.980	264.065	145.267	0	0	0
Agua devuelta a su origen	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Agua fresca neta total	2.973.654	2.823.787	1.750.299	302.356	316.839	176.947	78.884	53.221	53.009

En Mallplaza desarrollamos diversas medidas para la gestión del cambio climático, tales como:

### Focos de acción cambio climático

Reducir emisiones	Reducir demanda de energía alta en carbono	Reducir impactos al cambio climático
<p>Uso de tecnología y analítica de datos para hacer más eficiente el uso de la energía en tiempo real en todos los Malls a través del Centro de Operaciones COP.</p> <p>Trabajo con socios comerciales para compartir información de consumos para ser más eficientes (software Power Monitoring Expert).</p> <p>Identificación y medición de fuentes directas e indirectas de emisiones de GEI.</p> <p>Certificaciones ISO14001, ISO50001, y LEED de nuevas construcciones.</p>	<p>Más del 98% de la energía utilizada por nuestros centros comerciales de Chile proviene de ERNC.</p> <p>Habilitación de 1.348 estacionamientos para bicicletas.</p> <p>42 estacionamientos exclusivos para autos eléctricos (calzos).</p> <p>21 electrolinerías.</p>	<p>Campañas permanentes de educación y sensibilización medioambiental hacia la comunidad.</p> <p>Capacitación a colaboradores.</p> <p>1729 árboles plantados el 2020. en Cali, Colombia.</p> <p>Gestión responsable de residuos, con acciones tales como el uso de biodigestores que transforman los residuos orgánicos en nutrientes para los jardines, participación en el Pacto chileno por los plásticos, otros.</p> <p>Gestión responsable y más eficiente del agua, con meta de disminuir el recurso hídrico un 30% al 2025.</p> <p>Puntos limpios en los Malls abiertos a la comunidad.</p> <p>Participación y apoyo a Green Building Council y Pacto de los Plásticos.</p>



«Un hito en estos 30 años es el diseño y la estrategia de Mallplaza Egaña. En él se plasmaron muchos de los valores y misiones de cómo construir la propuesta de valor de un centro comercial del futuro».

**Cristián Muñoz**

GERENTE CORPORATIVO COMERCIAL



# INFORMACIÓN CORPORATIVA

## CAPÍTULO 10

Cambios razón social

**La razón social no sufrió modificaciones durante el año 2020.**

Cambios control de la sociedad

**Durante el año 2020 no hubo cambios en el control de la sociedad.**

Domicilio legal

**Comuna y ciudad de Santiago**

Datos de contacto de Plaza S.A.

**+562 2585 7000  
plaza@mallplaza.com  
www.mallplaza.com**

## Identificación de la sociedad

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

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

La última modificación de sus estatutos se acordó en junta extraordinaria de accionistas celebrada el 24 de abril de 2020, cuya acta se redujo a escritura pública en la Notaría Pública de Santiago de don Juan Ricardo San Martín Urrejola con fecha 26 de mayo de 2020. Un extracto de dicha escritura fue inscrito a fojas 34525 número 16896 del Registro de Comercio del Conservador de Bienes Raíces de Santiago de año 2020 y publicado en el Diario Oficial del 12 de junio del mismo año.

## Objeto social

Plaza S.A. tiene por objeto: a/ el desarrollo, construcción, administración, gestión, explotación, arrendamiento y subarrendamiento, en todos los casos con o sin muebles, de centros comerciales del tipo mall, entendiéndose por tal un conjunto de locales comerciales construidos en un mismo paño físico de terreno, en el cual existen, al menos, dos tiendas por departamento y en el cual puede existir cualquier otro tipo de desarrollo comercial, inmobiliario 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; b/ 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; y c/ la prestación de servicios a las sociedades en las cuales participe, 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.

## Actividades y negocio

Plaza S.A. es la sociedad holding que agrupa todas las sociedades propietarias de los centros comerciales que operan bajo la marca Mallplaza en Chile, Colombia y los negocios que operan bajo las marcas Autoplaza y Motorplaza, en Chile y Perú, respectivamente.

Plaza S.A. desarrolla su actividad a través de sus filiales, mediante el arrendamiento de locales en sus centros comerciales, así como la prestación de servicios asociados a ellos, tales como arriendo de espacios publicitarios y actividades de difusión de sus centros comerciales. De esta forma, los clientes de la sociedad son los arrendatarios de locales comerciales, no representando ninguno de ellos en forma individual el 10% o más de los ingresos de la sociedad. Sin perjuicio que, considerando a Grupo Falabella como un solo cliente, supera el 10% pero no excede el 20%. Durante

el 2020 no se incorporaron nuevas actividades y negocios. Durante el año se adquirió Mallplaza NQS, una inversión significativa para la compañía. No se realizaron venta de activos ni fusiones.

Además, en el transcurso del 2020 no se crearon filiales, divisiones de la matriz o filiales relevantes.

### **Sector industrial**

Plaza S.A. participa en el sector inmobiliario de uso comercial, diseñando, construyendo y administrando centros urbanos que proveen una oferta compuesta por un conjunto de tiendas denominadas ancla más una variedad de tiendas y servicios independientes de diversos rubros (vestuario, electrónica, decoración, hogar, etcétera), a lo que se suma una oferta de entretención (food court, cines, restaurantes, cafés y bibliotecas) y servicios (centros médicos, centros educacionales, bancos, correos y farmacias).

La principal marca de la sociedad es Mallplaza, la cual se encuentra registrada ante el Departamento de Propiedad Industrial del Ministerio de Economía, junto a otras marcas propias, en sus diferentes clases. Proveer una oferta diversa de productos, servicios y entretención es el principal atributo de los centros urbanos

Mallplaza, en conjunto con accesibilidad, estacionamientos, seguridad y un posicionamiento publicitario atractivo para el público.

De acuerdo a 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 comerciales 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 comerciales Mallplaza, excluyendo ventas en los sectores automotriz, supermercado, tienda hogar y salud.

No existen proveedores que representen individualmente el 10% del total de suministros de bienes y servicios. Existe un solo cliente del Plaza S.A. que representa más del 10% de los ingresos por actividades ordinarias.

### **Propiedad y concesiones**

Plaza S.A. a través de sus sociedades filiales es propietaria de casi la totalidad de sus centros comerciales, siendo la única concesión que se

mantiene la de la filial Plaza Antofagasta S.A. Con fecha 20 de mayo de 2004, se suscribió un contrato de concesión con Empresa Portuaria de Antofagasta, 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 m<sup>2</sup>, la que puede verse incrementada en el futuro por incorporación de áreas opcionales. En esta área Plaza Antofagasta S.A. construyó y administra actualmente el Centro Comercial Mallplaza Antofagasta. El plazo de duración de la concesión es de 30 años contados desde la fecha de entrega del terreno. Como contraprestación, Plaza Antofagasta S.A. debe pagar mensualmente a Empresa Portuaria de Antofagasta un canon mensual 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.

### **Patentes**

Plaza S.A. y sus filiales no tienen patentes de propiedad registradas a su nombre.

## **Mercado extranjero**

Plaza S.A. no tiene inscritos ni cotiza valores en el mercado extranjero.

## **Plan de Inversión**

Además de los proyectos de inversión anteriormente descritos, la compañía cuenta con terrenos en Chile en la Región de Valparaíso y en la Región del Libertador Bernardo O'Higgins, que en total suman aproximadamente 28 hectáreas.

## **Marco normativo**

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

normativa mediante esta segunda opción y para estos efectos ha suscrito convenios con distintos jardines infantiles a los que paga directamente los gastos por el cuidado de los niños.

Por otra parte, en materia de descanso semanal, de conformidad a lo dispuesto en el número 7 del artículo 38 del Código del Trabajo, se encuentran exceptuados del descanso semanal los establecimientos de comercio y de servicios que atiendan directamente al público. Sin perjuicio de lo anterior, de conformidad a lo previsto en el artículo 2 de la ley 19.973, los días 1 de mayo, 18 y 19 de septiembre, 25 de diciembre y 1 de enero de cada año, son feriados obligatorios e irrenunciables para todos los trabajadores del comercio, con excepción de aquellos que se desempeñan en clubes, restaurantes, establecimientos de entretenimientos, tales como cines, espectáculos en vivo, discotecas, pub, cabarets, casinos de juego y otros lugares de juego legalmente autorizados. Adicionalmente, el artículo 169 de la ley N° 18.700 establece que los días de elecciones populares y plebiscito serán feriados legales y siguiendo la doctrina de la Dirección del Trabajo respecto a estos feriados, la excepción al descanso semanal del número 7 del artículo 38 del Código del Trabajo, no es aplicable a los trabajadores de centros o complejos comerciales administrados bajo

una misma razón social o personalidad jurídica. En definitiva, dando cumplimiento a esta normativa, nuestros Centros Comerciales, funcionan todos los días del año, salvo los días feriados obligatorios e irrenunciables donde solo abren nuestros restaurantes, cines, pubs y discotecas y permanecen totalmente cerrados en fechas de elecciones populares y plebiscitos regidos por la citada ley.

Plaza S.A. se encuentra sujeta a las exigencias y estándares de cumplimiento normativo establecidos por la Ley N° 19.913; las Circulares dictadas por la Unidad de Análisis Financiero en uso de sus facultades; y, la Circular N° 1.809 del año 2006 de la Comisión para el Mercado Financiero, todas relativas a la prevención e investigación de los delitos de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo.

Por otra parte, con fecha 15 de febrero de 2017, entró en vigencia la ley N° 20.967 que regula el cobro del servicio de estacionamiento, introduciendo nuevos artículos en la ley N° 19.496 sobre protección de los derechos del consumidor. En virtud de anterior, entre otras materias, los Centros Comerciales 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.

## Propiedad, accionistas y control

Plaza S.A. está controlada por la sociedad Desarrollos Inmobiliarios SpA, dueña del 59,28% de las acciones, la cual es filial de S.A.C.I. Falabella S.A. Durante el año 2020 no se han producido cambios en el control de la sociedad.

Total de Acciones  
**1.960.000**

El número total de accionistas al 31 de diciembre de 2020 es  
**306**

### COMPOSICIÓN ACCIONARIA DE LOS 12 ACCIONISTAS MAYORITARIOS DE MALLPLAZA S.A.

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	RUT	DIRECCIÓN	Nº ACCIONES	% PARTICIPACIÓN
Desarrollos Inmobiliarios Spa	99.593.960	Huerfanos 1011 Oficina 118	1.161.849.244	59,2780%
Inversiones Avenida Borgoño Spa	79.566.150	Gertrudis Echenique 30 Of.172	274.704.252	14,0155%
Rentas Tissa Limitada	76.271.008	Presidente Errázuriz 2999 Piso 5	225.485.062	11,5043%
Credicorp Capital Sa Corredores De Bolsa	96.489.000	Av Apoquindo 3721 Piso 16	56.382.393	2,8767%
AFP HABITAT S A PARA FDO PENSION C	98.000.100	Huérfanos N° 770, Piso 22	28.131.296	1,4353%
AFP HABITAT S A FONDO TIPO A	98.000.100	Huérfanos N° 770, Piso 22	18.169.405	0,9270%
AFP PROVIDA S.A. PARA FDO. PENSION C	76.265.736	Agustinas 640 Piso 18	17.754.715	0,9059%
AFP HABITAT S A FONDO TIPO B	98.000.100	Huérfanos N° 770, Piso 22	13.314.978	0,6793%
AFP HABITAT S A FONDO TIPO E	98.000.100	Huérfanos N° 770, Piso 22	12.305.539	0,6278%
BANCO SANTANDER POR CUENTA DE INV EXTRANJEROS	97.036.000	Matías Cousiño 167 Piso 1	11.090.181	0,5658%
AFP HABITAT S A FONDO TIPO D	98.000.100	Huérfanos N° 770, Piso 22	10.659.361	0,5438%
Afp Provida S.a. Para Fdo. Pension B	76.265.736	Agustinas 640 Piso 18	9.754.501	0,4977%
TOTAL 12 Mayoritarios			1.839.600.927	93,86%
Otros accionistas minoritarios( 294)			120.399.073	6,14%
TOTAL			1.960.000.000	100,00%

### PORCENTAJE DE PARTICIPACIÓN EN PLAZA S.A DE DIRECTORES Y EJECUTIVOS PRINCIPALES

NOMBRE O RAZÓN SOCIAL	PARTICIPACIÓN EN LA SOCIEDAD
Sergio Cardone Solari	No tiene participación directa ( 1 )
José Pablo Arellano Marín	No tiene
Fernando de Peña Iver	0,0004490 ( 2 )
Pablo Eyzaguirre Court	No tiene
Claudia Manuela Sánchez Muñoz	No tiene
Paul Fürst Gwinner	No tiene participación directa ( 3 )
Juan Pablo Montero Schepeler	No tiene participación directa ( 4 )
Tomás Müller Benoit	No tiene participación directa ( 5 )
Alejandro Puentes Bruno	No tiene
Carlo Solari Donaggio	No tiene participación directa ( 6 )

- (1) Tiene participación indirecta a través del controlador, en la forma indicada en la página 132 de este documento.
- (2) Adicionalmente tiene participación indirecta equivalente al 0,025% a través de la sociedad Inversiones La Florida SpA.
- (3) El director y su familia tienen participación indirecta equivalente al 14,02% a través de Inversiones Avenida Borgoño Limitada.
- (4) Adicionalmente, tiene participación indirecta equivalente al 0,00895% a través de acciones de S.A.C.I. Falabella.
- (5) El director y su familia tienen participación indirecta equivalente al 11,5% a través de sociedades socias de Rentas Tissa Limitada.
- (6) Tiene participación indirecta a través del controlador, en la forma indicada en la página 132 de este documento.

## Información sobre grupo controlador

La sociedad es controlada por los grupos de accionistas que se detallan a continuación. Los referidos controladores tienen un acuerdo de actuación conjunta conforme al texto definitivo y refundido del Pacto de Accionistas que se suscribió con fecha 24 de septiembre de 2013. Dicho pacto contiene limitaciones a la libre disponibilidad de las acciones.

Nombre de la sociedad informante

**Plaza S.A.**

RUT de la sociedad informante

**76.017.019-4**

Periodo financiero

**31-12-2020**

Grupo Auguri	RUT	N° Acciones	%
<b>María Cecilia Karlezi Solari</b>	7.005.097-8	14.000.000	0,56%
<b>Inversiones Auguri Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	78.907.330-9	37.533.331	1,50%
Maria Cecilia Karlezi Solari Sebastian Arispe Karlezi	7.005.097-8 15.636.728-1		
<b>Lucec Tres S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	99.556.440-8	267.803.642	10,67%
Maria Cecilia Karlezi Solari Sebastian Arispe Karlezi	7.005.097-8 15.636.728-1		
Bethia	RUT	N° Acciones	%
<b>Bethia S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	78.591.370-1	230.537.025	9,19%
Liliana Solari Falabella Carlos Alberto Heller Solari Andrea Heller Solari Pedro Heller Ancarola Alberto Heller Ancarola Paola Barrera Heller Felipe Rossi Heller	4.284.210-9 8.717.000-4 8.717.078-0 17.082.751-1 18.637.628-5 15.960.799-2 18.637.490-8		

Bethia	RUT	N° Acciones	%
<b>Inbet S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	85.487.000-9	2.678.697	0,11%
Liliana Solari Falabella	4.284.210-9		
Carlos Alberto Heller Solari	8.717.000-4		
Andrea Heller Solari	8.717.078-0		
Pedro Heller Ancarola	17.082.751-1		
Alberto Heller Ancarola	18.637.628-5		
Paola Barrera Heller	15.960.799-2		
Felipe Rossi Heller	18.637.490-8		
Grupo Corso	RUT	N° Acciones	%
<b>Juan Carlos Cortes Solari</b>	7.017.522-3	2.081.442	0,08%
<b>Teresa Matilde Solari Falabella</b>	4.661.725-8	2.229.487	0,09%
<b>María Francisca Cortes Solari</b>	7.017.523-1	2.082.186	0,08%
<b>Inversiones Mapper Dos Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	76.839.460-1	6.180.193	0,25%
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortes Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortes Solari	7.017.523-1		

Grupo Corso	RUT	N° Acciones	%
<b>Inversiones Quitafal Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	76.038.402-K	18.300.200	0,73%
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortes Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortes Solari	7.017.523-1		
<b>Inversiones Don Alberto Cuatro SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	99.552.470-8	151.079.494	6,02%
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortes Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortes Solari	7.017.523-1		
<b>Mapcor Cuatro SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	99.556.480-7	45.000.000	1,79%
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortes Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortes Solari	7.017.523-1		
<b>Mapcor Cuatro Alfa SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	77.112.738-K.	63.247.346	2,52%
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortes Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortes Solari	7.017.523-1		

Grupo San Vitto Limitada	RUT	N° Acciones	%
<b>Inversiones San Vitto Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	77.945.970-5	243.698.146	9,71%
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
<b>Asesorías e Inversiones Brunello Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	78.907.380-5	8.852.268	0,35%
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
<b>Asesorías e Inversiones Barolo Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	78.907.350-3	8.852.288	0,35%
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
<b>Asesorías e Inversiones Brunello Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	78.907.380-5	8.852.268	0,35%
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
<b>Sandro Solari Donaggio</b>	9.585.729-9	360.000	0,01%

Grupo Liguria	RUT	N° Acciones	%
<b>Inversiones Los Olivos SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	76.360.576-0	219.228.581	8,74%
Juan Cuneo Solari	3.066.418-3		
Paola Cuneo Queirolo	8.506.868-7		
Giorgianna Cuneo Queirolo	9.667.948-3		
<b>Grupo Amalfi</b>	RUT	N° Acciones	%
<b>Importadora y Comercializadora Amalfi SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	87.743.700-0	45.224.102	1,80%
Sergio Cardone Solari	5.082.229-K		
Ines Fantuzzi	6.066.811-6		
Macarena Cardone	10.091.903-6		
Matias Cardone	10.091.901-K		
Valentina Cardone	15.642.572-9		
Josefina Cardone	17.406.681-7		
Francisco de Pablo	12.265.592-K		
Cristian de Pablo	12.585.617-9		
Nicolas de Pablo	13.550.768-7		
<b>Inversiones Vietri S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	76.182.636-0	11.217.037	0,45%
Sergio Cardone Solari	5.082.229-K		
Ines Fantuzzi	6.066.811-6		
Macarena Cardone	10.091.903-6		
Matias Cardone	10.091.901-K		
Valentina Cardone	15.642.572-9		
Josefina Cardone	17.406.681-7		
Francisco de Pablo	12.265.592-K		
Cristian de Pablo	12.585.617-9		
Nicolas de Pablo	13.550.768-7		

Grupo San Vitto Dersa	RUT	N° Acciones	%
<b>Dersa S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	95.999.000-K	136.444.501	5,44%
Jose Luis del Rio Goudie	4.773.832-6		
Barbara del Rio Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Rio Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Rio Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Rio Goudie	6.921.717-6		
Sebastian del Rio Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Rio Goudie	6.888.500-0		
<b>DT Carrera SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	76.338.127-7	35.877.447	1,43%
Felipe del Rio Goudie	5.851.869-7		
Mariana de Jesus Arteaga Vial	6.695.852-3		
Luis Felipe del Rio Arteaga	13.234.925-8		
Andres Antonio del Rio Arteaga	14.118.360-5		
Martin del Rio Arteaga	15.642.668-7		
Javier del Rio Arteaga	16.605.546-6		
Jose Pablo del Rio Arteaga	17.703.172-0		
Mariana Teresita Carmen del Rio Arteaga	18.641.820-4		
<b>Quilicura S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	76.338.077-7	22.415.828	0,89%
Jose Luis del Rio Goudie	4.773.832-6		
Barbara del Rio Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Rio Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Rio Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Rio Goudie	6.921.717-6		
Sebastian del Rio Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Rio Goudie	6.888.500-0		

Grupo San Vitto Dersa	RUT	N° Acciones	%
<b>El Roquerio S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	76.338.125-0	22.415.828	0,89%
Jose Luis del Rio Goudie	4.773.832-6		
Barbara del Rio Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Rio Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Rio Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Rio Goudie	6.921.717-6		
Sebastian del Rio Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Rio Goudie	6.888.500-0		
<b>DT D y D SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	76.338.126-9	34.105.996	1,36%
Juan Pablo del Rio Goudie	5.898.685-2		
Patricia Edwards Braun	5.711.271-9		
Elisa del Rio Edwards	12.628.617-1		
Diego del Rio Edwards	13.234.004-8		
Ana del Rio Edwards	13.435.488-7		
Pedro del Rio Edwards	15.382.612-9		
Sara del Rio Edwards	15.641.769-6		
Paula del Rio Edwards	16.371.405-1		
<b>BFD S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	76.338.129-3	22.415.828	0,89%
Jose Luis del Rio Goudie	4.773.832-6		
Barbara del Rio Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Rio Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Rio Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Rio Goudie	6.921.717-6		
Sebastian del Rio Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Rio Goudie	6.888.500-0		

Grupo San Vitto Dersa	RUT	N° Acciones	%
<b>DT Peñuelas SpA</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	76.338.177-3	33.784.036	1,35%
Carolina del Rio Goudie	6.888.500-0		
Victor Pucci Labatut	6.474.224-8		
Victor Pucci del Rio	15.643.671-2		
Pablo Pucci del Rio	15.637.474-1		
Rodrigo Pucci del Rio	16.371.133-8		
Felipe Pucci del Rio	18.392.648-9		
<b>Inversiones Torca Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	79.875.040-2	5.327.767	0,21%
Ignacio del Rio Goudie	6.921.717-6		
<b>Inversiones Vitacura S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	88.494.700-6	5.376.695	0,21%
Jose Luis del Rio Goudie	4.773.832-6		
Barbara del Rio Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Rio Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Rio Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Rio Goudie	6.921.717-6		
Sebastian del Rio Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Rio Goudie	6.888.500-0		

Grupo San Vitto Dersa	RUT	N° Acciones	%
<b>Inversiones Austral Limitada</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	94.309.000-9	14.255.119	0,57%
Jose Luis del Rio Goudie	4.773.832-6		
Barbara del Rio Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Rio Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Rio Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Rio Goudie	6.921.717-6		
Sebastian del Rio Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Rio Goudie	6.888.500-0		
<b>Inpesca S.A.</b> Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:	79.933.960-9	49.343.681	1,97%
Jose Luis del Rio Goudie	4.773.832-6		
Barbara del Rio Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Rio Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Rio Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Rio Goudie	6.921.717-6		
Sebastian del Rio Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Rio Goudie	6.888.500-0		
<b>Total Controladores</b>		1.770.800.439	70,58%

## Política de dividendos

La Junta de Accionistas de la sociedad acordó como política de dividendos 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.

Durante el ejercicio 2020 no se han distribuido dividendos imputables a la utilidad del ejercicio 2020.

### Dividendos pagados por acción

año	\$
2020	<b>15,45</b>
2019	<b>24,00</b>
2018	<b>21,65</b>

Una sola serie

## Hechos esenciales

### HECHO ESENCIAL N°1/2020

*Santiago, febrero 05 de 2020*

Plaza S.A., el día 30 de mayo de 2011, obtuvo el registro de la línea de bonos, a 10 años por un monto de hasta 3.000.000 de Unidades de Fomento, inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero, con el número 669.

El día 5 de febrero de 2020, la Compañía realizó la tercera colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador, con cargo a la línea antes mencionada, cuyas condiciones más relevantes son las siguientes:

Bonos de la Serie P emitidos con cargo a la línea de bonos N° 669, por una suma total de UF 2.000.000, con vencimiento el día 15 de enero de 2045, en la que se obtuvo una tasa de colocación de 2,08% anual.

Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos Serie P se destinarán en un cuarenta por ciento para refinanciar el vencimiento de deuda bancaria y bonos corporativos en Chile y en un sesenta por ciento para financiar inversiones en proyecto en Chile.

### HECHO ESENCIAL N°2/2020

*Santiago, 30 de marzo de 2020*

En sesión de Directorio de la Sociedad, celebrada con fecha 30 de marzo de 2020, se acordó lo siguiente:

1. Convocar a junta ordinaria de accionistas de la Sociedad (en adelante, la «Junta Ordinaria») para el día 24 de abril de 2020, a las 10:00 horas, en Teatro Municipal, calle Agustinas 794, comuna y ciudad de Santiago, a la que corresponderá conocer de todos los asuntos de su competencia conforme a la ley, incluyendo los siguientes:
  - i. Pronunciamiento sobre la memoria, el balance general, y el estado de resultados consolidado y auditado correspondientes al ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2019.
  - ii. Pronunciamiento sobre el dictamen de auditores externos correspondiente al ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2019.
  - iii. Pago de dividendos y distribución de las utilidades del ejercicio 2019.
  - iv. Política de dividendos para el ejercicio 2020.
  - v. Determinación de la remuneración de los directores.
  - vi. Designación de empresa de auditoría externa para el ejercicio 2020.
  - vii. Designación de clasificadoras de riesgo para el ejercicio 2020.

viii. Designación del diario donde se efectuarán las publicaciones de la Sociedad. ix. Cuenta de las operaciones con partes relacionadas a las que se refiere el artículo 147 de la Ley N°18.046, celebradas durante 2019. x. Cuenta de la gestión del Comité de Directores durante el ejercicio 2019. xi. Determinación de la remuneración de los miembros del Comité de Directores. xii. Determinación del presupuesto de gastos del Comité de Directores.

2. Proponer a la Junta Ordinaria que de las utilidades líquidas distribuibles del ejercicio 2019 (en adelante, las «Utilidades 2019»), la suma de \$30.282.000.000, equivalente al 30% de éstas, sea destinada al pago de un dividendo definitivo y final de \$15,45 por acción, que se pagará el día 4 de mayo de 2020, a los accionistas titulares de acciones inscritos en el Registro de Accionistas al día 27 de abril de 2020, en Avenida Los Conquistadores N°1730, piso 24, Providencia y también a través de las diversas modalidades de pago habituales, que incluyen: depósitos bancarios, despachos certificados y retiro directo en sucursales del Banco de Crédito Inversiones, BCI.

3. Convocar a Junta Extraordinaria de Accionistas de Plaza S.A. a ser celebrada en el Teatro Municipal, calle Agustinas 794, comuna y ciudad de Santiago, inmediatamente a continuación de la Junta Ordinaria antes señalada, con el objeto de someter a consideración de los señores accionistas, la modificación del artículo segundo de los estatutos, en el sentido de cambiar el actual domicilio de la Sociedad ampliándolo a la ciudad de Santiago.

Tendrán derecho a participar en la Junta Ordinaria de Accionistas y en la Junta Extraordinaria de Accionistas ya mencionadas, los titulares de las acciones que se encuentren inscritas en el Registro de Accionistas de la Sociedad a la medianoche del quinto día hábil anterior a aquel fijado para la celebración de las mismas, esto es, hasta la medianoche del día 18 de abril de 2020. En caso de no poder asistir, los accionistas podrán hacerse representar en las respectivas Juntas por otra persona, sea o no accionista. La calificación de poderes para las Juntas, si procediere, se efectuará en el mismo día y lugar en que se celebrarán las juntas de accionistas, a la hora en que éstas deban iniciarse.

El primer aviso de citación a la Junta Ordinaria y a la Junta Extraordinaria se publicará en el diario digital <http://www.latercera.com> y en el diario *El Mercurio* el día 6 de abril de 2020. Los accionistas podrán obtener copia de los documentos que explican, fundamentan y detallan las distintas materias que se someten al conocimiento y a la aprobación de las respectivas Junta en el domicilio social, ubicado en Américo Vespucio 1737, Piso 9, comuna de Huechuraba, ciudad de Santiago, a partir de la fecha de publicación del primer aviso de citación. Asimismo, aquéllos se encontrarán, a contar de esa misma fecha a disposición de los señores accionistas en el sitio web [www.mallplaza.com](http://www.mallplaza.com)

#### **IMPACTO DE LA PANDEMIA DE COVID-19 EN LA JUNTA**

Si antes del 6 de abril de 2020, la Sociedad accede a un servicio viable, confiable y debidamente comprobado que, cumpliendo con los estándares indicados y de seguridad de la información, permita la participación de los accionistas en la Junta Ordinaria y en la Junta Extraordinaria de forma remota, la Sociedad optará por emplear tal

servicio durante las Juntas y ello será anunciado e incluido en los tres avisos de citación que se publicarán durante los 20 días previos a su celebración en el diario electrónico <http://www.latercera.com> y diario El Mercurio. En este caso, la metodología de participación remota en las referidas Juntas de Accionistas se encontrará disponible en el sitio web [www.mallplaza.com](http://www.mallplaza.com)

#### **HECHO ESENCIAL N°3/2020**

*Santiago, 16 de abril de 2020*

Mediante hecho esencial de fecha 30 de marzo del presente año, la Sociedad informó de la convocatoria a Junta Ordinaria de Accionistas y Junta Extraordinaria de Accionistas (en adelante, las «Juntas»), para el día martes 24 de abril de 2020, a partir de las 10:00 horas, en el Teatro Municipal de Santiago, calle Agustinas 794, comuna y ciudad de Santiago. Atendido que las medidas de restricción decretadas por la autoridad sobre el desplazamiento de las personas hacen altamente probable que no se pueda acceder al lugar designado para la realización de la Junta, y considerando lo dispuesto en la Norma de Carácter General N°435 y el Oficio Circular N°1.141, ambos de la

CMF, el Directorio de la Sociedad con esta fecha acordó poner a disposición de los accionistas de la Sociedad medios tecnológicos para que la Junta se lleve a cabo de manera remota. De esta forma, para participar remotamente de la Junta, los accionistas con derecho a participar de la misma deberán registrarse previamente conforme a las instrucciones que se publican a partir de esta fecha en el sitio web de la Sociedad <https://www.mallplaza.com>. Dicho enrolamiento previo deberá realizarse hasta las 14:00 horas del día 23 de abril de 2020. 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 en forma remota y votar electrónicamente en la misma. El día de la Junta, el accionista deberá acceder a la plataforma web que se dispondrá al efecto con el código de acceso (número de control) que se le entregará, para su registro y votación electrónica. El servicio de registro y votación electrónicos empleados son provistos por DCV Registros S.A., filial del Depósito Central de Valores S.A.

#### **HECHO ESENCIAL N°4/2020**

*Santiago, 24 de abril de 2020*

1. En Junta Ordinaria de Accionistas de Plaza S.A., celebrada con fecha 24 de abril de 2020, se adoptaron los siguientes acuerdos:

- a) Aprobar la Memoria, el Balance y el Estado de Resultados del Ejercicio 2019, así como el informe emitido por los auditores externos de la Sociedad.
- b) Que de las utilidades líquidas distribuíbles del ejercicio 2019, que ascendieron a la suma de \$100.074.800.477, la cantidad de \$30.282.000.000 sea destinada al pago de un dividendo definitivo y final de \$15,45 por acción, que se pagará el día 4 de mayo de 2020 a los accionistas titulares de acciones inscritas en el Registro de Accionistas al quinto día hábil anterior a esa fecha. Al efecto se acompaña a la presente Formulario N°1 de la Circular 660 de la Comisión para el Mercado Financiero. El saldo restante, ascendente a la cantidad \$69.729.800.477 será destinado a incrementar el fondo de utilidades acumuladas de la Sociedad.
- c) Como política de dividendos, distribuir durante el curso de cada ejercicio a lo menos el 40% de las utilidades líquidas distribuíbles 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.

- d) Aprobar como remuneración del Directorio para el ejercicio 2020 una dieta mensual fija por el equivalente en pesos a UF90 brutas por cada mes o fracción de mes durante el tiempo en que esté en ejercicio el cargo el director correspondiente a partir de la presente Junta de Accionistas; y, en el caso del Presidente del Directorio, su dieta mensual fija será el equivalente en pesos a UF180 por cada mes o fracción de mes durante el tiempo en que ejerza el cargo a partir de la presente Junta.
- e) Designar como auditores externos a la firma EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías SpA.
- f) Designar como Clasificadores de Riesgo a las empresas Feller Rate Clasificadora de Riesgo Limitada y Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada.
- g) Aprobar que los avisos de citación a futuras Juntas de Accionistas se publiquen en el diario digital La Tercera On line y en el diario El Mercurio.

h) Aprobar como remuneración de los integrantes del Comité de Directores una dieta mensual fija por el equivalente en pesos a UF30 brutas y una dieta mensual suplementaria de UF30 brutas para su presidenta.

- i) Aprobar como presupuesto del Comité de Directores, un monto equivalente a la suma de remuneraciones anuales de los miembros del mismo.
  - j) Por último, se trataron las demás materias propias de este tipo de asambleas.
2. En la Junta Extraordinaria de Accionistas de Plaza S.A., celebrada con fecha 24 de abril de 2020, se acordó modificar los estatutos sociales sustituyendo el artículo segundo de los mismos por el siguiente: «Artículo Segundo: La Sociedad tiene su domicilio en la ciudad de Santiago, Región Metropolitana, sin perjuicio de lo cual, la Sociedad podrá establecer sucursales, agencias, representaciones o delegaciones tanto en otros lugares del país como en el extranjero».

#### HECHO ESENCIAL N°5/2020

*Santiago, 19 de junio de 2020*

Plaza S.A., el día 15 de noviembre de 2019, obtuvo el registro de la línea de bonos, a 30 años por un monto de hasta 10.000.000 de Unidades de Fomento, inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero, con el número 980.

Con fecha de hoy, la Compañía realizó la primera colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador, con cargo a la línea antes mencionada y cuyas condiciones más relevantes son las siguientes:

La colocación correspondió a la Serie S, emitidos con cargo a la línea de bonos N° 980, por una suma total de UF 4.000.000, con vencimiento el día 1 de diciembre de 2029, en la que se obtuvo una tasa de colocación de UF+1,30% anual.

Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos Serie S se destinarán en un 100% para refinanciar pasivos bancarios de Plaza S.A. en Chile.

**HECHO ESENCIAL N°6/2020**

*Santiago, 5 de agosto de 2020*

1. Con fecha 5 de agosto de 2020, Mallplaza, a través del Compartimento Uno del Fondo de Capital Privado Mallplaza, ha suscrito los documentos vinculantes necesarios para adquirir 66.000 metros cuadrados del Centro Comercial Calima, en la ciudad de Bogotá, Colombia, el cual tiene una superficie arrendable total de 93.000 metros cuadrados.
2. La adquisición antes indicada asciende a un total de 485.000 millones de pesos colombianos, equivalentes aproximadamente a US\$128 millones.
3. A esta fecha no es posible cuantificar los resultados de la operación descrita.

**HECHO ESENCIAL N°7/2020 PLAZA S.A.**

*Santiago, 15 de septiembre de 2020*

Con el fin de refinanciar sus pasivos, la Sociedad ha optado por ofrecer a todos los tenedores de bonos de la Serie C emitidos con cargo a la línea

de bonos inscrita en el Registro de Valores de la CMF bajo el N°584 con fecha 30 de abril de 2009 (los «Bonos BPLZA-C»), el canje voluntario de dichos valores por los bonos Serie U emitidos con cargo a la línea inscrita en el Registro de Valores de la CMF bajo el N°767 de fecha 23 de septiembre de 2013 (los «Bonos BPLZA-U»); todo ello en los términos y condiciones que comunicará al público mediante aviso a publicar el día de mañana (16 de septiembre de 2020) en el diario Financiero (el «Canje»).

El texto del referido aviso de Canje se adjunta a esta comunicación como Anexo I (el «Aviso de Canje»).

Mediante este rescate voluntario, Plaza S.A. concederá a todos los tenedores de los bonos BPLZA-C la opción de canjear tales bonos por bonos BPLZA-U, a una relación de intercambio de 1 (un) Bono BPLZA-U por cada 1 (un) Bono BPLZA-C y en condiciones idénticas para todos los tenedores en virtud de lo dispuesto en el Artículo 130 de la Ley N°18.045 de Mercado de Valores, de acuerdo a los términos y con sujeción a las condiciones que se indican en el Aviso de Canje.

**HECHO ESENCIAL N°8/2020 PLAZA S.A.**

*Santiago, 23 de septiembre de 2020*

1. Con fecha 5 de agosto de 2020, Mallplaza comunicó que, a través del Compartimento Uno del Fondo de Capital Privado Mallplaza, había suscrito los documentos vinculantes necesarios para adquirir 66.000 metros cuadrados del Centro Comercial Calima, en la ciudad de Bogotá, Colombia, el cual tiene una superficie arrendable total de 93.000 metros cuadrados. Dicha adquisición ascendió a un total de 485.000 millones de pesos colombianos, equivalentes aproximadamente a US\$128 millones. 2. A esta fecha, se han completado todas las gestiones, trámites e inscripciones requeridas para materializar la adquisición antes mencionada, asumiendo Mallplaza, a través de su filial en Colombia, la propiedad mayoritaria, el control y la administración de referido centro comercial.

**HECHO ESENCIAL N°9/2020 PLAZA S.A.**

*Santiago, 23 de septiembre de 2020*

En línea a lo informado mediante Hecho Esencial de la Sociedad de fecha 15 de septiembre de 2020 a la Comisión, Plaza S.A., el día 23 de septiembre de 2020, realizó el canje de los bonos Serie C emitidos por la Sociedad con cargo a la línea de bonos inscrita en el Registro de Valores de la Comisión bajo el N°584 con fecha 30 de abril de 2009 (los «Bonos BPLZ-C»). A esta fecha, aproximadamente el 87,58% de los Bonos BPLZ-C, que corresponden a la suma vigente de UF 2.388.636, fueron canjeados por los bonos Serie U emitidos con cargo a la línea inscrita en el Registro de Valores de la Comisión bajo el N°767 de fecha 23 de septiembre de 2013 (los «Bonos BPLZA-U») en una relación de intercambio de 1 (un) Bono BPLZA-U por cada 1 (un) Bono BPLZA-C.

**Indicación de las bolsas de valores en las cuales se cotizan acciones desglosado por país precio, presencia bursátil, volumen y monto transados trimestral y anualmente**

PERÍODO	PRECIO CIERRE	PRESENCIA BURSÁTIL	ACCIONES (CANTIDAD DE ACCIONES)	VOLUMEN (MONTO TRANZADO)	PARTICIPACIÓN
1 Trimestre	1.090	98,33%	67.577.776	90.133.667.640	Bolsa de Valores de Santiago, Chile
2 Trimestre	1.385	98,33%	102.846.582	130.966.653.380	Bolsa de Valores de Santiago, Chile
3 Trimestre	1.099	98,33%	31.882.753	42.199.269.990	Bolsa de Valores de Santiago, Chile
4 Trimestre	1.107	98,33%	21.590.017	24.442.102.504	Bolsa de Valores de Santiago, Chile
Total 2020	1.107		223.897.128	287.741.693.514	Bolsa de Valores de Santiago, Chile

**Principales riesgos**

Las empresas del Grupo están expuestas a determinados riesgos que podrían impactar, en mayor o menor medida, el cumplimiento de sus objetivos. Dado esto, el Grupo ha desarrollado un Modelo de Gestión de Riesgos que permite la identificación, evaluación, mitigación y supervisión de los riesgos que enfrenta.

**A. Riesgos propios de la actividad**

**1. Riesgos Financieros.**

Los principales riesgos de este tipo a los que está sujeta Plaza S.A. son: (i) riesgo de liquidez y (ii) riesgo de crédito. Riesgo de mercado se incluyó en la sección de riesgos del mercado en general. 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.

## 2. Condiciones del mercado inmobiliario.

Las condiciones locales del mercado inmobiliario en cada país, como por ejemplo: una oferta excesiva o la reducción de la demanda de espacio comercial, podría afectar negativamente el arriendo de locales en nuestros Centros Comerciales. El Grupo mitiga este riesgo a través de la firma de contratos de arrendamiento de largo plazo y para el caso del desarrollo de un nuevo centro comercial o ampliaciones, lo hace a través de un profundo análisis del mercado involucrado y la firma previa de acuerdos vinculantes con los operadores relevantes.

## 3. Cambios en las leyes y regulaciones vigentes.

Un eventual cambio en el marco regulatorio vigente, o un cambio en la interpretación de las autoridades regulatorias podría afectar a los ingresos o costos de Plaza S.A. Por ejemplo, un cambio en la normativa laboral podría restringir los horarios de apertura de los centros comerciales en días feriados o festivos. Por otro lado, su rentabilidad podría verse afectada ante un cambio negativo en las regulaciones asociadas a los terrenos o a la construcción.

## 4. Riesgos medioambientales.

Como propietarios de bienes raíces podría enfrentar pasivos por contaminación dentro de las comunidades donde se encuentran los centros comerciales, para lo cual Plaza S.A. ha establecido políticas y procedimientos de manera de asegurar en cumplimiento de las regulaciones vigentes en materia medioambiental y además asegurar una operación sostenible de sus centros urbanos basada en las mejores prácticas.

## 5. Ventas Minoristas a través de Internet.

En los últimos años ha aumentado las ventas minoristas a través del comercio electrónico vía internet, los cuales podrían afectar eventualmente cantidad de visitantes. Plaza S.A. gestiona este riesgo fortaleciendo una alta diversificación en su propuesta a los visitantes, concentrando un mix relevante de usos no retail en sus centros comerciales, tales como restaurantes, zonas de juegos, cines, edificios clínicos, centros de educación, centros de servicios, oficinas y venta de automóviles. A su vez, el restante espacio asociado al retail se distribuye en tiendas por departamento, supermercados, tiendas mejoramiento del hogar y el comercio *retail* especializado. Esta alta

diversificación posibilita que los centros comerciales Mallplaza generen múltiples motivos de visitas, donde los ciudadanos tienen la posibilidad de realizar múltiples interacciones, las que potencian sus visitas al centro comercial.

## B. Riesgos del mercado en general

### 1. Ciclo económico.

En general las ventas de nuestros operadores (arrendatarios) están altamente correlacionadas con la evolución del producto interno bruto y el consumo. La caída en el ingreso disponible de las personas, provocada por una eventual contracción económica, podría afectar la tasa de ocupación y los ingresos de los Centros Comerciales. Sin embargo, la política comercial de Plaza S.A. está enfocada en cobros mayoritariamente fijos no asociados a las ventas de sus arrendatarios, por lo que los ingresos de Plaza S.A. son menos sensibles al ciclo económico de los ingresos obtenidos por los locales comerciales generados en razón de sus ventas. Complementariamente los ingresos de arriendo de la Compañía provienen de distintos tipos de operadores, entre cuyos ciclos

de negocios existe una correlación inversa como lo son: los supermercados, mejoramiento hogar, locales de servicios, locales especializados, edificios médicos y de salud, oficinas, centros de educación y entretenimiento (cines y restaurantes), entre otros.

## **2. Riesgo de Mercado.**

Los principales riesgos de mercado a los que se encuentra expuesta Plaza S.A. son el tipo de cambio, las tasas de interés y la inflación.

### **2.1.1. 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 solo en las monedas del negocio en cada país, y en caso de no ser posible, se utilizan derivados de cobertura.

### **2.1.2. Riesgo de tasa de interés.**

Plaza S.A. tiene la mayor parte de su deuda financiera después de coberturas de moneda, a tasa de

interés fija y de largo plazo, de manera de evitar la exposición a fluctuaciones que puedan ocurrir en las tasas de interés variable y que puedan aumentar los gastos financieros.

### **2.1.3. 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, fuente principal de sus ingresos, éstos se denominan en Unidades de Fomento y considerando que la mayor parte de la deuda financiera consolidada después de coberturas se encuentra indexada a la misma unidad de reajuste, es posible establecer que la Compañía mantiene una cobertura económica natural que la protege del riesgo de inflación presente en la deuda consolidada después de coberturas (ingresos indexados a la UF en Chile o IPC en Perú y Colombia).

## **3. Riesgos de la naturaleza.**

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

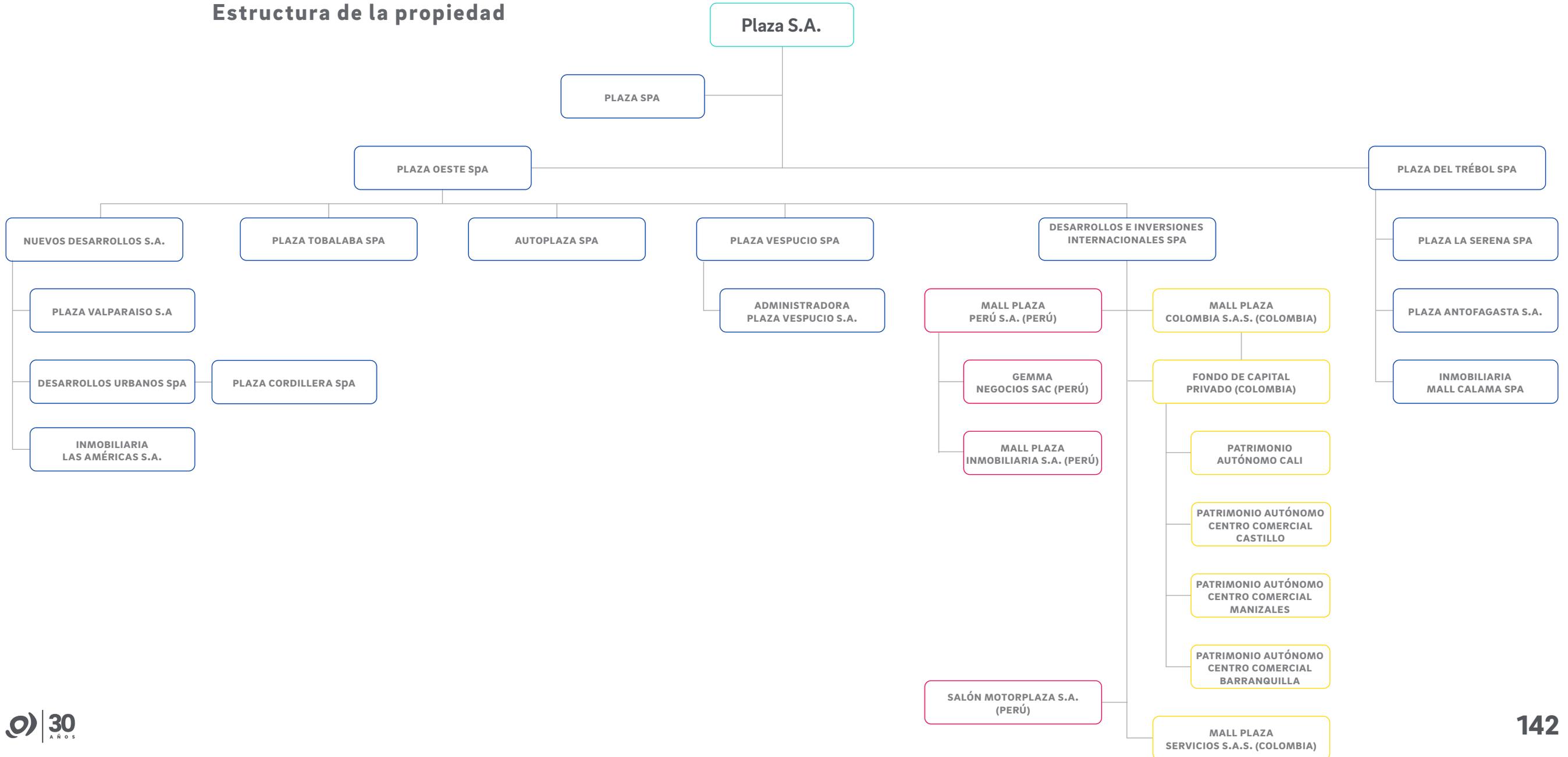
## **4. Riesgos de seguridad informática y tecnológica.**

Existen potenciales riesgos asociados con violaciones de seguridad digital, ya sea a través de ataques cibernéticos, malware, virus informáticos, archivos adjuntos a correos electrónicos, entre otros. Al respecto, Plaza S.A. gestiona la seguridad e integridad de sus redes de TI y sistemas relacionados para minimizar el efecto de una eventual interrupción de la continuidad de los sistemas, apoyándose en empresas especializadas en estos riesgos.

## **5. Pandemia – COVID-19.**

El COVID-19 generó una crisis sanitaria a nivel mundial, y los países donde está Mallplaza no fueron la excepción. El impacto ha sido transversal a un gran número de riesgos, donde las acciones tomadas han sido enfocadas a cada uno de ellos, como se indicó en alguno de los riesgos anteriores. De manera transversal se creó un mapa de calor regional de los riesgos asociados al Covid-19, donde se evaluó el riesgo inherente, se identificaron los principales controles/acciones de mitigación y se determinó el riesgo residual, con el fin de confirmar si las medidas eran suficientes o se necesitaban adicionales.

## Estructura de la propiedad



## Información sobre filiales y subsidiarias

Nombre y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2019	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2018	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Contratos significativos con Plaza S.A.
Plaza SpA	Peso Chileno	129,078	129,078	100	100	0.00	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Oscar Munizaga Delfin	Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.; Cristián Somarriva Labra, Gerente Corporativo de Experiencia y Proyectos Plaza S.A. Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Plaza Oeste SpA	Peso Chileno	546.560.754.388	546.560.754.388	100	100	26,04	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Plaza del Trébol SpA	Peso Chileno	22.619.566.849	22.619.566.849	100	100	14,81	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.	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 y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2019	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2018	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Contratos significativos con Plaza S.A.
Nuevos Desarrollos S.A.	Peso Chileno	268.690.754.733	268.690.754.733	77,5	77,5	15,32	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando De Peña Iver, Nicolás Lewin Muñoz, Eduardo Rodríguez Grau, Pablo Cortés De Solminihac	Oscar Munizaga Delfin	Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.; Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Plaza Tobalaba SpA	Peso Chileno	5.224.152.133	5.224.152.133	100	100	2,72	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Plaza Vespucio SpA	Peso Chileno	3.725.583.546	3.725.583.546	100	100	9,85	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo y Centros Comerciales Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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 y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2019	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2018	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Contratos significativos con Plaza S.A.
Plaza Antofagasta S.A.	Peso Chileno	5.229.502.223	5.229.502.223	100	100	2,46	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Iver Cristián Somarriva Labra Pablo Cortés de Solminihac	Oscar Munizaga D.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente Corporativo de Experiencia y Proyectos Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA	Peso Chileno	200.067.258.514	200.067.258.514	100	100	3,56	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Plaza La Serena SpA	Peso Chileno	4.291.200.056	4.291.200.056	100	100	3,31	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo y Centros Comerciales Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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 y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2019	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2018	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Contratos significativos con Plaza S.A.
Plaza Valparaíso S.A.	Peso Chileno	26.541.678.618	26.541.678.618	77,5	77,5	-0,07	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfin Pablo Cortés de Solminihac	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A. Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Inmobiliaria Mall Calama SpA.	Peso Chileno	3.782.211.889	3.782.211.889	100	100	2,08	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Administradora Plaza Vespucio S.A.	Peso Chileno	416.808.502	416.808.502	99,95676	99,95676	3,28	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfin Pablo Cortés de Solminihac	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo y Centros Comerciales Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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 y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2019	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2018	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Contratos significativos con Plaza S.A.
Desarrollos Urbanos SpA.	Peso Chileno	272.380.899.742	272.380.899.742	77,5	77,5	2,01	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Nuevos Desarrollos S.A.	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Plaza Cordillera SpA.	Peso Chileno	449.377.082	449.377.082	77,5	77,5	0,76	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Nuevos Desarrollos S.A.	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Autoplaza SpA.	Peso Chileno	990.137	990.137	100	100	0,22	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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 y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2019	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2018	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Contratos significativos con Plaza S.A.
Inmobiliaria Mall Las Américas S.A.	Peso Chileno	5.824.837.241	5.824.837.241	76,15	76,15	0,69	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfin, Pablo Cortés de Solminihac	Oscar Munizaga Delfin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Mall Plaza Colombia S.A.S. en liquidación	Peso Colombiano	50.000.000.000	48.476.869.000	100	100	2,71	Desarrollo y administración de Centros Comerciales en Colombia	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfin, Pablo Cortés de Solminihac Fernando de Peña *Cristian Somarriva (S) *Cristian Muñoz (S)	Pablo Pulido Sierra	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Mall Plaza Servicios S.A.S	Peso Colombiano	5.000.000.000	1.165.215.000	100	-	0,03	Desarrollo y administración de Centros Comerciales en Cali	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfin, Pablo Cortés de Solminihac	Pablo Pulido Sierra.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	Se tienen celebrados todos los contratos de Servicios Regionales de back office y TIC.

Nombre y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2019	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2018	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Contratos significativos con Plaza S.A.
Mall Plaza Perú S.A.	Nuevo Sol Peruano	838.605.176,00	838.605.176,00	33,33	33,33	2,27	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Iver, Juan Pablo Montero Schepeler, Juan Xavier Roca Mendenhall, Juan Fernando Correa Malachowski	Mauricio Mendoza Jenkin	Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Juan Pablo Montero Schepeler, Director Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Salón Motor Plaza Perú S.A.	Nuevo Sol Peruano	3.619.397,26	3.619.397,26	100	100	0,06	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Oscar Munizaga Delfín, Cristián Muñoz Gutiérrez, Hernán Silva Villalobos,	Paulina Etcheverry Alvarez	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Cristián Muñoz Gutiérrez, Gerente Corporativo Comercial Plaza S.A.; Hernán Silva Villalobos, Fiscal de Plaza S.A. Paulina Etcheverry Álvarez, Gerente Comercial Espacios Publicitarios Autoplaza, Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.
Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	Nuevo Sol Peruano	123.037.311.00	123.037.311,00	33,33	33,33	0,21	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfin, Cristián Somarriva Labra	Mauricio Mendoza Jenkin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Cristián Somarriva Labra, Gerente Corporativo de Experiencia y Proyectos Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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 y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2019	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 12/31/2018	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Contratos significativos con Plaza S.A.
Gemma Negocios S.A.C	Nuevo Sol Peruano	14.822.450.00	14.822.450.00	23,33	23,33	0,04	Desarrollo y administración de Centros Comerciales	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfin, Cristián Somarriva Labra, Hernán Silva Villalobos, Pablo Cortés de Solminihac, Juan Carlos Córdova del Carpio.	Mauricio Mendoza Jenkin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Cristián Somarriva Labra, Gerente Corporativo de Experiencia y Proyectos Plaza S.A.; Hernán Silva Villalobos, Fiscal de Plaza S.A., Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de Centros Comerciales	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.



«Siempre hay una idea de llegar lo más lejos posible, pero de ese tiempo hasta ahora, parece increíble que llevemos 30 años funcionando».

**Genaro Gómez**

AUXILIAR ADMINISTRATIVO

# ESTADOS FINANCIEROS

## CAPÍTULO 11



## ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

### PLAZA S.A. Y FILIALES

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre de 2020  
y 2019

#### Contenido

Estados de Situación Financiera Consolidados	<b>155</b>
Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función	<b>157</b>
Estados de Flujos de Efectivo Consolidados	<b>159</b>
Estados de Cambios en el Patrimonio Consolidados	<b>160</b>
Notas a los Estados Financieros Consolidados	<b>161</b>

**Plaza S.A. - Sociedad Anónima Abierta**  
**Inscripción en el Registro de Valores n° 1.028**



## Informe del Auditor Independiente

Señores  
Accionistas y Directores  
Plaza S.A. y Filiales

Hemos efectuado una auditoría a los estados financieros consolidados adjuntos de Plaza S.A. y Filiales, que comprenden los estados de situación financiera consolidados al 31 de diciembre de 2020 y 2019 y los correspondientes estados consolidados de resultados integrales, de cambios en el patrimonio y de flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas y las correspondientes notas a los estados financieros consolidados.

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

La Administración es responsable por la preparación y presentación razonable de estos estados financieros consolidados de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera. Esta responsabilidad incluye el diseño, implementación y mantención de un control interno pertinente para la preparación y presentación razonable de estados financieros consolidados que estén exentos de representaciones incorrectas significativas, ya sea debido a fraude o error.

### Responsabilidad del auditor

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

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



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

### Opinión

En nuestra opinión, los mencionados estados financieros consolidados presentan razonablemente, en todos sus aspectos significativos, la situación financiera de Plaza S.A. y Filiales al 31 de diciembre de 2020 y 2019 y los resultados de sus operaciones y los flujos de efectivo por los años terminados en esas fechas de acuerdo con Normas Internacionales de Información Financiera.

Albert Oppenländer L.  
EY Audit SpA

Santiago, 23 de febrero de 2021

## PLAZAS.A. Y FILIALES

### Estados de Situación Financiera Consolidados

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

Activos	Nota	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
<b>Activos</b>			
<b>Activos corrientes</b>			
Efectivo y equivalentes al efectivo	4	202.514.434	35.722.612
Otros Activos financieros corrientes		135.269	820.621
Otros Activos no financieros corrientes	5	17.332.139	12.514.206
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	6	66.304.556	65.826.632
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	7.1	5.046.981	10.170.227
Activos por impuestos corrientes	8	16.049.748	12.834.315
<b>Total activos corrientes en operación</b>		<b>307.383.127</b>	<b>137.888.613</b>
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	2.11	28.716.145	16.981.092
<b>Total activos corrientes</b>		<b>336.099.272</b>	<b>154.869.705</b>
<b>Activos no corrientes</b>			
Otros Activos no financieros no corrientes	5	41.351.815	42.582.543
Cuentas por cobrar no corrientes	6	3.987.834	3.093.085
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	9	81.982.675	94.786.551
Activos intangibles distintos de la plusvalía	10	4.590.807	4.665.718
Plusvalía	10	357.778	357.778
Propiedades, planta y equipo	11	3.871.438	3.346.491
Propiedades de Inversión	12	3.136.473.737	3.052.309.866
Activos por impuestos no corrientes	8	13.842.714	13.559.188
Activos por impuestos diferidos	14.2	17.290.930	14.344.008
<b>Total activos no corrientes</b>		<b>3.303.749.728</b>	<b>3.229.045.228</b>
<b>Total de Activos</b>		<b>3.639.849.000</b>	<b>3.383.914.933</b>

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

## PLAZAS.A. Y FILIALES

### Estados de Situación Financiera Consolidados

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

Patrimonio y pasivos	Nota	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
<b>Pasivos</b>			
<b>Pasivos corrientes</b>			
Otros pasivos financieros corrientes	15	188.521.643	110.428.450
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	16	46.862.741	71.489.750
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	7.2	1.678.534	658.806
Pasivos por arrendamientos corrientes	17	1.213.568	2.011.801
Otras provisiones a corto plazo	27	618.660	470.259
Pasivos por impuestos corrientes	18	1.641.128	4.395.915
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	19	3.988.059	8.254.520
Otros pasivos no financieros corrientes	20	3.686.221	4.728.020
<b>Total pasivos corrientes</b>		<b>248.210.554</b>	<b>202.437.521</b>
Otros pasivos financieros no corrientes	15	1.001.258.338	783.324.517
Cuentas por pagar no corrientes	16	1.074.634	1.074.495
Pasivos por arrendamientos no corrientes	17	15.990.374	16.825.861
Pasivos por impuestos diferidos	14.2	440.370.164	440.007.841
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	19	1.367.323	4.992.047
Otros pasivos no financieros no corrientes	20	24.455.881	22.681.407
Total pasivos no corrientes		1.484.516.714	1.268.906.168
<b>Total de Pasivos</b>		<b>1.732.727.268</b>	<b>1.471.343.689</b>
<b>Patrimonio</b>			
Capital Emitido	21 b)	175.122.686	175.122.686
Ganancias (pérdidas) acumuladas		1.534.893.628	1.527.046.422
Primas de emisión		123.573.274	123.573.274
Otras reservas	21 d)	(73.571.042)	(59.235.879)
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>		<b>1.760.018.546</b>	<b>1.766.506.503</b>
Participaciones no controladoras		147.103.186	146.064.741
<b>Patrimonio total</b>		<b>1.907.121.732</b>	<b>1.912.571.244</b>
<b>Total de patrimonio y pasivos</b>		<b>3.639.849.000</b>	<b>3.383.914.933</b>

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

## PLAZAS.A. Y FILIALES

### Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

Estado de Resultados	Nota	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
		2020 (M\$)	2019 (M\$)
Ingresos de actividades ordinarias	23	187.329.190	309.598.345
Costo de ventas	24.1	(84.314.434)	(81.086.059)
<b>Ganancia bruta</b>		<b>103.014.756</b>	<b>228.512.286</b>
Otros ingresos, por función	24.2	6.082.216	782.023
Gasto de administración	24.1	(40.720.111)	(40.290.736)
Otros gastos, por función	24.3	(5.139.239)	(3.856.661)
<b>Ganancias de actividades operacionales</b>		<b>63.237.622</b>	<b>185.146.912</b>
Ingresos financieros	24.4	8.512.921	2.176.649
Costos financieros	24.5	(35.374.310)	(32.331.966)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	9 a)	(359.810)	2.996.955
Diferencias de cambio	24.5	(305.238)	234.155
Resultados por unidades de reajuste	24.5	(24.297.487)	(20.605.087)
<b>Ganancia antes de impuestos</b>		<b>11.413.698</b>	<b>137.617.618</b>
Gasto por impuestos a las ganancias	14.1 a)	(395.830)	(33.039.006)
<b>Ganancia</b>		<b>11.017.868</b>	<b>104.578.612</b>
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a</b>			
Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora		12.247.610	100.074.801
Ganancia (pérdida) atribuible a participaciones no controladoras		(1.229.742)	4.503.811
<b>Ganancia</b>		<b>11.017.868</b>	<b>104.578.612</b>
<b>Ganancias por acción</b>			
<b>Ganancia por acción básica</b>			
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones continuadas		\$ 6,25	\$ 51,06
<b>Ganancia por acción básica</b>		<b>\$ 6,25</b>	<b>\$ 51,06</b>
<b>Ganancia por acción diluida</b>			
Ganancia (pérdida) diluida por acción en operaciones continuadas		\$ 6,25	\$ 51,06
<b>Ganancia diluida por acción</b>		<b>\$ 6,25</b>	<b>\$ 51,06</b>

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

## PLAZAS.A. Y FILIALES

### Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

Estados de Resultados Integrales	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Ganancia (pérdida)	11.017.868	104.578.612
Componentes de otro resultado integral que no se clasificarán al resultado del ejercicio, antes de impuestos		
Componentes de otro resultado integral que se clasificarán al resultado del ejercicio, antes de impuestos		
Diferencia de cambio por conversión		
(Pérdidas) ganancias por diferencias de cambio de conversión, antes de impuestos	(27.061.094)	21.275.098
Otro resultado integral, antes de impuestos, diferencia de cambio por conversión	<b>(27.061.094)</b>	<b>21.275.098</b>
Coberturas del flujo de efectivo		
Ganancias (pérdidas) por coberturas de flujos de efectivo, antes de impuestos	16.650.526	(13.344.452)
Otro resultado integral, antes de impuestos, coberturas del flujo de efectivo	<b>16.650.526</b>	<b>(13.344.452)</b>
Otros componentes de otro resultado integral, que se clasificarán en el resultado del ejercicio, antes de impuestos	<b>(10.410.568)</b>	<b>7.930.646</b>
Impuestos a las ganancias relacionados con componentes de otro resultado integral		
Impuesto a las ganancias relacionado con coberturas de flujos de efectivo de otro resultado integral	(4.495.642)	3.604.854
Impuestos a las ganancias relacionados con componentes de otro resultado integral	(4.495.642)	3.604.854
Otro resultado integral	<b>(14.906.210)</b>	<b>11.535.500</b>
<b>Resultado Integral Total</b>	<b>(3.888.342)</b>	<b>116.114.112</b>
Resultado integral atribuible a		
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	(2.554.113)	112.314.610
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(1.334.229)	3.799.502
<b>Resultado Integral Total</b>	<b>(3.888.342)</b>	<b>116.114.112</b>

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

## PLAZAS.A. Y FILIALES

### Estados de Flujos de Efectivo Consolidados

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

Estado de Flujo de Efectivo Directo	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación</b>		
<b>Clases de cobros por actividades de operación:</b>		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	223.627.064	373.238.810
<b>Clases de pagos:</b>		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(64.273.427)	(62.663.109)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(33.583.887)	(29.350.464)
Otros pagos por actividades de operación	(26.811.774)	(45.964.423)
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(12.683.971)	(34.314.441)
Otras entradas (salidas) de efectivo	164.720	21.991.084
<b>Flujos de Efectivo Netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación</b>	<b>86.438.725</b>	<b>222.937.457</b>
<b>Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión</b>		
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	(18.421.834)	-
Flujos de efectivo utilizados en la compra de participaciones no controladoras	-	4.841.966
Pagos por compras de activos intangibles	(1.283.496)	(1.466.337)
Pagos por compras de propiedades, planta y equipo	(833.564)	(342.763)
Pagos por compras de otros activos a largo plazo - Propiedades de Inversión	(88.419.824)	(116.209.319)
Préstamos netos a entidades relacionadas recibidos (otorgados)	8.113.715	32.620.000
Intereses recibidos	1.900.906	1.074.147
Otras entradas (salidas) de efectivo	619.732	1.303.880
<b>Flujos de Efectivo Netos de (utilizados en) actividades de inversión</b>	<b>(98.324.365)</b>	<b>(78.178.426)</b>
<b>Flujos de Efectivo Netos de (utilizados en) actividades de financiación</b>		
Importes procedentes de obligaciones con el público	175.908.759	-
Importes procedentes de préstamos	259.312.219	92.326.696
<b>Total importes procedentes de préstamos</b>	<b>435.220.978</b>	<b>92.326.696</b>
Pagos de préstamos	(171.988.613)	(168.075.681)
Pagos de pasivos por arrendamientos financieros	(2.514.246)	(2.316.715)
Pagos de pasivos por arrendamientos	(15.101.109)	(14.235.246)
Pagos de obligaciones con el público	(31.681.070)	(49.564.141)
Dividendos pagados	(35.152.480)	(33.432.423)
Intereses pagados	2.397.325	14.535.095
Otras entradas (salidas) de efectivo	181.180.785	(160.762.415)
<b>Flujos de Efectivo Netos de (utilizados en) actividades de financiación</b>	<b>169.295.145</b>	<b>(16.003.384)</b>
<b>Incremento (Decremento) Neto en Efectivo y Equivalentes al Efectivo</b>	<b>(2.503.323)</b>	<b>170.404</b>
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	35.722.612	51.555.592
Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Estado de Flujo de Efectivo, Saldo Inicial	202.514.434	35.722.612
<b>Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Estado de Flujo de Efectivo, Saldo Final</b>	<b>202.514.434</b>	<b>35.722.612</b>

PLAZAS.A. Y FILIALES

Estados de Cambios en el Patrimonio Consolidados

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

Al 31 de diciembre de 2020	Capital en Acciones	Prima de Emisión	Reservas de Conversión	Reservas de cobertura de flujo de caja	Otras reservas	Total Otras Reservas	Ganancias (Pérdidas) Acumuladas	Patrimonio Neto Atribuible a los propietarios de la Controladora	Participaciones no controladoras	Cambios en Patrimonio Neto, Total
Patrimonio previamente reportado	175.122.686	123.573.274	12.498.839	(10.877.303)	(60.857.415)	(59.235.879)	1.527.046.422	1.766.506.503	146.064.741	1.912.571.244
Cambios en patrimonio										
Resultado integral										
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	-	12.247.610	12.247.610	(1.229.742)	11.017.868
Otro resultado integral	-	-	(24.221.758)	9.420.035	-	(14.801.723)	-	(14.801.723)	(104.487)	(14.906.210)
<b>Resultado integral</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(24.221.758)</b>	<b>9.420.035</b>	<b>-</b>	<b>(14.801.723)</b>	<b>12.247.610</b>	<b>(2.554.113)</b>	<b>(1.334.229)</b>	<b>(3.888.342)</b>
Emisión de patrimonio	-	-	-	-	-	-	-	-	2.397.325	2.397.325
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(3.933.844)	(3.933.844)	(24.651)	(3.958.495)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	-	466.560	466.560	(466.560)	-	-	-
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>(24.221.758)</b>	<b>9.420.035</b>	<b>466.560</b>	<b>(14.335.163)</b>	<b>7.847.206</b>	<b>(6.487.957)</b>	<b>1.038.445</b>	<b>(5.449.512)</b>
<b>Saldo Final ejercicio Actual</b>	<b>175.122.686</b>	<b>123.573.274</b>	<b>(11.722.919)</b>	<b>(1.457.268)</b>	<b>(60.390.855)</b>	<b>(73.571.042)</b>	<b>1.534.893.628</b>	<b>1.760.018.546</b>	<b>147.103.186</b>	<b>1.907.121.732</b>

Al 31 de diciembre de 2019	Capital en Acciones	Prima de Emisión	Reservas de Conversión	Reservas de cobertura de flujo de caja	Otras reservas	Total Otras Reservas	Ganancias (Pérdidas) Acumuladas	Patrimonio Neto Atribuible a los propietarios de la Controladora	Participaciones no controladoras	Cambios en Patrimonio Neto, Total
Patrimonio previamente reportado	175.122.686	123.573.274	(7.291.784)	(3.326.489)	(62.145.636)	(72.763.909)	1.473.698.466	1.699.630.517	128.792.168	1.828.422.685
Disminución del patrimonio por cambios en norma contable	-	-	-	-	-	-	(3.583.771)	(3.583.771)	(100.335)	(3.684.106)
<b>Patrimonio inicial reexpresado</b>	<b>175.122.686</b>	<b>123.573.274</b>	<b>(7.291.784)</b>	<b>(3.326.489)</b>	<b>(62.145.636)</b>	<b>(72.763.909)</b>	<b>1.470.114.695</b>	<b>1.696.046.746</b>	<b>128.691.833</b>	<b>1.824.738.579</b>
Cambios en patrimonio										
Resultado integral										
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	-	-	100.074.801	100.074.801	4.503.811	104.578.612
Otro resultado integral	-	-	19.790.623	(7.550.814)	-	12.239.809	-	12.239.809	(704.309)	11.535.500
<b>Resultado integral</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>19.790.623</b>	<b>(7.550.814)</b>	<b>-</b>	<b>12.239.809</b>	<b>100.074.801</b>	<b>112.314.610</b>	<b>3.799.502</b>	<b>116.114.112</b>
Emisión de patrimonio	-	-	-	-	-	-	-	-	14.951.188	14.951.188
Dividendos	-	-	-	-	-	-	(41.854.853)	(41.854.853)	(1.377.782)	(43.232.635)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	-	1.288.221	1.288.221	(1.288.221)	-	-	-
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>19.790.623</b>	<b>(7.550.814)</b>	<b>1.288.221</b>	<b>13.528.030</b>	<b>56.931.727</b>	<b>70.459.757</b>	<b>17.372.908</b>	<b>87.832.665</b>
<b>Saldo Final Periodo Anterior</b>	<b>175.122.686</b>	<b>123.573.274</b>	<b>12.498.839</b>	<b>(10.877.303)</b>	<b>(60.857.415)</b>	<b>(59.235.879)</b>	<b>1.527.046.422</b>	<b>1.766.506.503</b>	<b>146.064.741</b>	<b>1.912.571.244</b>

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

nota 1.	ACTIVIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS DEL GRUPO	<b>164</b>
nota 2.	PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES	<b>166</b>
2.1	Bases de preparación y presentación	<b>166</b>
2.2.	Nuevas normas, interpretaciones y enmiendas adoptadas por Plaza S.A. y Filiales	<b>166</b>
2.3	Base de consolidación	<b>166</b>
2.4	Moneda de presentación y funcional	<b>167</b>
2.5	Conversión de moneda extranjera	<b>167</b>
2.6	Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes	<b>168</b>
2.7	Estado de Flujos de Efectivo	<b>168</b>
2.8	Activos financieros	<b>169</b>
2.9	Pasivos financieros	<b>169</b>
2.10	Contratos derivados	<b>170</b>
2.11	Activos mantenidos para la venta y operaciones discontinuas	<b>170</b>
2.12	Propiedades, planta y equipo	<b>171</b>
2.13	Propiedades de inversión	<b>172</b>
2.14	Activos intangibles y plusvalías	<b>172</b>
2.15	Deterioro de los activos	<b>174</b>
2.16	Inversiones en asociadas	<b>175</b>
2.17	Combinaciones de negocios y plusvalía	<b>175</b>
2.18	Ingresos diferidos	<b>176</b>
2.19	Arrendamientos	<b>176</b>
2.20	Reconocimiento de ingresos y gastos	<b>176</b>
2.21	Ingresos financieros	<b>177</b>
2.22	Provisión de deudores incobrables	<b>177</b>
2.23	Provisiones	<b>177</b>
2.24	Impuesto a las ganancias	<b>177</b>
2.25	Dividendos	<b>178</b>
2.26	Información financiera por segmentos operativos	<b>178</b>
2.27	Nuevos pronunciamientos contables (NIIF e Interpretaciones del Comité de Interpretaciones de NIIF)	<b>178</b>
nota 3.	ESTIMACIONES Y APLICACIÓN DEL CRITERIO PROFESIONAL	<b>182</b>

nota 4.	EFFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFFECTIVO	<b>183</b>
nota 5.	OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS	<b>183</b>
nota 6.	DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR COBRAR	<b>184</b>
nota 7.	REVELACIONES DE PARTES RELACIONADAS	<b>186</b>
nota 7.1	Cuentas por cobrar empresas relacionadas corrientes	<b>186</b>
7.2	Cuentas por pagar empresas relacionadas corrientes	<b>187</b>
7.3	Transacciones	<b>188</b>
7.4	Compensación del personal clave de Plaza S.A. y Filiales	<b>190</b>
nota 8.	ACTIVOS POR IMPUESTOS	<b>190</b>
nota 9.	INVERSIÓN EN ASOCIADA	<b>190</b>
nota 10.	ACTIVOS INTANGIBLES Y PLUSVALÍA	<b>191</b>
nota 11.	PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO	<b>193</b>
nota 12.	PROPIEDADES DE INVERSIÓN	<b>195</b>
nota 13.	ARRENDAMIENTOS	<b>197</b>
nota 14.	IMPUESTOS A LAS GANANCIAS E IMPUESTOS DIFERIDOS	<b>198</b>
nota 15.	OTROS PASIVOS FINANCIEROS	<b>199</b>
nota 16.	CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR	<b>205</b>
nota 17.	PASIVOS POR ARRENDAMIENTOS	<b>207</b>
nota 18.	PASIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES	<b>207</b>
nota 19.	PROVISIONES POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS	<b>207</b>
nota 20.	OTROS PASIVOS NO FINANCIEROS	<b>208</b>
nota 21.	CAPITAL EMITIDO	<b>208</b>
nota 22.	DIVIDENDOS PAGADOS Y PROPUESTOS	<b>210</b>
nota 23.	INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS	<b>210</b>
nota 24.	OTROS INGRESOS Y GASTOS	<b>210</b>
24.1	Costos y gastos	<b>210</b>
24.2	Otros ingresos por función	<b>210</b>
24.3	Otros gastos, por función	<b>210</b>
24.4	Ingresos financieros	<b>211</b>
24.5	Costos financieros	<b>211</b>
24.6	Costos de investigación y desarrollo	<b>211</b>

nota 25.	TRANSACCIONES EN MONEDA EXTRANJERA	<b>212</b>
nota 26.	INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS	<b>216</b>
nota 27.	COMPROMISOS, RESTRICCIONES Y CONTINGENCIAS	<b>217</b>
nota 28.	ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS	<b>221</b>
nota 29.	INSTRUMENTOS FINANCIEROS	<b>227</b>
nota 30.	VALOR RAZONABLE DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS	<b>228</b>
nota 31.	MEDIO AMBIENTE	<b>229</b>
nota 32.	COVID-19	<b>232</b>
nota 33.	COMBINACIÓN DE NEGOCIOS	<b>233</b>
nota 34.	HECHOS POSTERIORES	<b>234</b>

## PLAZA S.A. Y FILIALES

### Notas a los Estados Financieros Consolidados al 31 de diciembre 2020 y 2019

#### 1. Actividad y estados financieros del grupo

Los Estados Financieros Consolidados de Plaza S.A. y Filiales por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2020 fueron autorizados para su emisión por el Directorio en sesión de fecha 23 de febrero de 2021.

Plaza S.A. ("Plaza" 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 los negocios que operan bajo las marcas Autoplaza y Motorplaza, en Chile y Perú <sup>(1)</sup>, respectivamente. Actualmente, Plaza S.A. opera 25 centros comerciales que totalizan una superficie arrendable de 1.814.000 m<sup>2</sup> (más de 4.190 locales), distribuidos en sus filiales de Chile con 1.381.000 m<sup>2</sup>, Colombia con 164.000 m<sup>2</sup> y con su participación en Perú a través de la asociada Mall Plaza Perú S.A. con 269.000 m<sup>2</sup> que también opera bajo la marca mallplaza.

<sup>(1)</sup> En Perú, Plaza S.A. opera a Mall Plaza Perú S.A., asociada donde posee un 33,33% de su propiedad. Mall Plaza Perú S.A. es propietaria de tres centros comerciales.

Plaza S.A. desarrolla, construye, administra, gestiona, explota, arrienda y subarrienda locales y espacios en centros comerciales del tipo "mall".

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 59,28% de las acciones de la Compañía.

Los Estados Financieros Consolidados incluyen las siguientes subsidiarias:

Subsidiaria	RUT	País	Moneda Funcional	Porcentaje de participación					
				Al 31 de diciembre de 2020			Al 31 de diciembre de 2019		
				Directa	Indirecta	Total	Directa	Indirecta	Total
Plaza 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
Administradora Plaza Vespucio S.A.	79.990.670-8	Chile	Peso Chileno	-	99,95676	99,95676	-	99,95676	99,95676
Plaza La Serena SpA.	96.795.700-3	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Plaza Oeste SpA.	96.653.650-0	Chile	Peso Chileno	99,99999	0,00001	100	99,99999	0,00001	100
Plaza Antofagasta S.A.	99.555.550-6	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA.	76.883.720-1	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Salón Motorplaza Perú S.A.	0-E	Perú	Nuevo Sol Peruano	-	100	100	-	100	100
Autoplaza SpA.	76.044.159-7	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Inmobiliaria Mall Calama SpA.	96.951.230-0	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Nuevos Desarrollos S.A.	76.882.330-8	Chile	Peso Chileno	-	77,50	77,50	-	77,50	77,50
Plaza Valparaíso S.A.	76.677.940-9	Chile	Peso Chileno	-	77,50	77,50	-	77,50	77,50
Desarrollos Urbanos SpA.	99.564.380-4	Chile	Peso Chileno	-	77,50	77,50	-	77,50	77,50
Plaza Cordillera SpA.	76.882.090-2	Chile	Peso Chileno	-	77,50	77,50	-	77,50	77,50
Plaza del Trébol SpA.	96.653.660-8	Chile	Peso Chileno	99,99999	0,00001	100	99,99999	0,00001	100
Plaza Tobalaba SpA.	96.791.560-2	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Mall Plaza Colombia S.A.S.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	-	-	-	100	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 Calima.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	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
Inmobiliaria Mall Las Américas S.A.	96.824.450-7	Chile	Peso Chileno	-	76,15417	76,15417	-	76,15417	76,15417

Con fecha 01 de diciembre de 2020, se disuelve la filial Mallplaza Colombia S.A.S.

Con fecha 05 de agosto de 2020, la filial Fondo de Capital Privado Mallplaza adquirió el 100% de Patrimonio Autónomo Calima.

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019, Plaza S.A. y Filiales presenta el siguiente número de colaboradores:

	Al 31 de diciembre de 2020	Al 31 de diciembre de 2019
Chile	488	529
Colombia	89	79
Total colaboradores	577	608
Ejecutivos Principales	29	33
Promedio colaboradores	590	625

## 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, 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 2020 y 2019 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), considerando requerimientos de información adicionales de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), los cuales no se contradicen a las normas NIIF.

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 3 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 2020 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 2019.

### 2.3 Base de consolidación

Los Estados Financieros Consolidados comprenden los Estados Financieros de Plaza S.A. y Filiales al 31 de diciembre de 2020 y 2019.

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.

## 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 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.

## 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 2020 y 2019 son los siguientes:

	Al 31 de diciembre de 2020	Al 31 de diciembre de 2019
Dólar estadounidense (US\$)	710,95	748,74
Euro (EUR)	873,30	839,58
Nuevo sol peruano (PEN)	196,36	226,14
Peso colombiano (COP)	0,21	0,23
Unidad de Fomento (UF)	29.070,33	28.309,94

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.

## 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.

En caso de que existan obligaciones cuyo vencimiento sea inferior a doce meses, pero cuyo refinanciamiento a largo plazo esté asegurado a discreción de la Sociedad, mediante contratos de crédito disponibles de forma incondicional con vencimiento a largo plazo, se podrían clasificar como pasivos no corrientes.

## 2.7 Estado de Flujos de Efectivo

El Estado de Flujos de Efectivo Consolidado 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 al cierre de cada ejercicio financiero. 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.

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.

### 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 utilizados actualmente 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 solo 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 2020 y 2019, la compañía ha clasificado activos mantenidos para la venta por M\$ 28.716.145 y M\$ 16.981.092, respectivamente.

Plaza S.A. y Filiales ha realizado 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.

## 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
Activo por derecho de uso Oficinas	5

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

De acuerdo a lo señalado en la NIIF 1, Plaza S.A. optó por valorizar las Propiedades de inversión a su valor justo y utilizar ese valor como costo atribuido a la fecha de re-convergencia al 1 de enero de 2015. Desde la conversión a NIIF en adelante se ha aplicado el modelo de costo.

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

El importe en libros de la Propiedad de inversión se da de baja en cuentas cuando éstas han sido enajenadas o cuando son permanentemente

retiradas de uso y no se espera ningún beneficio económico futuro debido a su disposición. Cualquier utilidad o pérdida al retirar o disponer de una Propiedad de inversión es reconocida en el Estado de Resultados en el ejercicio en el cual se retira o enajena.

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.

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

Categoría	Años
Edificios (*)	80
Exteriores	8 a 30
Terminaciones	30
Instalaciones	5 a 25
Maquinarias y equipos	5 a 25
Mobiliario	8
Activo por derecho de uso Terrenos	15 a 62
Activo por derecho de uso Otros	1 a 10

(\*) El Edificio de la Sociedad Plaza Antofagasta S.A. se deprecia en 30 años según contrato de concesión.

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.

### 2.14 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 vida útil finita son revisados al menos al cierre de cada ejercicio financiero. Los cambios esperados en la vida útil o beneficios económicos futuros incluidos en el activo son tratados como cambios en estimaciones contables. El gasto por amortización de activos intangibles con vidas finitas es reconocido en el Estado de Resultados dentro de gastos de administración.

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

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

Los intangibles identificados por Plaza S.A. y 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.

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

#### 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.

### 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	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 de la propiedad de inversión y del activo intangible, el valor en uso es el criterio utilizado por Plaza S.A. y Filiales en prácticamente la totalidad de los casos.

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. Plaza S.A. y Filiales realizó su prueba de deterioro al 31 de diciembre de 2020.

### 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 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 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.

### 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.

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.

### 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

A partir del 1 de enero de 2019, la NIIF 16 introduce 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.

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. Solo 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"), siendo un porcentaje menor de éstos asumidos como costo por la Sociedad. Dado que este concepto no genera margen para la Sociedad,

se registra como costo de explotación 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 los lineamientos de la NIIF 9 que establece que se debe considerar las pérdidas crediticias esperadas.

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 la antigüedad de las cuentas por cobrar y a un análisis individual de los deudores morosos, donde se consideran, además, antecedentes financieros, protestos, comportamiento histórico de pago, garantías recibidas y estimación de pérdidas crediticias esperadas.

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.

### 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 un pasivo por el 30% de las utilidades líquidas distribuibles, el que se registra contra la cuenta de Ganancias (Pérdidas) Acumuladas en el Estado de Cambios en el Patrimonio.

Los dividendos provisorios y definitivos se registran como menor Patrimonio en el momento de su aprobación por el órgano competente, que en el primer caso normalmente es el Directorio de la Sociedad, mientras que en el segundo la responsabilidad recae en la Junta 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 26 se presenta información por Segmento.

### 2.27 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:

Mejoras y modificaciones		Fecha de aplicación obligatoria
NIIF 3	Referencia al Marco Conceptual	1 de Enero de 2022
NIC 37	Contratos onerosos – costo de cumplimiento de un contrato	1 de Enero de 2022
NIC 1	Clasificación de pasivos como corrientes o no corrientes	1 de Enero de 2023
NIIF 10 y NIC 28	Estados Financieros Consolidados – venta o aportación de activos entre un inversor y su asociada o negocio conjunto	Por determinar

### NIIF 3 “Combinaciones de Negocios” - Referencia al Marco Conceptual

En mayo 2020, el IASB emitió enmiendas a la norma NIIF 3 “Combinaciones de Negocios” – Referencia al Marco Conceptual. Estas enmiendas están destinadas a reemplazar la referencia a una versión anterior del Marco Conceptual del

IASB (Marco de 1989) con una referencia a la versión actual emitida en marzo 2018 sin cambiar significativamente sus requerimientos.

Las enmiendas serán efectivas para ejercicios que comiencen en o después del 1 de enero de 2022 y deben ser aplicadas retrospectivamente. Se permite la aplicación anticipada si, al mismo tiempo o con anterioridad, una entidad aplica también todas las enmiendas contenidas en las enmiendas a las Referencias al Marco Conceptual de las Normas IFRS emitidas en marzo de 2018.

Las enmiendas proporcionarán consistencia en la información financiera y evitarán posibles confusiones por tener más de una versión del Marco Conceptual en uso.

La Compañía se encuentra evaluando el impacto que podría generar la mencionada norma.

### **NIC 37 "Provisiones, Pasivos Contingentes y Activos Contingentes" - Contratos onerosos – Costo de cumplimiento de un contrato**

En mayo 2020, el IASB emitió enmiendas a la norma NIC 37 Provisiones, Pasivos Contingentes y Activos Contingentes para especificar los costos que una entidad necesita incluir al evaluar si un contrato es oneroso o genera pérdidas.

La enmienda será efectiva para ejercicios que comiencen en o después del 1 de enero de 2022. La enmienda debe ser aplicada retrospectivamente a los contratos existentes al comienzo del periodo anual sobre el que se informa en el que la entidad aplique por primera vez la enmienda (fecha de la aplicación inicial). La aplicación anticipada es permitida y debe ser revelada.

Las enmiendas están destinadas a proporcionar claridad y ayudar a garantizar la aplicación consistente de la norma. Las entidades que aplicaron previamente el enfoque de costo incremental verán un aumento en las provisiones para reflejar la inclusión de los costos relacionados directamente con las actividades del contrato, mientras que las entidades que previamente reconocieron las provisiones por pérdidas

contractuales utilizando la guía de la norma anterior, NIC 11 Contratos de Construcción, deberán excluir la asignación de costos indirectos de sus provisiones.

La Compañía se encuentra evaluando el impacto que podría generar la mencionada norma.

### **NIC 1 "Presentación de Estados Financieros" - Clasificación de pasivos como corrientes o no corrientes**

En junio 2020, el IASB emitió enmiendas a los párrafos 69 al 76 de NIC 1 para especificar los requerimientos para la clasificación de los pasivos como corrientes o no corrientes.

Las enmiendas son efectivas para ejercicios que comiencen en o después del 1 de enero de 2023, las entidades deben considerar cuidadosamente si hay algún aspecto de las enmiendas que sugiera que los términos de sus acuerdos de préstamos existentes deben renegociarse. En este contexto, es importante resaltar que las enmiendas deben aplicarse retrospectivamente.

La Compañía se encuentra evaluando el impacto que podría generar la mencionada norma.

### **NIC 28 "Inversiones en Asociadas y Negocios Conjuntos", NIIF 10 "Estados Financieros Consolidados"- Venta o aportación de activos entre un inversor y su asociada o negocio conjunto**

Las enmiendas a NIIF 10 "Estados Financieros Consolidados" y NIC 28 "Inversiones en Asociadas y Negocios Conjuntos (2011)" abordan una inconsistencia reconocida entre los requerimientos de NIIF 10 y los de NIC 28 (2011) en el tratamiento de la venta o la aportación de activos entre un inversor y su asociada o negocio conjunto. Las enmiendas, emitidas en septiembre de 2014, establecen que cuando la transacción involucra un negocio (tanto cuando se encuentra en una filial o no) se reconoce toda la ganancia o pérdida generada.

Se reconoce una ganancia o pérdida parcial cuando la transacción involucra activos que no constituyen un negocio, incluso cuando los activos se encuentran en una filial. La fecha de aplicación obligatoria de estas enmiendas está por determinar debido a que el IASB está a la espera de los resultados de su proyecto de investigación sobre la contabilización según el método

de participación patrimonial. Estas enmiendas deben ser aplicadas en forma retrospectiva y se permite la adopción anticipada, lo cual debe ser revelado.

La Compañía se encuentra evaluando el impacto que podría generar la mencionada norma.

### **Nuevas normas, interpretaciones y enmiendas adoptadas por Plaza S.A. y Filiales**

#### **Marco Conceptual (revisado)**

El IASB emitió el Marco Conceptual (revisado) en marzo de 2018. Este incorpora algunos nuevos conceptos, provee definiciones actualizadas y criterios de reconocimiento para activos y pasivos y aclara algunos conceptos importantes.

Los cambios al Marco Conceptual pueden afectar la aplicación de NIIF cuando ninguna norma aplica a una transacción o evento particular.

El Marco Conceptual revisado entra en vigencia para periodos que empiezan en o después de 1 de enero de 2020.

La Compañía ha adoptado esta interpretación la cual no tuvo impactos materiales en los Estados Financieros al 01.01.2020.

### **NIC 1 "Presentación de Estados Financieros" y NIC 8 "Políticas Contables, Cambios en las Estimaciones Contables y Errores" - Definición de material**

En octubre de 2018, el IASB emitió enmiendas a NIC 1 Presentación de Estados Financieros y NIC 8 Políticas contables, cambios en las estimaciones contables y errores, para alinear la definición de "material" en todas las normas y para aclarar ciertos aspectos de la definición. La nueva definición establece que, la información es material si omitirla, declararla erróneamente o esconderla razonablemente podría esperarse que influya en las decisiones que los usuarios primarios de los estados financieros de propósito general toman con base en esos estados financieros, los cuales proporcionan información financiera acerca de una entidad específica que reporta.

Las enmiendas deben ser aplicadas prospectivamente. La aplicación anticipada está permitida y debe ser revelada.

Aunque no se espera que las enmiendas a la definición de material tengan un impacto significativo en los estados financieros de una entidad, la introducción del término "esconder" en

la definición podría impactar la forma en que se hacen los juicios de materialidad en la práctica, elevando la importancia de cómo se comunica y organiza la información en los estados financieros.

La Compañía ha adoptado esta interpretación la cual no tuvo impactos materiales en los Estados Financieros al 01.01.2020.

### **NIIF 3 “Combinaciones de Negocios” - Definición de un negocio**

El IASB emitió enmiendas en cuanto a la definición de un negocio en NIIF 3 Combinaciones de Negocios, para ayudar a las entidades a determinar si un conjunto adquirido de actividades y activos es un negocio o no. El IASB aclara cuales son los requisitos mínimos para definir un negocio, elimina la evaluación respecto a si los participantes del mercado son capaces de reemplazar cualquier elemento faltante, incluye orientación para ayudar a las entidades a evaluar si un proceso adquirido es sustantivo, reduce las definiciones de un negocio y productos e introduce una prueba de concentración de valor razonable opcional.

Las enmiendas se tienen que aplicar a las combinaciones de negocios o adquisiciones de activos que ocurran en o después del comienzo del primer periodo anual de presentación de reporte que comience

en o después del 1 de enero de 2020. En consecuencia, las entidades no tienen que revisar aquellas transacciones ocurridas en periodos anteriores. La aplicación anticipada está permitida y debe ser revelada.

Dado que las enmiendas se aplican prospectivamente a transacciones u otros eventos que ocurran en o después de la fecha de la primera aplicación, la mayoría de las entidades probablemente no se verán afectadas por estas enmiendas en la transición. Sin embargo, aquellas entidades que consideran la adquisición de un conjunto de actividades y activos después de aplicar las enmiendas deben, en primer lugar, actualizar sus políticas contables de manera oportuna.

Las enmiendas también podrían ser relevantes en otras áreas de NIIF (por ejemplo, pueden ser relevantes cuando una controladora pierde el control de una subsidiaria y ha adoptado anticipadamente la venta o contribución de activos entre un inversor y su asociado o negocio conjunto) (Enmiendas a la NIIF 10 y NIC 28).

La Compañía ha adoptado esta interpretación la cual no tuvo impactos materiales en los Estados Financieros al 01.01.2020.

### **NIIF 16 “Arrendamientos” – Reducciones de alquiler relacionadas con el Covid 19**

En mayo 2020, el IASB emitió una enmienda a la norma IFRS 16 Arrendamientos para proporcionar alivio a los arrendatarios en la aplicación de la guía de IFRS 16 relacionada con las modificaciones del arrendamiento por las reducciones de alquileres que ocurran como consecuencia directa de la pandemia Covid-19. La enmienda no es aplicable a los arrendadores.

Como solución práctica, un arrendatario puede optar por no evaluar si la reducción del alquiler relacionadas con el Covid-19 otorgada por un arrendador es una modificación del arrendamiento. Un arrendatario que realiza esta elección reconocerá los cambios en los pagos por arrendamiento procedentes de las reducciones del alquiler relacionadas con el Covid-19 de la misma forma que reconocería el cambio bajo IFRS 16 como si dicho cambio no fuese una modificación del arrendamiento.

Un arrendatario aplicará esta solución práctica de forma retroactiva, reconociendo el efecto acumulado de la aplicación inicial de la enmienda como un ajuste en el saldo inicial de los resultados acumulados (u otro componente del patrimonio, según proceda) al comienzo del periodo anual sobre el que se informa en el cual el arrendatario aplique por primera vez la enmienda.

Un arrendatario aplicará esta enmienda para los periodos anuales que comiencen a partir del 1 de junio de 2020. Se permite la aplicación anticipada, incluyendo en los estados financieros no autorizados para su publicación al 28 de mayo de 2020.

La mencionada enmienda no tiene un impacto en los estados financieros de la entidad.

### NIIF 16 "Arrendamientos"

En el mes de enero de 2016, el IASB emitió la NIIF 16 "Arrendamientos". NIIF 16 establece la definición de un contrato de arrendamiento y especifica el tratamiento contable de los activos y pasivos originados por estos contratos desde el punto de vista del arrendador y del arrendatario. La norma no difiere significativamente de la norma que la precede, NIC 17 "Arrendamientos", con

respecto al tratamiento contable desde el punto de vista del arrendador. Existen exenciones de reconocimiento para los arrendamientos de corto plazo y los arrendamientos de partidas de bajo valor. Sin embargo, desde el punto de vista del arrendatario, la norma requiere el reconocimiento de activos y pasivos para la mayoría de los contratos de arrendamientos.

Al 1 de enero de 2019, Plaza S.A. y Filiales, adoptó la nueva norma y ha optado por no reexpresar la información comparativa de acuerdo a lo permitido por NIIF 16, registrando los efectos de la aplicación de esta norma en el saldo inicial del rubro "Ganancias (pérdidas) acumuladas" del Patrimonio Neto.

La aplicación del enfoque descrito se resume a continuación:

Aplicación Inicial NIIF 16	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)
Activo por derecho de uso	10.599.640
Pasivo por arrendamiento	(13.974.225)
Efecto inversión en asociadas (Nota 9b)	(314.800)
Efecto conversión en asociadas	5.279
<b>Patrimonio total</b>	<b>(3.684.106)</b>
Participación Minoritaria	100.335
<b>Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>(3.583.771)</b>

### CINIIF 23 "Tratamiento de posiciones fiscales inciertas"

En junio de 2017, el IASB emitió la Interpretación CINIIF 23, la cual aclara la aplicación de los criterios de reconocimiento y medición requeridos por la NIC 12 "Impuestos sobre la renta" cuando existe incertidumbre sobre los tratamientos fiscales. Se aplicó esta Interpretación a partir del 1 de enero de 2019.

La mencionada enmienda no afectó significativamente los estados financieros.

### 3. Estimaciones y aplicación del criterio profesional

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

A continuación, se revelan las áreas que implican un mayor grado de juicio o complejidad o

las áreas donde los supuestos y estimaciones son materiales para los Estados Financieros Consolidados:

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

Estas estimaciones se han realizado en función de la información disponible a la fecha de emisión de los presentes Estados Financieros Consolidados, por lo que es posible que acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro, no

detectados a esta fecha, obliguen a modificarlas en los próximos ejercicios, lo que se haría en forma prospectiva, reconociendo los efectos del cambio de estimación en los correspondientes Estados Financieros Consolidados futuros.

#### 4. Efectivo y equivalentes al efectivo

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

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Caja	11.828	12.341
Banco	39.211.204	32.960.816
Depósitos a plazo	163.289.498	-
Fondos mutuos	1.904	2.749.455
<b>Total de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>202.514.434</b>	<b>35.722.612</b>

Efectivo y equivalentes al efectivo por moneda:

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Pesos chilenos - no reajustables	192.618.495	4.955.381
Dólares estadounidenses	523.025	877.584
Pesos colombianos	8.323.553	29.227.880
Nuevos soles peruanos	1.049.361	661.767
<b>Total de efectivo y equivalentes al efectivo</b>	<b>202.514.434</b>	<b>35.722.612</b>

#### Saldos de efectivo significativos no disponibles

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019, la Sociedad no presenta restricciones de efectivo y equivalentes al efectivo.

#### 5. Otros activos no financieros

La composición de los otros activos no financieros corrientes y no corrientes es la siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
IVA crédito fiscal	11.641.098	7.988.322
Linealización ingresos mínimos contratos de arriendo <sup>(1)</sup>	4.781.256	4.302.480
Pólizas de seguros	117.601	213.684
Otros	792.184	9.720
<b>Total corriente</b>	<b>17.332.139</b>	<b>12.514.206</b>
Linealización ingresos mínimos contratos de arriendo <sup>(1)</sup>	20.687.815	19.950.543
Anticipo opción <sup>(2)</sup>	20.664.000	22.632.000
<b>Total no corriente</b>	<b>41.351.815</b>	<b>42.582.543</b>

<sup>(1)</sup> Corresponden al reconocimiento en forma lineal de los ingresos procedentes de arrendamientos, según lo establece NIIF 16 "Arrendamientos".

<sup>(2)</sup> Corresponde a un contrato de opción de compra en un proyecto de una filial, de los cuales se han entregado anticipos para futuros negocios.

## 6. Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar

Estos saldos corresponden principalmente a arriendos y garantías de arriendos 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 2020			Al 31 de diciembre de 2019		
	Activos antes de provisiones (M\$)	Provisiones deudores comerciales (M\$)	Activos por deudores comerciales netos (M\$)	Activos antes de provisiones (M\$)	Provisiones deudores comerciales (M\$)	Activos por deudores comerciales netos (M\$)
Deudores por operaciones de crédito	62.955.778	(12.942.479)	50.013.299	61.346.981	(4.264.323)	57.082.658
Documentos por cobrar	12.993.394	(2.492.078)	10.501.316	9.737.909	(2.198.003)	7.539.906
DEUDORES VARIOS	5.789.941	-	5.789.941	1.204.068	-	1.204.068
<b>Total corrientes</b>	<b>81.739.113</b>	<b>(15.434.557)</b>	<b>66.304.556</b>	<b>72.288.958</b>	<b>(6.462.326)</b>	<b>65.826.632</b>
Aportes reembolsables	2.814.875	-	2.814.875	2.632.602	-	2.632.602
Documentos por cobrar	1.690.714	(517.755)	1.172.959	476.831	(16.348)	460.483
<b>Total no corrientes</b>	<b>4.505.589</b>	<b>(517.755)</b>	<b>3.987.834</b>	<b>3.109.433</b>	<b>(16.348)</b>	<b>3.093.085</b>

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

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

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

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Saldo inicial	6.478.674	3.895.669
Adquisiciones mediante combinación de negocios (ver Nota 33)	385.211	-
Provisión cartera no repactada	10.850.182	3.711.018
Provisión cartera repactada	1.688.130	825.423
Castigos del ejercicio	(666.538)	(1.152.153)
Recuperos del ejercicio	(2.692.480)	(824.548)
Ajuste de conversión	(90.867)	23.265
<b>Subtotal</b>	<b>9.473.638</b>	<b>2.583.005</b>
<b>Total Provisión</b>	<b>15.952.312</b>	<b>6.478.674</b>

**c) La cartera protestada y en cobranza judicial es la siguiente:**

Cartera protestada y en cobranza judicial	Al 31 de diciembre de 2020			Al 31 de diciembre de 2019		
	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	17	77	94	15	87	102
Cartera protestada o en cobranza judicial (M\$)	149.828	3.420.299	3.570.127	76.917	2.119.402	2.196.319

**d) Composición de los deudores comerciales con saldos no cobrados y no provisionados de acuerdo al plazo de vencimiento:**

Saldos al	Total (M\$)	No vencido y no deteriorado (M\$)	Vencidos pero no deteriorados				
			< 30 días (M\$)	31-60 días (M\$)	61-90 días (M\$)	91-120 días (M\$)	>120 días (M\$)
31-12-20	86.244.702	55.966.936	6.998.160	3.211.236	3.959.354	1.343.122	14.765.894
31-12-19	75.398.391	56.898.747	8.036.911	3.303.721	2.488.612	1.328.747	3.341.653

## 7. Revelaciones de partes relacionadas

### 7.1 Cuentas por cobrar empresas relacionadas corrientes

Los saldos por este concepto al 31 de diciembre de 2020 y 2019, son los siguientes:

Sociedad	RUT	País	Naturaleza de la relación	Tipo de moneda	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Falabella S.A. <sup>(4)</sup>	90.749.000-9	Chile	Matriz de matriz	Peso chileno	-	7.855.577
Sodimac S.A. <sup>(1)</sup>	96.792.430-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	1.456.316	259.978
Hipermercados Tottus S.A. <sup>(1)</sup>	78.627.210-6	Chile	Matriz común	Peso chileno	670.138	938
Falabella Retail S.A. <sup>(1)</sup>	77.261.280-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	1.053.670	292.003
Banco Falabella S.A. <sup>(1)</sup>	96.509.660-4	Chile	Matriz común	Peso chileno	393.505	313.446
Deportes Sparta Ltda. <sup>(1)</sup>	76.074.938-9	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	250.065	603.189
Dercocenter SpA. <sup>(1)</sup>	82.995.700-0	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	544.421	128.456
Derco SpA. <sup>(1)</sup>	94.141.000-6	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	94.273	48.413
Falabella Tecnología Corporativa Limitada <sup>(1)</sup>	77.612.410-9	Chile	Matriz común	Peso chileno	5.977	9.946
Promotora Chilena de Café Colombia S.A. <sup>(1)</sup>	76.000.935-0	Chile	Matriz común	Peso chileno	41.247	25.950
Administradora CMR Falabella Ltda. <sup>(1)</sup>	79.598.260-4	Chile	Matriz común	Peso chileno	-	3.030
Sociedad Comercial de Vehículos S.A. <sup>(1)</sup>	76.762.660-6	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	-	2.789
Falabella de Colombia S.A. <sup>(1)</sup>	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	886	45.268
Banco Falabella S.A. (Colombia) <sup>(1)</sup>	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	-	6.591
Sodimac Colombia S.A. <sup>(1)</sup>	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	27.809	97.589
Mall Plaza Perú S.A. <sup>(2)</sup>	0-E	Perú	Asociada	Dólar estadounidense	392.406	471.039
Mall Plaza Inmobiliaria S.A. <sup>(2)</sup>	0-E	Perú	Asociada	Dólar estadounidense	66.940	4.993
Gemma Negocios SAC <sup>(2)</sup>	0-E	Perú	Asociada	Dólar estadounidense	592	1.032
Falabella Inmobiliario S.A. <sup>(1)</sup>	99.556.170-0	Chile	Matriz común	Peso chileno	7.877	-
Open Plaza Chile SpA. <sup>(1)</sup>	77.110.043-0	Chile	Matriz común	Peso chileno	15.754	-
Servicios Falabella SpA. <sup>(1)</sup>	77.070.342-5	Chile	Matriz común	Peso chileno	25.105	-
<b>Total</b>					<b>5.046.981</b>	<b>10.170.227</b>

Se detallan a continuación las condiciones de los saldos por cobrar y pagar 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) 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.
- (4) Corresponde a contrato de cuenta corriente mercantil con Falabella S.A., a una tasa spread 0,4% más TAB nominal diaria.

## 7.2 Cuentas por pagar empresas relacionadas corrientes

Los saldos por este concepto al 31 de diciembre de 2020 y 2019, son los siguientes:

Sociedad	RUT	País	Naturaleza de la relación	Tipo de moneda	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Falabella Retail S.A. <sup>(3)</sup>	77.261.280-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	65.104	158.485
Hipermercados Tottus S.A. <sup>(1)</sup>	78.627.210-6	Chile	Matriz común	Peso chileno	581.425	-
Mall Plaza Perú S.A. <sup>(2)</sup>	0-E	Perú	Asociada	Dólar estadounidense	80.704	36.285
Mall Plaza Perú S.A. <sup>(2)</sup>	0-E	Perú	Asociada	Nuevo sol peruano	26.252	986
Administradora CMR Falabella Ltda. <sup>(3)</sup>	79.598.260-4	Chile	Matriz común	Peso chileno	12.727	8.431
Radio Carolina S.A. <sup>(3)</sup>	96.773.200-1	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	-	16.180
Falabella S.A. <sup>(3)</sup>	90.749.000-9	Chile	Matriz de matriz	Dólar estadounidense	10.664	11.231
Falabella S.A. <sup>(3)</sup>	90.749.000-9	Chile	Matriz de matriz	Peso chileno	9.476	-
Promotora Chilena de Café Colombia S.A. <sup>(1)</sup>	76.000.935-0	Chile	Matriz común	Peso chileno	8.380	2.304
Falabella de Colombia S.A. <sup>(3)</sup>	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	-	205.809
Falabella Tecnología Corporativa Limitada <sup>(3)</sup>	77.612.410-9	Chile	Matriz común	Peso chileno	557.735	126.035
Sodimac S.A. <sup>(3)</sup>	96.792.430-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	12.810	-
Falabella Inversiones Financieras S.A. <sup>(3)</sup>	76.046.433-3	Chile	Matriz común	Peso chileno	-	1.505
Servicios Falabella SpA. <sup>(1)</sup>	77.070.342-5	Chile	Matriz común	Peso chileno	308.114	-
Megamedia Radio S.A. <sup>(3)</sup>	78.794.060-9	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	4.226	4.292
Red Televisiva Megavisión S.A. <sup>(3)</sup>	79.952.350-7	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	-	61.644
Sodimac Colombia S.A. <sup>(3)</sup>	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	917	25.619
<b>Total</b>					<b>1.678.534</b>	<b>658.806</b>

Se detallan a continuación las condiciones de los saldos por cobrar y pagar 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) 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.

### 7.3 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 2020 y 2019, son los siguientes:

Sociedad	RUT	Naturaleza de la relación	País	Descripción de la transacción	Tipo de Moneda	Al 31 de diciembre de 2020		Al 31 de diciembre de 2019	
						Monto (M\$)	Efecto Resultado (M\$)	Monto (M\$)	Efecto Resultado (M\$)
Administradora CMR Falabella Ltda.	79.598.260-4	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	-	-	19.555	16.326
Administradora CMR Falabella Ltda.	79.598.260-4	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	39.841	(33.519)	41.691	(35.879)
Alto S.A.	99.594.430-8	Otras partes relacionadas	Chile	Gastos varios	Peso chileno	4.020	(4.020)	99.035	(99.035)
Banco Falabella S.A.	96.509.660-4	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	3.696.698	3.451.294	3.792.718	3.509.352
Banco Falabella S.A.S.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	116.250	100.307	114.900	97.211
Deportes Sparta Ltda.	76.074.938-9	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	1.789.030	1.511.824	2.856.167	2.401.756
Deportes Sparta Ltda.	76.074.938-9	Otras partes relacionadas	Chile	Gastos varios	Peso chileno	-	-	5.664	(4.760)
Derco SpA.	94.141.000-6	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	216.898	182.657	336.751	283.051
Dercocenter SpA.	82.995.700-0	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	991.751	833.516	1.925.344	1.618.240
Dercocenter SpA.	82.995.700-0	Otras partes relacionadas	Chile	Gastos varios	Peso chileno	-	-	12.735	(10.701)
Falabella de Colombia S.A	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	1.427.202	1.217.220	1.227.288	1.032.562
Falabella de Colombia S.A	0-E	Matriz común	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	17.920	(17.695)	241.250	(233.673)
Falabella de Colombia S.A	0-E	Matriz común	Colombia	Compra activos	Peso colombiano	947.058	-	-	-
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	26.229.042	22.313.268	36.248.203	30.360.209
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	6.153	(6.153)	102.754	(86.293)
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Publicidad	Peso chileno	424.743	(366.783)	763.809	(629.945)
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Servicios cobrados	Peso chileno	38.204	38.204	-	-
Falabella S.A.	90.749.000-9	Matriz de matriz	Chile	Cta Cte mercantil	Peso chileno	7.856.015	257.700	34.595.466	1.024.534
Falabella S.A.	90.749.000-9	Matriz de matriz	Chile	Gastos varios	Peso chileno	9.476	(9.476)	10.923	(10.923)
Falabella Tecnología Corporativa Limitada	77.612.410-9	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	439.933	(438.929)	154.715	(147.887)
Falabella Tecnología Corporativa Limitada	77.612.410-9	Matriz común	Chile	Servicios cobrados	Peso chileno	30.555	24.088	43.198	33.179
Falabella Inmobiliario S.A.	99.556.170-0	Matriz común	Chile	Servicios cobrados	Peso chileno	7.877	7.877	-	-

Las transacciones con entidades relacionadas  
no consolidadas y sus efectos en los estados  
de resultados de los ejercicios terminados al 31 de  
diciembre de 2020 y 2019, son los siguientes:

Sociedad	RUT	Naturaleza de la relación	País	Descripción de la transacción	Tipo de Moneda	Al 31 de diciembre de 2020		Al 31 de diciembre de 2019	
						Monto (M\$)	Efecto Resultado (M\$)	Monto (M\$)	Efecto Resultado (M\$)
Gemma Negocios SAC	0-E	Asociada	Perú	Servicios cobrados	Nuevo sol peruano	7.215	7.215	13.585	13.585
Globe Consulting SpA	76.214.336-4	Otras partes relacionadas	Chile	Gastos varios	Peso chileno	-	-	15.288	(12.847)
Seguros Falabella Corredores Ltda.	77.099.010-6	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	-	-	7.783	6.540
Hipermercados Tottus S.A.	78.627.210-6	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	7.920.817	6.744.213	7.250.879	6.093.175
Hipermercados Tottus S.A.	78.627.210-6	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	581.425	(581.425)	3.800	(3.193)
Hipermercados Tottus S.A.	78.627.210-6	Matriz común	Chile	Servicios cobrados	Peso chileno	25.050	25.050	-	-
Falabella.Com SpA.	76.212.492-0	Otras partes relacionadas	Chile	Gastos varios	Peso chileno	34.884	(29.315)	-	-
Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	0-E	Asociada	Perú	Servicios cobrados	Dólar estadounidense	90.396	90.396	60.747	60.747
Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	0-E	Asociada	Perú	Gastos varios	Dólar estadounidense	3.400	(2.882)	-	-
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Asociada	Perú	Servicios cobrados	Dólar estadounidense	655.351	653.943	1.259.877	1.213.535
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Asociada	Perú	Gastos varios	Dólar estadounidense	23.036	(23.036)	724	(724)
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Asociada	Perú	Arriendos y otros	Dólar estadounidense	678.963	(576.853)	843.031	(714.813)
Megamedia Radio S.A.	78.794.060-9	Otras partes relacionadas	Chile	Publicidad	Peso chileno	23.198	(20.169)	7.336	(6.850)
Open Plaza Chile SpA.	77.110.043-0	Matriz común	Chile	Servicios cobrados	Peso chileno	15.754	15.754	-	-
Promotora Chilena de Café Colombia S.A.	76.000.935-0	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	222.122	187.404	403.976	340.139
Radio Carolina S.A.	96.773.200-1	Otras partes relacionadas	Chile	Publicidad	Peso chileno	16.636	(13.980)	41.752	(37.482)
Red Televisiva Megavisión S.A.	79.952.350-7	Otras partes relacionadas	Chile	Publicidad	Peso chileno	2.380	(2.000)	62.916	(62.916)
Servicios Falabella SpA.	77.070.342-5	Matriz común	Chile	Reembolsos de Gastos	Peso chileno	2.955	2.955	-	-
Servicios Falabella SpA.	77.070.342-5	Matriz común	Chile	Servicios cobrados	Peso chileno	25.105	25.105	-	-
Servicios Falabella SpA.	77.070.342-5	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	860.268	(860.268)	-	-
Sodimac Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	870.805	749.032	833.536	700.450
Sodimac Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	28.521	(25.799)	-	-
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	14.379.504	12.285.310	15.721.443	13.333.305
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	24.947	(19.159)	32.950	(28.120)
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Matriz común	Chile	Servicios cobrados	Peso chileno	27.177	27.177	-	-
Voxline Serigrafía Digital Ltda.	78.034.110-6	Otras partes relacionadas	Chile	Gastos varios	Peso chileno	2.553	(2.146)	-	-

## 7.4 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	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Remuneraciones recibidas por la gerencia	4.282.379	8.224.942
Dietas a Directores	390.178	431.374
<b>Compensación total al personal clave</b>	<b>4.672.557</b>	<b>8.656.316</b>

## 8. Activos por impuestos

La composición de los activos por impuestos es la siguiente:

Sociedad	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Impuesto a la renta por recuperar	10.385.475	4.039.227
P.P.M Obligatorios (saldo neto de impuesto a la renta)	4.928.762	8.015.805
Crédito por Donaciones	633.989	672.405
Crédito por Capacitación	101.522	104.802
Otros impuestos por recuperar (*)	13.842.714	13.561.264
<b>Total</b>	<b>29.892.462</b>	<b>26.393.503</b>
Corrientes	16.049.748	12.834.315
No corrientes	13.842.714	13.559.188
<b>Saldo al cierre</b>	<b>29.892.462</b>	<b>26.393.503</b>

(\*) Incluye beneficios de acuerdo a lo establecido en la Ley N° 19.420 de Incentivo para el desarrollo de las Provincias de Arica y Parinacota.

## 9. Inversión en asociada

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019, Plaza S.A. mantiene una inversión indirecta en la Sociedad Mall Plaza Perú S.A., en donde posee 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 nuevo sol peruano.

La siguiente tabla ilustra la información financiera resumida de la inversión en Mall Plaza Perú S.A.

### a) Detalle de Inversión en empresas asociadas:

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Valor Participación	63.188.303	73.141.820
Menor valor generado en venta implícita del 20% de participación	18.794.372	21.644.731
<b>Valor libro de la inversión</b>	<b>81.982.675</b>	<b>94.786.551</b>

Información resumida del Estado de Situación Financiera de la empresa asociada:	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Activos Corrientes	37.967.142	11.171.033
Activos no Corrientes	286.083.774	326.454.266
Pasivos Corrientes	(12.355.737)	(16.753.273)
Pasivos no Corrientes	(122.111.312)	(101.424.620)
<b>Activos netos</b>	<b>189.583.867</b>	<b>219.447.406</b>

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de:	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Ingresos ordinarios	17.922.381	27.712.050
Resultado del ejercicio	(1.079.537)	8.991.763
<b>Participación en resultado</b>	<b>(359.810)</b>	<b>2.996.955</b>

b) **Movimientos de la participación en inversión:**

El movimiento de la participación en empresas asociadas es el siguiente:

Movimientos:	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Saldo inicial	94.786.551	83.819.824
Participación en resultado del ejercicio	(359.810)	2.996.955
Aplicación NIIF 16 (ver Nota 2.27)	-	(314.800)
Diferencia de conversión	(12.444.066)	8.284.572
Movimientos del ejercicio	(12.803.876)	10.966.727
<b>Saldo al cierre</b>	<b>81.982.675</b>	<b>94.786.551</b>

**10. Activos intangibles y plusvalía**

Los movimientos del ejercicio de los activos intangibles y plusvalías, son los siguientes:

Costo	Marcas Comerciales (M\$)	Programas Informáticos (M\$)	Proyectos Informáticos y Otros (M\$)	Total Intangibles (M\$)	Plusvalía (M\$)
<b>Al 31 de diciembre de 2020</b>					
Saldo inicial	891.578	4.171.315	6.771.158	11.834.051	357.778
<b>Total saldo inicial</b>	<b>891.578</b>	<b>4.171.315</b>	<b>6.771.158</b>	<b>11.834.051</b>	<b>357.778</b>
<b>Movimientos del ejercicio</b>					
Adiciones	-	-	1.238.245	1.238.245	-
Bajas	-	-	(2.527.446)	(2.527.446)	-
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	992.287	(1.318.136)	(325.849)	-
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	(15.965)	(44.547)	(60.512)	-
<b>Total movimientos del ejercicio</b>	<b>-</b>	<b>976.322</b>	<b>(2.651.884)</b>	<b>(1.675.562)</b>	<b>-</b>
<b>Total al 31 de diciembre de 2020</b>	<b>891.578</b>	<b>5.147.637</b>	<b>4.119.274</b>	<b>10.158.489</b>	<b>357.778</b>

Amortización	Marcas Comerciales (M\$)	Programas Informáticos (M\$)	Proyectos Informáticos y Otros (M\$)	Total Intangibles (M\$)	Plusvalía (M\$)
<b>Al 31 de diciembre de 2020</b>					
Saldo inicial	-	(2.445.563)	(4.722.770)	(7.168.333)	-
<b>Total saldo inicial</b>	<b>-</b>	<b>(2.445.563)</b>	<b>(4.722.770)</b>	<b>(7.168.333)</b>	<b>-</b>
<b>Movimientos del ejercicio</b>					
Amortización del ejercicio	-	(1.057.977)	(220.099)	(1.278.076)	-
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	373.455	106.447	479.902	-
Bajas	-	-	2.373.609	2.373.609	-
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	1.115	24.101	25.216	-
<b>Total movimientos del ejercicio</b>	<b>-</b>	<b>(683.407)</b>	<b>2.284.058</b>	<b>1.600.651</b>	<b>-</b>
<b>Total al 31 de diciembre de 2020</b>	<b>-</b>	<b>(3.128.970)</b>	<b>(2.438.712)</b>	<b>(5.567.682)</b>	<b>-</b>
<b>Saldo Neto al 31 de diciembre de 2020</b>	<b>891.578</b>	<b>2.018.667</b>	<b>1.680.562</b>	<b>4.590.807</b>	<b>357.778</b>

Costo	Marcas		Proyectos		Total	Plusvalía (M\$)
	Comerciales (M\$)	Informáticos (M\$)	Informáticos y Otros (M\$)	Intangibles (M\$)		
<b>Al 31 de diciembre de 2019</b>						
Saldo inicial	891.578	3.658.117	6.117.665	10.667.360	357.778	
<b>Total saldo inicial</b>	<b>891.578</b>	<b>3.658.117</b>	<b>6.117.665</b>	<b>10.667.360</b>	<b>357.778</b>	
<b>Movimientos del ejercicio</b>						
Adiciones	-	-	1.379.425	1.379.425	-	
Bajas	-	(434.348)	(48.042)	(482.390)	-	
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	926.547	(713.974)	212.573	-	
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	20.999	36.084	57.083	-	
<b>Total movimientos del ejercicio</b>	<b>-</b>	<b>513.198</b>	<b>653.493</b>	<b>1.166.691</b>	<b>-</b>	
<b>Total al 31 de diciembre de 2019</b>	<b>891.578</b>	<b>4.171.315</b>	<b>6.771.158</b>	<b>11.834.051</b>	<b>357.778</b>	

Amortización	Marcas		Proyectos		Total	Plusvalía (M\$)
	Comerciales (M\$)	Informáticos (M\$)	Informáticos y Otros (M\$)	Intangibles (M\$)		
<b>Al 31 de diciembre de 2019</b>						
Saldo inicial	-	(1.931.121)	(4.423.584)	(6.354.705)	-	
<b>Total saldo inicial</b>	<b>-</b>	<b>(1.931.121)</b>	<b>(4.423.584)</b>	<b>(6.354.705)</b>	<b>-</b>	
<b>Movimientos del ejercicio</b>						
Amortización del ejercicio	-	(703.520)	(357.410)	(1.060.930)	-	
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	20.765	36.583	57.348	-	
Bajas	-	169.919	38.697	208.616	-	
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	(1.606)	(17.056)	(18.662)	-	
<b>Total movimientos del ejercicio</b>	<b>-</b>	<b>(514.442)</b>	<b>(299.186)</b>	<b>(813.628)</b>	<b>-</b>	
<b>Total al 31 de diciembre de 2019</b>	<b>-</b>	<b>(2.445.563)</b>	<b>(4.722.770)</b>	<b>(7.168.333)</b>	<b>-</b>	
<b>Saldo Neto al 31 de diciembre de 2019</b>	<b>891.578</b>	<b>1.725.752</b>	<b>2.048.388</b>	<b>4.665.718</b>	<b>357.778</b>	

## 11. Propiedades, planta y equipo

### a) Los movimientos de las propiedades, planta y equipo, son los siguientes:

Costo	Al 31 de diciembre de 2020						Total Propiedades, planta y equipo (M\$)
	Proyectos en curso (M\$)	Edificios (M\$)	Planta, equipos y accesorios (M\$)	Instalaciones (M\$)	Vehículos de Motor (M\$)	Activos por derechos de uso (M\$)	
Saldo inicial	420.374	2.349.286	1.379.097	643.883	41.751	321.260	5.155.651
<b>Total saldo inicial</b>	<b>420.374</b>	<b>2.349.286</b>	<b>1.379.097</b>	<b>643.883</b>	<b>41.751</b>	<b>321.260</b>	<b>5.155.651</b>
<b>Movimientos del ejercicio</b>							
Adiciones	966.924	-	-	-	-	2.066	968.990
Bajas	-	(12.546)	(4.261)	(21.487)	-	(253.617)	(291.911)
Transferencia (a) / desde otros rubros	(480.675)	555.851	(166.400)	98.195	(9.651)	-	(2.680)
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	(3.533)	(20.620)	(12.638)	(4.663)	-	(26.786)	(68.240)
<b>Total movimientos del ejercicio</b>	<b>482.716</b>	<b>522.685</b>	<b>(183.299)</b>	<b>72.045</b>	<b>(9.651)</b>	<b>(278.337)</b>	<b>606.159</b>
<b>Total al 31 de diciembre de 2020</b>	<b>903.090</b>	<b>2.871.971</b>	<b>1.195.798</b>	<b>715.928</b>	<b>32.100</b>	<b>42.923</b>	<b>5.761.810</b>

Depreciación	Al 31 de diciembre de 2020						Total Propiedades, planta y equipo (M\$)
	Proyectos en curso (M\$)	Edificios (M\$)	Planta, equipos y accesorios (M\$)	Instalaciones (M\$)	Vehículos de Motor (M\$)	Activos por derechos de uso (M\$)	
Saldo inicial	-	(314.636)	(917.821)	(494.144)	(18.307)	(64.252)	(1.809.160)
<b>Total saldo inicial</b>	<b>-</b>	<b>(314.636)</b>	<b>(917.821)</b>	<b>(494.144)</b>	<b>(18.307)</b>	<b>(64.252)</b>	<b>(1.809.160)</b>
<b>Movimientos del ejercicio</b>							
Depreciación del ejercicio	-	(87.532)	(168.573)	(72.222)	(4.586)	(64.539)	(397.452)
Bajas	-	18.602	3.630	12.193	-	97.220	131.645
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	(41.873)	73.596	136.968	(419)	-	168.272
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	901	7.414	1.505	-	6.503	16.323
<b>Total movimientos del ejercicio</b>	<b>-</b>	<b>(109.902)</b>	<b>(83.933)</b>	<b>78.444</b>	<b>(5.005)</b>	<b>39.184</b>	<b>(81.212)</b>
<b>Total al 31 de diciembre de 2020</b>	<b>-</b>	<b>(424.538)</b>	<b>(1.001.754)</b>	<b>(415.700)</b>	<b>(23.312)</b>	<b>(25.068)</b>	<b>(1.890.372)</b>
<b>Saldo Neto al 31 de diciembre de 2020</b>	<b>903.090</b>	<b>2.447.433</b>	<b>194.044</b>	<b>300.228</b>	<b>8.788</b>	<b>17.855</b>	<b>3.871.438</b>

Costo	Al 31 de diciembre de 2019						
	Proyectos en curso (M\$)	Edificios (M\$)	Planta, equipos y accesorios (M\$)	Instalaciones (M\$)	Vehículos de Motor (M\$)	Activos por derechos de uso (M\$)	Total Propiedades, planta y equipo (M\$)
Saldo inicial	297.159	2.322.234	1.216.200	630.250	80.067	-	4.545.910
<b>Total saldo inicial</b>	<b>297.159</b>	<b>2.322.234</b>	<b>1.216.200</b>	<b>630.250</b>	<b>80.067</b>	<b>-</b>	<b>4.545.910</b>
<b>Movimientos del ejercicio</b>							
Incremento por aplicación de nueva norma contable <sup>(1)</sup>	-	-	-	-	-	293.325	293.325
Adiciones	325.037	-	-	-	-	-	325.037
Bajas	-	-	(411)	-	-	-	(411)
Transferencia (a) / desde otros rubros	(206.528)	24.148	152.295	8.637	(39.013)	-	(60.461)
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	4.706	2.904	11.013	4.996	697	27.935	52.251
<b>Total movimientos del ejercicio</b>	<b>123.215</b>	<b>27.052</b>	<b>162.897</b>	<b>13.633</b>	<b>(38.316)</b>	<b>321.260</b>	<b>609.741</b>
<b>Total al 31 de diciembre de 2019</b>	<b>420.374</b>	<b>2.349.286</b>	<b>1.379.097</b>	<b>643.883</b>	<b>41.751</b>	<b>321.260</b>	<b>5.155.651</b>

Depreciación	Al 31 de diciembre de 2019						
	Proyectos en curso (M\$)	Edificios (M\$)	Planta, equipos y accesorios (M\$)	Instalaciones (M\$)	Vehículos de Motor (M\$)	Activos por derechos de uso (M\$)	Total Propiedades, planta y equipo (M\$)
Saldo inicial	-	(239.843)	(764.830)	(478.967)	(52.037)	-	(1.535.677)
<b>Total saldo inicial</b>	<b>-</b>	<b>(239.843)</b>	<b>(764.830)</b>	<b>(478.967)</b>	<b>(52.037)</b>	<b>-</b>	<b>(1.535.677)</b>
<b>Movimientos del ejercicio</b>							
Depreciación del ejercicio	-	(74.924)	(162.258)	(15.714)	(4.586)	(59.784)	(317.266)
Bajas	-	-	237	-	-	-	237
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	999	15.321	1.424	39.013	-	56.757
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	(868)	(6.291)	(887)	(697)	(4.468)	(13.211)
<b>Total movimientos del ejercicio</b>	<b>-</b>	<b>(74.793)</b>	<b>(152.991)</b>	<b>(15.177)</b>	<b>33.730</b>	<b>(64.252)</b>	<b>(273.483)</b>
<b>Total al 31 de diciembre de 2019</b>	<b>-</b>	<b>(314.636)</b>	<b>(917.821)</b>	<b>(494.144)</b>	<b>(18.307)</b>	<b>(64.252)</b>	<b>(1.809.160)</b>
<b>Saldo Neto al 31 de diciembre de 2019</b>	<b>420.374</b>	<b>2.034.650</b>	<b>461.276</b>	<b>149.739</b>	<b>23.444</b>	<b>257.008</b>	<b>3.346.491</b>

(1) Corresponde al efecto por aplicación de NIIF16 (Ver Nota 2.27).

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 2020, el monto de las propiedades, planta y equipo que se encuentran en uso y están totalmente depreciados no es significativo.

**b) Los activos por derecho de uso se registran conforme lo detallado en la nota 2.19 y corresponden a lo siguiente:**

Activos por derechos de uso	Oficinas (M\$)
Saldo al 1 de enero de 2020	257.008
Adiciones	2.066
Ajuste de conversión	(20.283)
Depreciación del ejercicio	(64.539)
Bajas	(156.397)
<b>Saldo al 31 de diciembre de 2020</b>	<b>17.855</b>

Activos por derechos de uso	Oficinas (M\$)
Saldo al 1 de enero de 2019	-
Incremento por aplicación de nueva norma contable <sup>(1)</sup>	293.325
<b>Saldo inicial modificado</b>	<b>293.325</b>
Ajuste de conversión	23.467
Depreciación del ejercicio	(59.784)
<b>Saldo al 31 de diciembre de 2019</b>	<b>257.008</b>

<sup>(1)</sup> Corresponde al efecto por aplicación de NIIF16 (Ver Nota 2.27).

## 12. Propiedades de inversión

Los movimientos de las propiedades de inversión son los siguientes:

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
<b>Costo</b>		
Saldo inicial	3.271.368.804	3.121.172.574
<b>Movimientos del ejercicio</b>		
Incremento por aplicación de nueva norma contable <sup>(1)</sup>	-	10.306.315
Adiciones	102.636.113	125.970.543
Transferencia a activos no corrientes mantenidos para la venta	(11.735.053)	-
Adquisiciones mediante combinación de negocios (ver Nota 33)	70.746.361	-
Retiros y bajas	(15.942.755)	(4.156.380)
Transferencia (a) / desde otros rubros	(4.074.586)	(262.097)
Efecto de diferencia de conversión	(21.387.055)	18.337.849
Total costo	3.391.611.829	3.271.368.804
<b>Depreciación</b>		
Saldo inicial	(219.058.938)	(170.902.375)
<b>Movimientos del ejercicio</b>		
Depreciación	(52.143.018)	(48.707.995)
Depreciación acumulada retiros y bajas	11.482.572	1.238.228
Depreciación acumulada transferencias	3.754.941	(4.120)
Efecto de diferencia de conversión	826.351	(682.676)
Total Depreciación	(255.138.092)	(219.058.938)
<b>Saldo final al cierre del ejercicio</b>	<b>3.136.473.737</b>	<b>3.052.309.866</b>

<sup>(1)</sup> Corresponde al efecto por aplicación de NIIF16 (Ver Nota 2.27).

En Propiedades de Inversión se incluye los centros comerciales, obras en ejecución y los terrenos disponibles que serán destinados a futuros centros comerciales.

El valor justo aproximado de las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2020 es UF 136.191.000 (UF 152.969.000 al 31 de diciembre de 2019). La jerarquía de valor de mercado de acuerdo a NIIF 13, es nivel 2.

Las Propiedades de Inversión se deprecian linealmente en base a las vidas útiles estimadas, definidas en Nota 2.13.

Los costos por intereses capitalizados en Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2020 fueron de M\$ 3.316.845 (M\$ 5.361.994 al 31 de diciembre de 2019), con una tasa promedio de capitalización de UF+2,97% (UF+3,84% a diciembre de 2019).

Los terrenos sin uso y en los que no se están efectuando construcciones de centros comerciales al 31 de diciembre de 2020 ascienden a M\$ 51.430.271. No existen gastos de mantención relevantes asociados a estos, así como tampoco existen restricciones a la realización de las inversiones inmobiliarias, al cobro de los ingresos derivados de los mismos o de los recursos obtenidos por su enajenación o disposición por otra vía.

Al 31 de diciembre de 2020, las obligaciones contractuales para comprar, construir, reparar, mantener y desarrollar Propiedades de Inversión ascienden a M\$ 23.477.038 (M\$ 27.693.820 al 31 de diciembre de 2019).

Al 31 de diciembre de 2020, la Compañía efectuó pruebas de deterioro para sus Propiedades de Inversión, no habiendo determinado un deterioro de las mismas.

Los Activos por Derecho de Uso se registran conforme a lo detallado en la nota 2.19 y corresponden a lo siguiente:

Activos por derechos de uso	Oficinas (M\$)	Instalaciones (M\$)	Otros (M\$)	Total (M\$)
Saldo al 1 de enero de 2020	10.199.133	3.667.882	3.049.322	16.916.337
Adiciones	377.129	62.080	-	439.209
Ajuste de conversión	-	-	(94.967)	(94.967)
Depreciación del ejercicio	(472.401)	(359.005)	(428.230)	(1.259.636)
<b>Saldo al 31 de diciembre de 2020</b>	<b>10.103.861</b>	<b>3.370.957</b>	<b>2.526.125</b>	<b>16.000.943</b>

Activos por derechos de uso	Oficinas (M\$)	Instalaciones (M\$)	Otros (M\$)	Total (M\$)
Saldo al 1 de enero de 2019	-	3.945.428	-	3.945.428
Incremento por aplicación de nueva norma contable <sup>(1)</sup>	9.687.254	-	619.061	10.306.315
<b>Saldo inicial modificado</b>	<b>9.687.254</b>	<b>3.945.428</b>	<b>619.061</b>	<b>14.251.743</b>
Adiciones	968.798	76.363	2.787.810	3.832.971
Ajuste de conversión	-	-	34.711	34.711
Depreciación del ejercicio	(456.919)	(353.909)	(392.260)	(1.203.088)
<b>Saldo al 31 de diciembre de 2019</b>	<b>10.199.133</b>	<b>3.667.882</b>	<b>3.049.322</b>	<b>16.916.337</b>

<sup>(1)</sup> Corresponde al efecto por aplicación de NIIF16 (Ver Nota 2.27).

## 13. Arrendamientos

### Plaza S.A. y Filiales como arrendador

Las Sociedades filiales de Plaza S.A. dan 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 2020 y 2019 son los siguientes:

Pagos Mínimos	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Hasta un año	200.990.109	212.214.277
Desde un año hasta cinco años	495.788.307	552.433.111
Más de cinco años	613.828.046	722.236.609
<b>Total</b>	<b>1.310.606.462</b>	<b>1.486.883.997</b>

Las rentas variables por arrendamientos por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2020, reconocidas como ingresos por actividades ordinarias, fueron M\$ 16.078.225 (M\$ 11.435.237 al 31 de diciembre de 2019). 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	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Gastos de arriendo variable	642.980	918.365
<b>Total cargado a resultados</b>	<b>642.980</b>	<b>918.365</b>

## 14. Impuestos a las ganancias e impuestos diferidos

### 14.1 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	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
<b>Impuesto a la renta:</b>		
Cargo por impuesto a la renta	(6.048.047)	(35.747.142)
Beneficio tributario por pérdidas tributarias (PPUA)	3.102.093	-
Otros cargos o abonos	(164.074)	36.551
<b>Impuesto diferido:</b>		
Relacionado con origen y reverso de diferencias temporales	27.811	(14.357)
Resultado por pérdidas tributarias	2.686.387	2.685.942
<b>Total gasto por impuesto a las ganancias</b>	<b>(395.830)</b>	<b>(33.039.006)</b>

b) La reconciliación del gasto (beneficio) por impuestos a la renta a la tasa estatutaria, respecto de la tasa efectiva al 31 de diciembre de 2020 y 2019, se compone como sigue:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Utilidad/(pérdida) antes de impuesto de operaciones continuadas	11.413.698	137.617.618
Utilidad antes de impuesto a las ganancias	11.413.698	137.617.618
A la tasa estatutaria de impuesto a la renta de Plaza S.A. de 27,0%	(3.081.698)	(37.156.757)
Efecto en la tasa impositiva de otras jurisdicciones	(329.325)	(125.684)
(Gastos) Ingresos no tributables	(97.149)	809.178
Gastos no deducibles	(99.887)	(92.408)
Ajuste gasto tributario ejercicio anterior	(164.074)	36.551
Corrección monetaria neta	6.050.797	3.709.220
Otros incrementos (disminuciones)	(2.674.494)	(219.106)
A la tasa efectiva de impuesto a las ganancias de 3,47% (24,01% al 31 de diciembre de 2019)	(395.830)	(33.039.006)
Gasto por impuesto a las ganancias reportado en el Estado de Resultados Consolidado	(395.830)	(33.039.006)
<b>Impuesto a las ganancias</b>	<b>(395.830)</b>	<b>(33.039.006)</b>

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.

## 14.2 Impuestos diferidos

### a) Los saldos de impuestos diferidos por categoría se presentan a continuación:

Conceptos - Estado de Situación Financiera	Al 31 de diciembre de 2020		Al 31 de diciembre de 2019	
	Impuesto diferido activo (M\$)	Impuesto diferido pasivo (M\$)	Impuesto diferido activo (M\$)	Impuesto diferido pasivo (M\$)
Intangibles	-	915.605	-	905.577
Valorización y depreciación de propiedades de inversión	-	438.561.288	-	438.827.703
Gastos anticipados	-	274.883	-	98.874
Ingresos diferidos	1.891.851	-	2.006.786	-
Pérdidas tributarias de arrastre	19.333.157	-	16.646.770	-
Provisión de incobrabilidad	4.044.751	-	1.698.948	-
Vacaciones del personal	429.764	-	371.746	-
Ingresos lineales por devengar	-	6.833.661	-	6.518.186
Siniestros por recuperar	-	1.255.838	-	60.729
Otros	-	937.482	22.986	-
<b>Totales</b>	<b>25.699.523</b>	<b>448.778.757</b>	<b>20.747.236</b>	<b>446.411.069</b>
<b>Saldo neto</b>		<b>423.079.234</b>	<b>425.663.833</b>	<b>428.445.000</b>

Los impuestos diferidos se reflejan de la siguiente manera en los Estados Financieros:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Activos por impuestos diferidos	17.290.930	14.344.008
Pasivos por impuestos diferidos	(440.370.164)	(440.007.841)
<b>Saldo neto impuesto diferido</b>	<b>(423.079.234)</b>	<b>(425.663.833)</b>

### b) Los impuestos diferidos relacionados con partidas cargadas o abonadas directamente a cuentas del patrimonio son los siguientes:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Efecto diferencia de conversión Sociedades Extranjeras	(129.599)	109.582
<b>Total (cargo) abono a patrimonio</b>	<b>(129.599)</b>	<b>109.582</b>

## 15. 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 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Obligaciones con bancos	121.839.800	88.441.462
Obligaciones con el público	5.189.424	21.816.025
Derivados de cobertura	61.492.419	170.963
<b>Total corriente</b>	<b>188.521.643</b>	<b>110.428.450</b>
Obligaciones con bancos	364.404.902	255.671.744
Obligaciones con el público	635.348.036	448.713.760
Derivados de cobertura	1.505.400	78.939.013
<b>Total no corriente</b>	<b>1.001.258.338</b>	<b>783.324.517</b>

A continuación, se detallan las obligaciones con bancos y con el público al 31 de diciembre de 2020 y 2019:

NOTAS ...

Al 31 de diciembre de 2020

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	De 1 a 5 años (M\$)	Más de 5 años (M\$)	Total no corriente	Importe del Valor Nominal de la Obligación a Pagar de Acuerdo a las Condiciones del Contrato
<b>Obligaciones con bancos</b>																
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.018.000-1	Scotiabank Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	1,00%	1,80%	29.252.886	-	29.252.886	-	-	-	29.302.085
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-7	Banco Estado	Chile	UF	Al Vencimiento	2,23%	3,04%	8.561.776	-	8.561.776	-	-	-	8.577.138
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	Al Vencimiento	2,30%	3,11%	4.134.869	-	4.134.869	-	-	-	4.142.391
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	Al Vencimiento	2,55%	3,36%	7.182.746	-	7.182.746	-	-	-	7.139.270
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	Al Vencimiento	3,68%	4,49%	14.402.903	-	14.402.903	-	-	-	14.428.564
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.018.000-1	Scotiabank Chile	Chile	USD	Al Vencimiento	2,70%	2,70%	75.273	11.825.127	11.900.400	-	-	-	11.900.401
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	Al Vencimiento	1,99%	1,99%	-	13.271.107	13.271.107	-	-	-	13.271.107
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	Al Vencimiento	1,80%	1,80%	-	14.718.308	14.718.308	-	-	-	14.718.308
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.006.000-6	Banco de Crédito e Inversiones	Chile	UF	Al Vencimiento	2,26%	2,26%	-	18.888	18.888	33.430.879	-	33.430.879	33.449.765
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,40%	2,40%	-	2.442	2.442	12.209.453	-	12.209.453	12.211.981
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-7	Banco Estado del Estado de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,42%	2,46%	594.358	-	594.358	58.090.016	-	58.090.016	58.726.912
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,25%	53.375	-	53.375	5.692.796	-	5.692.796	5.746.184
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,28%	54.437	-	54.437	5.731.189	-	5.731.189	5.787.472
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,28%	27.383	-	27.383	2.882.871	-	2.882.871	2.911.182
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,34%	28.219	-	28.219	2.900.247	-	2.900.247	2.931.154
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,36%	28.557	-	28.557	2.900.450	-	2.900.450	2.932.575
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,38%	43.683	-	43.683	4.410.791	-	4.410.791	4.460.569
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,39%	28.927	-	28.927	2.903.749	-	2.903.749	2.937.130
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.006.000-6	Banco de Crédito e Inversiones	Chile	UF	Al Vencimiento	2,37%	2,37%	-	6.516	6.516	10.998.209	-	10.998.209	11.004.725
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	Al Vencimiento	2,58%	2,61%	-	46.310	46.310	29.045.120	-	29.045.120	29.116.164
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	79.884.170-K	BTG Pactual Chile S.A.	Chile	UF	Al Vencimiento	1,50%	1,50%	-	3.998	3.998	6.395.448	-	6.395.448	6.399.470
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	79.884.170-K	BTG Pactual Chile S.A.	Chile	UF	Al Vencimiento	1,50%	1,50%	-	3.998	3.998	6.395.448	-	6.395.448	6.399.470
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	79.884.170-K	BTG Pactual Chile S.A.	Chile	UF	Al Vencimiento	1,50%	1,50%	-	3.998	3.998	6.395.448	-	6.395.448	6.399.470
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	79.884.170-K	BTG Pactual Chile S.A.	Chile	UF	Al Vencimiento	1,50%	1,50%	-	3.998	3.998	6.395.448	-	6.395.448	6.399.470
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	79.884.170-K	BTG Pactual Chile S.A.	Chile	UF	Al Vencimiento	1,50%	1,50%	-	3.998	3.998	6.395.448	-	6.395.448	6.399.470
96.653.660-8	Plaza Del Trébol SpA	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	1,75%	1,75%	-	7.299.377	7.299.377	-	-	-	7.299.379
96.538.230-5	Plaza Vespucio SpA	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	1,75%	1,75%	-	7.299.377	7.299.377	-	-	-	7.299.379
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-7	Banco Estado del Estado de Chile	Chile	CLP	Semestral	5,13%	5,23%	-	1.040.713	1.040.713	-	-	-	1.041.066

76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	Semestral	1,70%	1,70%	-	16.277	16.277	14.358.257	-	14.358.257	14.374.536
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	Semestral	1,70%	1,70%	-	16.277	16.277	14.358.257	-	14.358.257	14.374.536
0-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena	Colombia	0-E	Itau CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Mensual	7,41%	8,78%	-	1.523.372	1.523.372	10.550.725	3.318.666	13.869.391	15.516.667
0-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos	Colombia	0-E	Itau CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	7,30%	7,83%	211.765	-	211.765	2.753.044	3.076.932	5.829.976	5.829.976
0-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	0-E	Scotiabank Colpatria S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	4,71%	4,87%	54.562	-	54.562	60.726.915	-	60.726.915	60.900.000
0-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	0-E	Banco Davivienda S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	3,73%	5,76%	-	-	-	-	39.511.171	39.511.171	39.185.297
0-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	0-E	Itaú CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	5,76%	5,76%	-	-	-	-	12.577.925	12.577.925	12.217.340
<b>Subtotal</b>										<b>64.735.719</b>	<b>57.104.081</b>	<b>121.839.800</b>	<b>305.920.208</b>	<b>58.484.694</b>	<b>364.404.902</b>	<b>485.730.605</b>

## Al 31 de diciembre de 2020

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	De 1 a 5 años (M\$)	Más de 5 años (M\$)	Total no corriente	Importe del Valor Nominal de la Obligación a Pagar de Acuerdo a las Condiciones del Contrato
<b>Obligaciones con el público</b>																
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie C)	Chile	UF	Semestral	4,50%	4,72%	-	1.036.092	1.036.092	3.876.659	4.402.236	8.278.895	9.421.028
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 583 (Serie D)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	4,00%	-	639.087	639.087	-	85.819.563	85.819.563	87.835.881
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie E)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	3,99%	-	425.417	425.417	-	57.257.284	57.257.284	58.557.254
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie H)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,50%	3,90%	-	347.353	347.353	-	69.703.438	69.703.438	73.000.847
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie K)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,90%	3,92%	-	292.777	292.777	-	86.659.314	86.659.314	87.503.874
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (Serie N)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,80%	3,76%	1.257.353	-	1.257.353	-	87.272.521	87.272.521	88.481.363
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 669 (Serie P)	Chile	UF	Al Vencimiento	2,10%	2,09%	573.413	-	573.413	-	58.122.811	58.122.811	58.713.830
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 980 (Serie S)	Chile	UF	Al Vencimiento	1,70%	1,32%	-	132.161	132.161	-	119.972.940	119.972.940	116.446.052
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (Serie U)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,60%	4,76%	-	485.771	485.771	-	62.261.270	62.261.270	69.848.126
<b>Subtotal</b>										<b>1.830.766</b>	<b>3.358.658</b>	<b>5.189.424</b>	<b>3.876.659</b>	<b>631.471.377</b>	<b>635.348.036</b>	<b>649.808.255</b>
<b>Total</b>										<b>66.566.485</b>	<b>60.462.739</b>	<b>127.029.224</b>	<b>309.796.867</b>	<b>689.956.071</b>	<b>999.752.938</b>	<b>1.135.538.860</b>

NOTAS ...

κωδ ένταθα 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	De 1 a 5 años (M\$)	Más de 5 años (M\$)	Total no corriente	Importe del Valor Nominal de la Obligación a Pagar de Acuerdo a las Condiciones del Contrato
<b>Obligaciones con bancos</b>																
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	Al Vencimiento	0,59%	1,38%	11.508.661	-	11.508.661	-	-	-	11.511.190
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.006.000-6	Banco de Crédito e Inversiones	Chile	CLP	Al Vencimiento	1,93%	3,34%	2.829.806	-	2.829.806	-	-	-	2.831.237
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.018.000-1	Scotiabank Chile	Chile	CLP	Al Vencimiento	2,26%	2,26%	-	16.351	16.351	32.556.428	-	32.556.428	32.572.782
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	Al Vencimiento	2,60%	2,60%	-	27.138.889	27.138.889	-	-	-	27.138.889
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-7	Banco Estado	Chile	CLP	Al Vencimiento	2,40%	2,40%	-	3.171	3.171	11.890.038	-	11.890.038	11.893.346
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	Al Vencimiento	2,42%	2,46%	570.904	-	570.904	56.551.754	-	56.551.754	57.183.185
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,25%	51.286	-	51.286	5.543.878	-	5.543.878	5.595.189
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,28%	52.291	-	52.291	5.579.692	-	5.579.692	5.635.391
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,28%	26.303	-	26.303	2.806.666	-	2.806.666	2.834.684
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,34%	27.092	-	27.092	2.822.076	-	2.822.076	2.854.131
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,36%	27.409	-	27.409	2.821.520	-	2.821.520	2.855.514
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,38%	41.922	-	41.922	4.290.187	-	4.290.187	4.343.357
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.006.000-6	Banco de Crédito e Inversiones	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,39%	27.757	-	27.757	2.823.974	-	2.823.974	2.859.950
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	Al Vencimiento	2,37%	2,37%	-	5.640	5.640	10.710.530	-	10.710.530	10.716.171
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-7	Banco Estado	Chile	UF	Al Vencimiento	2,58%	2,61%	-	45.087	45.087	28.277.829	-	28.277.829	28.354.575
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-7	Banco Estado	Chile	UF	Semestral	5,13%	5,23%	-	2.087.484	2.087.484	1.033.200	-	1.033.200	3.123.197
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Semestral	7,05%	7,19%	7.798.473	-	7.798.473	-	-	-	7.800.117
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Semestral	4,03%	4,04%	4.450.312	-	4.450.312	-	-	-	4.450.357
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	Al Vencimiento	4,30%	4,30%	28.592.129	-	28.592.129	-	-	-	28.592.134
0-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena	Colombia	0-E	Itau CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Mensual	9,32%	9,68%	714.864	2.147.085	2.861.949	11.525.207	3.632.470	15.157.677	18.208.332
0-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos	Colombia	0-E	Itau CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	8,84%	8,84%	7.718	-	7.718	6.385.212	-	6.385.212	6.385.212
0-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Barranquilla	Colombia	0-E	Banco Davivienda S.A	Colombia	COP	Al vencimiento	10,81%	10,81%	187.358	-	187.358	-	-	-	-
0-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	0-E	Scotiabank Colpatría SA	Colombia	COP	Al vencimiento	6,64%	6,81%	83.470	-	83.470	66.421.083	-	66.421.083	66.700.000
<b>Subtotal</b>										<b>56.997.755</b>	<b>31.443.707</b>	<b>88.441.462</b>	<b>252.039.274</b>	<b>3.632.470</b>	<b>255.671.744</b>	<b>344.438.940</b>

Al 31 de diciembre de 2019

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	De 1 a 5 años (M\$)	Más de 5 años (M\$)	Total no corriente	Importe del Valor Nominal de la Obligación a Pagar de Acuerdo a las Condiciones del Contrato
<b>Obligaciones con el público</b>																
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie C)	Chile	UF	Semestral	4,50%	4,72%	-	8.171.380	8.171.380	30.345.486	42.151.158	72.496.644	81.667.262
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 583 (Serie D)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	4,00%	-	621.610	621.610	-	83.472.669	83.472.669	85.538.366
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie E)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	3,99%	-	413.808	413.808	-	55.694.779	55.694.779	57.025.577
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie H)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,50%	3,90%	-	337.339	337.339	-	67.694.112	67.694.112	71.091.371
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie K)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,90%	3,92%	285.019	285.019	285.019	-	84.362.887	84.362.887	85.215.043
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 766 (Serie M)	Chile	UF	Semestral	3,50%	3,34%	5.450.877	5.311.484	10.762.361	-	-	-	10.758.662
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (Serie N)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,80%	3,76%	1.224.508	-	1.224.508	-	84.992.669	84.992.669	86.166.963
<b>Subtotal</b>										<b>6.675.385</b>	<b>15.140.640</b>	<b>21.816.025</b>	<b>30.345.486</b>	<b>418.368.274</b>	<b>448.713.760</b>	<b>477.463.244</b>
<b>Total</b>										<b>63.673.140</b>	<b>46.584.347</b>	<b>110.257.487</b>	<b>282.384.760</b>	<b>422.000.744</b>	<b>704.385.504</b>	<b>821.902.184</b>

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 caratula 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 (ver Nota 24.4).

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 dos Series de bonos. La Serie M por UF 1.500.000 a una tasa de colocación de 3,50% de interés anual a un plazo de 7 años, con ocho amortizaciones semestrales iguales de capital a partir del año 2017 y la 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 dos Series de bonos. La Serie I por UF 1.000.000 a una tasa de 3,5% de interés anual a un plazo de 6 años, con tres amortizaciones anuales iguales de capital a partir del año 2016 y la 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.

El movimiento del ejercicio de los otros pasivos financieros corrientes y no corrientes es el siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)	Flujo de caja (M\$)	Intereses devengados (M\$)	Otros movimientos no monetarios (M\$)	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)
Obligaciones con bancos	344.113.206	73.273.649	14.152.419	54.705.428	486.244.702
Obligaciones con el público	470.529.785	139.705.127	20.469.686	9.832.862	640.537.460
Derivados de cobertura	79.109.976	-	-	(16.112.157)	62.997.819
<b>Total</b>	<b>893.752.967</b>	<b>212.978.776</b>	<b>34.622.105</b>	<b>48.426.133</b>	<b>1.189.779.981</b>

## 16. 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 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Cuentas por pagar	42.770.300	39.799.485
Documentos por pagar	293.159	213.596
Acreedores varios corrientes	112.341	68.174
Dividendos por pagar	3.686.941	31.408.495
<b>Total</b>	<b>46.862.741</b>	<b>71.489.750</b>

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 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Documentos por pagar	1.074.634	1.074.495
<b>Total</b>	<b>1.074.634</b>	<b>1.074.495</b>

### c) Estratificación de proveedores y cuentas por pagar

#### c.1) Proveedores con pagos al día

Al 31 de diciembre de 2020:

Tipo Proveedor	Montos según plazos de pago						Total (M\$)
	Hasta 30 días (M\$)	31-60 días (M\$)	61-90 días (M\$)	91-120 días (M\$)	121-365 días (M\$)	366 y más días (M\$)	
Bienes	5.966.233	-	-	-	-	-	<b>5.966.233</b>
Servicios	36.755.132	-	-	-	-	-	<b>36.755.132</b>
<b>Total</b>	<b>42.721.365</b>	-	-	-	-	-	<b>42.721.365</b>

Al 31 de diciembre de 2019:

Tipo Proveedor	Montos según plazos de pago						Total (M\$)
	Hasta 30 días (M\$)	31-60 días (M\$)	61-90 días (M\$)	91-120 días (M\$)	121-365 días (M\$)	366 y más días (M\$)	
Bienes	7.871.651	-	-	-	-	-	<b>7.871.651</b>
Servicios	31.783.717	-	-	-	-	-	<b>31.783.717</b>
<b>Total</b>	<b>39.655.368</b>	-	-	-	-	-	<b>39.655.368</b>

### c.2) Proveedores con plazos vencidos

Plaza S.A. y Filiales, dada su política financiera conservadora, cuenta con una situación de liquidez sólida, lo que le permite cumplir sus obligaciones con sus múltiples proveedores sin mayores inconvenientes. Es por lo anterior que los montos que se muestran como acreedores con plazos vencidos al 31 de diciembre de 2020 y 2019, se

deben principalmente a casos en los cuales hay facturas con diferencias en conciliación documentaria, las cuales, en su mayoría, terminan siendo resueltas en el corto plazo, debido a la gestión continua que se realiza sobre las deudas de nuestros proveedores.

#### Al 31 de diciembre de 2020:

Tipo Proveedor	Montos según plazos de pago						Total (M\$)
	Hasta 30 días (M\$)	31-60 días (M\$)	61-90 días (M\$)	91-120 días (M\$)	121-365 días (M\$)	366 y más días (M\$)	
Bienes	-	-	-	-	-	-	-
Servicios	-	14.320	34.615	-	-	-	48.935
<b>Total</b>	-	<b>14.320</b>	<b>34.615</b>	-	-	-	<b>48.935</b>

#### Al 31 de diciembre de 2019:

Tipo Proveedor	Montos según plazos de pago						Total (M\$)
	Hasta 30 días (M\$)	31-60 días (M\$)	61-90 días (M\$)	91-120 días (M\$)	121-365 días (M\$)	366 y más días (M\$)	
Bienes	-	-	-	-	-	-	-
Servicios	-	32.398	111.719	-	-	-	144.117
<b>Total</b>	-	<b>32.398</b>	<b>111.719</b>	-	-	-	<b>144.117</b>

### 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 2020:

Nombre del Proveedor	Porcentaje de compras
Enel Distribución Chile S.A.	5,6%
Constructora De Vicente S.A.	5,2%
Termika Servicios Multitécnicos S.A.	4,6%
Constructora Sigro S.A.	3,8%
Chubb Seguros Chile S.A.	2,9%
Constructora Inarco S.A.	2,8%
Securitas S.A.	2,6%
Inversiones Constanza Limitada.	1,6%
Consortio Ale	1,5%
ISS Servicios Generales Ltda.	1,5%

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 2020	Al 31 de diciembre de 2019
Bienes	21	21
Servicios	21	22

## 17. Pasivos por arrendamientos

La composición de los pasivos por arrendamientos es la siguiente:

	Corriente			No Corriente			Total (M\$)
	1 a 3 Meses (M\$)	3 a 12 Meses (M\$)	Total (M\$)	1 a 5 Años (M\$)	5 o Más Años (M\$)	Total (M\$)	
Arriendo asociado a							
Contrato por Terrenos	114.241	347.585	461.826	2.232.961	9.749.918	11.982.879	<b>12.444.705</b>
Contrato por Instalaciones	114.531	281.988	396.519	1.170.002	354.275	1.524.277	<b>1.920.796</b>
Otros contratos	97.677	257.546	355.223	1.138.799	1.344.419	2.483.218	<b>2.838.441</b>
<b>Total al 31 de diciembre de 2020</b>	<b>326.449</b>	<b>887.119</b>	<b>1.213.568</b>	<b>4.541.762</b>	<b>11.448.612</b>	<b>15.990.374</b>	<b>17.203.942</b>

	Corriente			No Corriente			Total (M\$)
	1 a 3 Meses (M\$)	3 a 12 Meses (M\$)	Total (M\$)	1 a 5 Años (M\$)	5 o Más Años (M\$)	Total (M\$)	
Arriendo asociado a							
Contrato por Terrenos	107.939	328.414	436.353	2.122.531	9.996.663	12.119.194	<b>12.555.547</b>
Contrato por Instalaciones	234.531	653.192	887.723	1.307.953	540.972	1.848.925	<b>2.736.648</b>
Otros contratos	171.117	516.608	687.725	2.857.742	-	2.857.742	<b>3.545.467</b>
<b>Total al 31 de diciembre de 2019</b>	<b>513.587</b>	<b>1.498.214</b>	<b>2.011.801</b>	<b>6.288.226</b>	<b>10.537.635</b>	<b>16.825.861</b>	<b>18.837.662</b>

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Cambios en los pasivos por arrendamiento		
Saldo inicial	18.837.662	3.542.931
Incremento por aplicación de nueva norma contable <sup>(1)</sup>	-	13.974.225
<b>Saldo inicial modificado</b>	<b>18.837.662</b>	<b>17.517.156</b>
Pasivos por arrendamientos	(213.312)	3.036.572
Gastos por intereses	605.768	583.813
Pagos efectuados	(2.514.246)	(2.316.715)
Diferencia de cambio de monedas extranjeras	663.128	-
Ajuste de conversión	(175.058)	16.836
<b>Saldo Final</b>	<b>17.203.942</b>	<b>18.837.662</b>

<sup>(1)</sup> Corresponde al efecto por aplicación de NIIF16 (Ver Nota 2.27).

## 18. Pasivos por impuestos corrientes

La composición de los pasivos por impuestos corrientes es la siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Provisión de Impuesto a la Renta Corriente	10.536.543	32.106.380
P.P.M. obligatorios pagados (Menos)	(8.945.669)	(27.710.465)
Otros	50.254	-
<b>Total</b>	<b>1.641.128</b>	<b>4.395.915</b>

## 19. 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 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Provisión de vacaciones	1.694.424	1.461.822
Participación en utilidades y bonos	1.829.395	6.179.133
Retenciones	464.240	613.565
<b>Total corriente</b>	<b>3.988.059</b>	<b>8.254.520</b>
Participación en utilidades y bonos	1.367.323	4.992.047
<b>Total no corriente</b>	<b>1.367.323</b>	<b>4.992.047</b>

**b) El siguiente es el detalle de los gastos por beneficios a los empleados incluidos en el Estado de Resultados Integrales:**

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Remuneraciones y otros beneficios	(19.785.317)	(21.446.531)
Bonos e incentivos	(2.651.869)	(4.696.387)
Indemnizaciones y desahucios	(1.108.730)	(644.369)
Provisión vacaciones del personal	(282.681)	(177.593)
<b>Total gastos beneficios a los empleados</b>	<b>(23.828.597)</b>	<b>(26.964.880)</b>

**20. Otros pasivos no financieros**

Los saldos que componen otros pasivos no financieros corrientes y no corrientes corresponden a:

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
IVA débito fiscal	2.582.114	3.548.624
Ingresos diferidos (ver letra a)	714.868	761.608
Otros	389.239	417.788
<b>Total corriente</b>	<b>3.686.221</b>	<b>4.728.020</b>
Garantías recibidas	18.163.895	16.010.476
Ingresos diferidos (ver letra a)	6.291.986	6.670.931
<b>Total no corriente</b>	<b>24.455.881</b>	<b>22.681.407</b>

**a) Los movimientos por ingresos diferidos son los siguientes:**

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Al inicio del ejercicio	7.432.539	5.278.466
Recibido durante el ejercicio	1.304.599	2.623.796
Reconocido en el Estado de Resultados	(1.730.284)	(469.723)
<b>Total</b>	<b>7.006.854</b>	<b>7.432.539</b>

**21. 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 2020	Al 31 de diciembre de 2019
Acciones ordinarias sin valor nominal	1.960.000.000	1.960.000.000
<b>Total Acciones</b>	<b>1.960.000.000</b>	<b>1.960.000.000</b>

**b) Acciones ordinarias emitidas y completamente pagadas**

	Acciones	M\$
Al 1 de enero de 2020	1.960.000.000	175.122.686
Movimientos efectuados entre el 01-01-2020 y el 31-12-2020	-	-
<b>Al 31 de diciembre de 2020</b>	<b>1.960.000.000</b>	<b>175.122.686</b>
Al 1 de enero de 2019	1.960.000.000	175.122.686
Movimientos efectuados entre el 01-01-2019 y el 31-12-2019	-	-
<b>Al 31 de diciembre de 2019</b>	<b>1.960.000.000</b>	<b>175.122.686</b>

Los ingresos básicos por acción son calculados 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.

**c) Información financiera resumida de las filiales con intereses no controlador:**

A continuación, se expone la información financiera de la filial que tiene participaciones no controladoras relevantes para Plaza S.A., antes de las eliminaciones y otros ajustes de consolidación:

<b>Nuevos Desarrollos S.A. Consolidado</b>	<b>Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)</b>	<b>Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)</b>
Porcentaje no controlador	22,50%	22,50%
Activos corrientes	92.197.640	52.433.916
Activos no corrientes	901.352.052	918.427.616
Pasivos corrientes	(154.348.655)	(106.149.202)
Pasivos no corrientes	(313.169.471)	(349.583.144)
Activos netos	526.031.566	515.129.186
Valor libro de intereses no controlador	118.357.102	115.904.067

- (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.

<b>Nuevos Desarrollos S.A. Consolidado</b>	<b>Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de</b>	
	<b>2020 (M\$)</b>	<b>2019 (M\$)</b>
Ingresos	51.512.945	85.655.017
Ganancia (Pérdida)	(1.138.288)	20.963.416
Resultado integral total	10.914.200	20.963.416
Resultado (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	(256.115)	4.716.769
Flujo de caja de actividades de operación	27.717.642	78.435.169
Flujo de caja de actividades de inversión	(7.540.464)	(3.144.479)
Flujo de caja de actividades de financiamiento, antes de dividendos pagados a no controladores	9.579.120	(84.547.339)
Flujo de caja de actividades de financiamiento, dividendos en efectivo a no controladores	(1.390.787)	(2.541.065)

**d) Otras reservas:**

En otras reservas se registran los siguientes conceptos:

<b>Otras reservas</b>	<b>Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)</b>	<b>Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)</b>
Reservas por diferencias en inversiones <sup>(1)</sup>	(65.262.934)	(65.262.934)
Reservas de conversión	(11.722.919)	12.498.839
Ajuste capital por corrección monetaria <sup>(2)</sup>	3.973.339	3.973.339
Reservas de cobertura de flujo de caja	(1.457.268)	(10.877.303)
Disminución por cambios en la participación de subsidiarias <sup>(3)</sup>	(2.619.633)	(2.619.633)
Constitución de reserva legal en asociadas	3.320.732	2.854.172
Otras reservas	197.641	197.641
<b>Total movimientos del ejercicio</b>	<b>(73.571.042)</b>	<b>(59.235.879)</b>

**e) 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 ejercicio.

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 revaluó 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.

Al 31 de diciembre de 2020 y 2019 no se han generado resultados que impliquen ajustes a los resultados obtenidos a dichas fechas.

## 22. Dividendos pagados y propuestos

El siguiente es el detalle de los dividendos pagados y propuestos al 31 de diciembre de 2020 y 2019:

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Provisionados, declarados y pagados durante el periodo:		
Dividendo Definitivo 2019 pagado el 04-05-2020	30.282.000	-
Dividendo provisorio N°1 pagado el 17-01-2019	-	11.760.000
Dividendo Definitivo 2018 pagado el 27-04-2019	-	35.280.360
<b>Total</b>	<b>30.282.000</b>	<b>47.040.360</b>
<b>Dividendo por acción \$</b>	<b>15,45</b>	<b>24,00</b>
<b>Reserva dividendo mínimo</b>	<b>3.674.284</b>	<b>30.022.440</b>

## 23. 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	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Ingresos por arriendos (locales, espacios publicitarios)	173.714.956	291.460.453
Otros ingresos (comisiones, multas, indemnizaciones comerciales y otros)	13.614.234	18.137.892
<b>Total</b>	<b>187.329.190</b>	<b>309.598.345</b>

## 24. Otros ingresos y gastos

### 24.1 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	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Depreciación	(52.540.470)	(49.025.261)
Amortización	(1.278.076)	(1.060.930)
Remuneraciones (ver Nota 19.b)	(23.828.597)	(26.964.880)
Provisión deudores incobrables (ver Nota 6.b)	(9.845.832)	(3.711.893)
Contratos de servicios	(12.763.812)	(19.972.763)
Patentes e Impuestos	(14.039.970)	(5.494.717)
Arriendos y concesiones	(1.279.693)	(1.139.663)
Otros	(9.458.095)	(14.006.688)
<b>Total costo y gastos</b>	<b>(125.034.545)</b>	<b>(121.376.795)</b>

Incluye neteo de ingresos, costos y gastos relacionados a "gasto común" de acuerdo a lo mencionado en Nota 2.20.

## 24.2 Otros ingresos por función

Los otros ingresos por función se detallan a continuación:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Ganancia por venta terreno	-	404.435
Recuperación de castigos	226.823	78.919
Indemnizaciones (*)	4.653.796	-
Plusvalía negativa por adquisición (ver Nota 33)	911.436	-
Otros ingresos	290.161	298.669
<b>Total ingresos por función</b>	<b>6.082.216</b>	<b>782.023</b>

(\*) Incluye M\$4.651.253 relacionados con las alteraciones al orden público ocurridos en Chile a partir del 18 de octubre del 2019.

## 24.3 Otros gastos, por función

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Bajas de Propiedades de Inversión	(4.460.183)	(2.903.152)
Bajas de Propiedades, planta y equipos	(3.869)	(174)
Bajas de Intangibles	(153.837)	(273.774)
Impuestos, multas e intereses varios	(481.222)	(445.205)
Otros	(40.128)	(234.356)
<b>Total gastos por función</b>	<b>(5.139.239)</b>	<b>(3.856.661)</b>

## 24.4 Ingresos financieros

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Ingresos financieros obtenidos en inversiones financieras	1.900.906	1.071.519
Intereses empresa relacionada (ver Nota 7.3)	257.700	1.024.534
Resultado Canje Bono serie "C" (ver Nota 15)	6.276.771	-
Otros	77.544	80.596
<b>Total ingresos financieros</b>	<b>8.512.921</b>	<b>2.176.649</b>

## 24.5 Costos financieros

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Intereses de deudas y préstamos	(35.227.873)	(32.195.297)
Gastos y comisiones bancarias	(146.437)	(136.669)
<b>Subtotal</b>	<b>(35.374.310)</b>	<b>(32.331.966)</b>
Resultado por unidades de reajuste	(24.297.487)	(20.605.087)
Diferencias de cambio	(305.238)	234.155
<b>Total costos financieros</b>	<b>(59.977.035)</b>	<b>(52.702.898)</b>

## 24.6 Costos de investigación y desarrollo

La Compañía no ha efectuado desembolsos significativos relacionados a actividades de investigación y desarrollo durante los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2020 y 2019.

## 25. Transacciones en moneda extranjera

La composición de los activos y pasivos en moneda extranjera es la siguiente:

Al 31 de diciembre de 2020	Al 31 de diciembre de 2020	Al 31 de diciembre de 2020	Al 31 de diciembre de 2020	Al 31 de diciembre de 2020	Al 31 de diciembre de 2020	Al 31 de diciembre de 2020
Activos	(M\$)	(\$ reajustables)	(\$ no reajustables)	(Dólares)	(Soles peruanos)	(pesos colombianos)
<b>Activos corrientes</b>						
Efectivo y equivalentes al efectivo	202.514.434	-	192.618.495	523.025	1.049.361	8.323.553
Otros activos financieros corrientes	135.269	-	135.269	-	-	-
Otros activos no financieros corrientes	17.332.139	13.374.457	3.763.503	-	21.412	172.767
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	66.304.556	2.364.221	61.070.412	191.383	18.055	2.660.485
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	5.046.981	-	4.558.348	459.939	-	28.694
Activos por impuestos corrientes	16.049.748	4.085.030	11.194.940	-	65.442	704.336
<b>Total activos corrientes en operación</b>	<b>307.383.127</b>	<b>19.823.708</b>	<b>273.340.967</b>	<b>1.174.347</b>	<b>1.154.270</b>	<b>11.889.835</b>
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	28.716.145	-	28.716.145	-	-	-
<b>Total activos corrientes</b>	<b>336.099.272</b>	<b>19.823.708</b>	<b>302.057.112</b>	<b>1.174.347</b>	<b>1.154.270</b>	<b>11.889.835</b>
<b>Activos no corrientes</b>						
Otros activos no financieros no corrientes	41.351.815	15.234.056	5.402.499	-	4.130	20.711.130
Cuentas por cobrar no corrientes	3.987.834	3.600.970	386.864	-	-	-
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	81.982.675	-	-	-	81.982.675	-
Activos intangibles distintos de la plusvalía	4.590.807	-	4.270.310	-	5.673	314.824
Plusvalía	357.778	-	357.778	-	-	-
Propiedades, planta y equipo	3.871.438	-	3.764.853	-	79	106.506
Propiedades de Inversión	3.136.473.737	-	2.861.368.105	-	3.200.505	271.905.127
Activos por impuestos no corrientes	13.842.714	12.652.411	-	-	-	1.190.303
Activos por impuestos diferidos	17.290.930	-	15.646.429	-	93.902	1.550.599
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>3.303.749.728</b>	<b>31.487.437</b>	<b>2.891.196.838</b>	<b>-</b>	<b>85.286.964</b>	<b>295.778.489</b>
<b>Total activos</b>	<b>3.639.849.000</b>	<b>51.311.145</b>	<b>3.193.253.950</b>	<b>1.174.347</b>	<b>86.441.234</b>	<b>307.668.324</b>

## Al 31 de diciembre de 2020

Patrimonio y pasivos	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2020 (\$ reajustables)	Al 31 de diciembre de 2020 (\$ no reajustables)	Al 31 de diciembre de 2020 (Dólares)	Al 31 de diciembre de 2020 (Soles peruanos)	Al 31 de diciembre de 2020 (pesos colombianos)
<b>Pasivos corrientes</b>						
Otros pasivos financieros corrientes	188.521.643	15.476.170	159.355.374	11.900.400	-	1.789.699
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	46.862.741	1.385.236	39.961.766	7.733	30.140	5.477.866
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	1.678.534	-	1.559.998	91.367	26.252	917
Pasivos por arrendamientos corrientes	1.213.568	858.345	-	310.314	30.101	14.808
Otras provisiones a corto plazo	618.660	-	618.660	-	-	-
Pasivos por impuestos corrientes	1.641.128	-	1.587.739	3.136	45.505	4.748
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	3.988.059	890.438	2.713.195	-	-	384.426
Otros pasivos no financieros corrientes	3.686.221	-	2.569.909	-	214	1.116.098
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>248.210.554</b>	<b>18.610.189</b>	<b>208.366.641</b>	<b>12.312.950</b>	<b>132.212</b>	<b>8.788.562</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>						
Otros pasivos financieros no corrientes	1.001.258.338	840.026.446	28.716.514	-	-	132.515.378
Cuentas por pagar no corrientes	1.074.634	1.064.672	-	-	9.962	-
Pasivos por arrendamientos no corrientes	15.990.374	13.507.158	-	2.469.948	13.268	-
Pasivos por impuestos diferidos	440.370.164	-	440.370.164	-	-	-
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	1.367.323	1.367.323	-	-	-	-
Otros pasivos no financieros no corrientes	24.455.881	12.607.426	11.565.644	94.578	16.882	171.351
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>1.484.516.714</b>	<b>868.573.025</b>	<b>480.652.322</b>	<b>2.564.526</b>	<b>40.112</b>	<b>132.686.729</b>
<b>Total de Pasivos</b>	<b>1.732.727.268</b>	<b>887.183.214</b>	<b>689.018.963</b>	<b>14.877.476</b>	<b>172.324</b>	<b>141.475.291</b>

### Al 31 de diciembre de 2019

Activos	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (\$ reajustables)	Al 31 de diciembre de 2019 (\$ no reajustables)	Al 31 de diciembre de 2019 (Dólares)	Al 31 de diciembre de 2019 (Soles peruanos)	Al 31 de diciembre de 2019 (pesos colombianos)
<b>Activos corrientes</b>						
Efectivo y equivalentes al efectivo	35.722.612	-	4.955.381	877.584	661.767	29.227.880
Otros Activos financieros corrientes	820.621	-	224.896	-	595.725	-
Otros Activos no financieros corrientes	12.514.206	10.677.518	1.731.986	4.067	25.035	75.600
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	65.826.632	1.091.823	62.155.378	253.683	42.592	2.283.156
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	10.170.227	-	9.543.715	477.063	-	149.449
Activos por impuestos corrientes	12.834.315	4.037.825	8.292.120	-	-	504.370
<b>Total activos corrientes en operación</b>	<b>137.888.613</b>	<b>15.807.166</b>	<b>86.903.476</b>	<b>1.612.397</b>	<b>1.325.119</b>	<b>32.240.455</b>
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	16.981.092	-	16.981.092	-	-	-
<b>Total activos corrientes</b>	<b>154.869.705</b>	<b>15.807.166</b>	<b>103.884.568</b>	<b>1.612.397</b>	<b>1.325.119</b>	<b>32.240.455</b>
<b>Activos no corrientes</b>						
Otros Activos no financieros no corrientes	42.582.543	14.451.738	5.442.158	-	6.983	22.681.664
Cuentas por cobrar no corrientes	3.093.085	2.869.822	223.263	-	-	-
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	94.786.551	-	73.141.820	-	21.644.731	-
Activos intangibles distintos de la plusvalía	4.665.718	3.818.038	-	-	6.533	417.307
Plusvalía	357.778	-	357.778	-	-	-
Propiedades, planta y equipo	3.346.491	-	2.921.351	-	1.450	423.690
Propiedades de Inversión	3.052.309.866	-	2.842.506.064	-	3.854.285	205.949.517
Activos por impuestos no corrientes	13.559.188	-	12.255.523	-	-	1.303.665
Activos por impuestos diferidos	14.344.008	-	13.100.118	-	83.156	1.160.734
<b>Total activos no corrientes</b>	<b>3.229.045.228</b>	<b>21.139.598</b>	<b>2.949.948.075</b>	<b>-</b>	<b>25.597.138</b>	<b>231.936.577</b>
<b>Total activos</b>	<b>3.383.914.933</b>	<b>36.946.764</b>	<b>3.053.832.643</b>	<b>1.612.397</b>	<b>26.922.257</b>	<b>264.177.032</b>

### Al 31 de diciembre de 2019

	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (\$ reajustables)	Al 31 de diciembre de 2019 (\$ no reajustables)	Al 31 de diciembre de 2019 (Dólares)	Al 31 de diciembre de 2019 (Soles peruanos)	Al 31 de diciembre de 2019 (pesos colombianos)
<b>Patrimonio y pasivos</b>						
<b>Pasivos corrientes</b>						
Otros pasivos financieros corrientes	110.428.450	61.529.752	45.758.203	-	-	3.140.495
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	71.489.750	990.410	65.233.433	143.660	31.489	5.090.758
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	658.806	-	378.877	47.516	986	231.427
Pasivos por arrendamientos corrientes	2.011.801	1.204.789	119.286	514.904	98.002	74.820
Otras provisiones a corto plazo	470.259	-	470.259	-	-	-
Pasivos por impuestos corrientes	4.395.915	-	4.338.355	-	52.407	5.153
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	8.254.520	1.623.187	5.948.127	-	-	683.206
Otros pasivos no financieros corrientes	4.728.020	-	3.611.645	-	54	1.116.321
<b>Total pasivos corrientes</b>	<b>202.437.521</b>	<b>65.348.138</b>	<b>125.858.185</b>	<b>706.080</b>	<b>182.938</b>	<b>10.342.180</b>
<b>Pasivos no corrientes</b>						
Otros pasivos financieros no corrientes	783.324.517	694.327.330	1.033.213	-	-	87.963.974
Cuentas por pagar no corrientes	1.074.495	1.070.446	-	-	4.049	-
Pasivos por arrendamientos no corrientes	16.825.861	13.968.119	-	2.594.787	11.986	250.969
Pasivos por impuestos diferidos	440.007.841	-	440.007.841	-	-	-
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	4.992.047	4.992.047	-	-	-	-
Otros pasivos no financieros no corrientes	22.681.407	11.199.873	11.222.465	97.656	16.913	144.500
<b>Total pasivos no corrientes</b>	<b>1.268.906.168</b>	<b>725.557.815</b>	<b>452.263.519</b>	<b>2.692.443</b>	<b>32.948</b>	<b>88.359.443</b>
<b>Total de Pasivos</b>	<b>1.471.343.689</b>	<b>790.905.953</b>	<b>578.121.704</b>	<b>3.398.523</b>	<b>215.886</b>	<b>98.701.623</b>

## 26. 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 solo 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:

## Resultados

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de							
	2020				2019			
	Chile (M\$)	Colombia (M\$)	Perú (M\$)	Total Negocio (M\$)	Chile (M\$)	Colombia (M\$)	Perú (M\$)	Total Negocio (M\$)
Ingresos de actividades ordinarias	174.034.578	12.345.423	949.189	187.329.190	296.543.260	11.409.316	1.645.769	309.598.345
Costo de ventas	(75.527.461)	(8.160.359)	(626.614)	(84.314.434)	(75.882.412)	(4.416.807)	(786.840)	(81.086.059)
Gastos de administración	(35.759.829)	(4.648.479)	(311.803)	(40.720.111)	(35.706.130)	(4.449.671)	(134.935)	(40.290.736)

## Balance

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de							
	2020				2019			
	Chile (M\$)	Colombia (M\$)	Perú (M\$)	Total Negocio (M\$)	Chile (M\$)	Colombia (M\$)	Perú (M\$)	Total Negocio (M\$)
Activos intangibles distintos de la plusvalía	4.270.310	314.824	5.673	4.590.807	4.241.878	417.307	6.533	4.665.718
Propiedades, planta y equipo	3.764.853	106.506	79	3.871.438	2.921.351	423.690	1.450	3.346.491
Propiedades de Inversión	2.861.368.105	271.905.127	3.200.505	3.136.473.737	2.842.506.064	205.949.517	3.854.285	3.052.309.866
Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes	1.055.474.904	134.305.077	-	1.189.779.981	802.648.498	91.104.469	-	893.752.967

Existe un solo cliente de Plaza S.A. y Filiales que representa más del 10% de los ingresos por actividades ordinarias, el ingreso se detalla por segmento a continuación:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de					
	2020			2019		
	Chile (M\$)	Otros (M\$)	Total Negocio (M\$)	Chile (M\$)	Otros (M\$)	Total Negocio (M\$)
Ingresos de actividades ordinarias	26.690.770	1.419.697	28.110.467	34.993.576	1.489.929	36.483.505

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.

## 27. Compromisos, restricciones y contingencias

### a) Garantías Directas:

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

### b) Garantías Indirectas:

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

### c) Juicios:

El día 23 de septiembre de 2011, la sociedad Inversiones Accionarias Limitada (que fue sucedida por Costanera SACI), interpuso una acción reivindicatoria en contra de Plaza Oeste S.A. (hoy Plaza Oeste SpA), pidiendo la restitución de

una superficie de terreno de aproximadamente 1.005,80 metros cuadrados, ubicados en el deslinde sur poniente del terreno en que está construido el centro comercial Mallplaza Norte, además de pedir el pago de prestaciones mutuas, deterioros y frutos. Junto con solicitar la desestimación de la acción reivindicatoria indicada, Plaza Oeste SpA demandó reconventionalmente a Inversiones Accionarias Limitada, solicitando entre otras materias, que de manera subsidiaria y para el evento en que se diera lugar a la demanda principal, que se condenara a Inversiones Accionarias Limitada al pago de las expensas necesarias hechas en la conservación y mejora útil de la franja de terreno cuya reivindicación se solicitó.

El tribunal de primera instancia consideró que Plaza Oeste SpA actuó de buena fe y concedió parcialmente la pretensión de la sociedad demandante, ordenando a la primera restituir una superficie de 895,43 metros cuadrados y rechazando la pretensión de prestaciones mutuas, deterioros y frutos. Respecto de la demanda reconventional de Plaza Oeste SpA., el tribunal reconoció el dominio de esta última sobre

110,37 metros cuadrados de la franja en disputa, razón por la cual solo condenó a la restitución de 895,43 metros cuadrados, ordenó asimismo que Inversiones Accionarias Limitada debía pagar a la demandada las mejoras introducidas en el terreno.

En contra de la sentencia de primera instancia se interpusieron recursos de apelación y casación en la forma, los que fueron rechazados por sentencia de fecha 27 de junio de 2019, confirmándose la sentencia de primera instancia. Con ocasión de distintas incidencias y recursos promovidos con ocasión de la ejecución incidental del fallo de primera instancia, las partes finalmente alcanzaron un acuerdo mediante transacción extrajudicial celebrada con fecha 17 de julio de 2020, en el que pusieron término a la causa y se otorgaron amplio, completo y definitivo finiquito respecto de todos los hechos que dieron lugar a la presentación de la demanda reivindicatoria, efectuándose la restitución de la franja respectiva con esa misma fecha.

La restitución de la franja de terreno reivindicada no implica cambios que puedan afectar el funcionamiento del centro comercial ni la capacidad de la Compañía para operarlo.

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 2020 y 2019 el detalle de juicios es el siguiente:

Naturaleza de juicios	Número de juicios	Monto del juicio (M\$)	Monto provisionado al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Monto provisionado al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Civil	68	9.232.838	104.506	129.313
Consumidor	117	1.635.801	339.027	277.736
Laboral	81	1.153.584	141.250	-
Otros	28	6.282.206	33.877	63.210
		<b>18.304.429</b>	<b>618.660</b>	<b>470.259</b>

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.

#### d) Otras Restricciones:

Al 31 de diciembre de 2020, la Sociedad tiene restricciones financieras establecidas en los contratos de emisión de bonos públicos y/o financiamientos con instituciones financieras:

##### 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 las Series M y N emitidas con cargo a las líneas 766 y 767 y respectivamente, ambas inscritas 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, emitida con cargo a la línea de Bonos N° 980 inscrita en el

Registro de Valores con fecha 15 de noviembre de 2019 y respecto de la Serie de Bonos U, emitida con cargo a la línea de Bonos N° 767 inscrita en el Registro de Valores con fecha 23 de septiembre de 2013, son los siguientes:

### I) Nivel de endeudamiento

A contar del 31 de marzo de 2010, mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del emisor, un nivel de endeudamiento definido como la suma de las cuentas otros pasivos financieros corrientes y otros pasivos financieros no corrientes, dividido por el valor de la UF a la fecha de cierre del Estado de Situación Financiera Consolidada del emisor inferior o igual al valor establecido por fórmula.

Se presenta el detalle de cálculo del nivel de endeudamiento máximo establecido en la cláusula décima, número uno, de los contratos de emisión de bonos por línea de títulos de deuda a 10 años y 30 años, y sus modificaciones.

**Deuda Máxima Según Covenant Bonos Líneas 583, 584, 669, 670, 766, 767 y 980 al 31 de diciembre de 2020.**

	Moneda	Al 31 de Diciembre de 2020	Al 30 de Septiembre de 2020	Fuente de Información
Periodo i		31-12-20	30-09-20	
Periodo i-1		30-09-20	30-06-20	
UF i	\$/UF	29.070,33	28.707,85	
UF i-1	\$/UF	28.707,85	28.696,42	
Efectivo y Equivalentes al Efectivo del Periodo i	Miles \$	202.514.434	223.033.987	Estado Situación Financiera periodo i
Efectivo y Equivalentes al Efectivo del Periodo i-1	Miles \$	223.033.987	280.988.793	Estado Situación Financiera periodo i-1
Variación Efectivo i	Miles \$	(20.519.553)	(57.954.806)	
<b>Variación Efectivo i</b>	<b>Miles UF</b>	<b>(706)</b>	<b>(2.019)</b>	
<b>Garantías a Terceros i</b>	<b>No hay</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	
Total Patrimonio i	Miles \$	1.907.121.732	1.911.531.941	Estado Situación Financiera periodo i
Dividendos por Pagar i	Miles \$	3.686.941	8.742	Nota 16 - Estados Financieros periodo i
Total Patrimonio i-1	Miles \$	1.911.531.941	1.926.887.236	Estado Situación Financiera periodo i-1
Dividendos por Pagar i-1	Miles \$	8.742	8.606	Nota 16 - Estados Financieros periodo i-1
Variación Patrimonio i	Miles \$	(732.011)	(15.355.159)	
<b>Variación Patrimonio i</b>	<b>Miles UF</b>	<b>(25)</b>	<b>(535)</b>	
Propiedades de Inversión i-1 <sup>A</sup>	Miles \$	2.865.366.305	2.867.462.895	Estado Situación Financiera periodo i-1
Impuestos Diferidos Propiedades de Inversión i-1 <sup>B</sup>	Miles \$	441.754.957	439.355.382	Nota 14.2 - Estados Financieros periodo i-1
Ajuste por revalorización inicial de Prop. de Inversión a IFRS <sup>C</sup>	Miles \$	874.483.983	874.483.983	Nota 4 - 4.1 - Estados Financieros al 31.12.2010
Impuestos diferidos por revalorización inicial de Prop. de Inv. <sup>D</sup>	Miles \$	148.662.277	148.662.277	
Ajuste por revalorización inicial de Prop. de Inversión a IFRS <sup>E</sup>	Miles \$	454.824.534	454.824.534	
Impuestos diferidos por revalorización inicial de Prop. de Inv. <sup>F</sup>	Miles \$	122.799.513	122.799.513	
Variación Porcentual UF <sup>G</sup>	Miles \$	1,26%	0,04%	
Corrección Monetaria Propiedades de Inversión Chile i-1	Miles \$	17.244.843	545.785	
<b>Corrección Monetaria Propiedades de Inversión Chile i-1</b>	<b>Miles UF</b>	<b>593</b>	<b>19</b>	
<b>Ajuste Propiedades de Inversión fuera de Chile i-1</b>	<b>Miles UF</b>	<b>(910)</b>	<b>39</b>	
Deuda Máxima i-1	Miles UF	120.559	123.532	
<b>Deuda Máxima i</b>	<b>Miles UF</b>	<b>119.169</b>	<b>120.559</b>	

<sup>A</sup> Propiedades de Inversión en Chile Netas de depreciación acumulada.

<sup>B</sup> Asociados a Propiedades de Inversión en Chile.

<sup>C</sup> De las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2009.

<sup>D</sup> Asociados al ajuste por revalorización inicial por IFRS de las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2009. Representa el 17% del Ajuste por revalorización inicial a IFRS.

<sup>E</sup> De las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2016 por re-adopción de IFRS.

<sup>F</sup> Asociados al ajuste por revalorización debido a la re-adopción de IFRS de las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2016. Representa el 27% del Ajuste por revalorización debido a la re-adopción de IFRS.

<sup>G</sup> Variación Porcentual entre los valores de UFi y UFi-1.

Al 31 de diciembre de 2020, la Deuda Máxima permitida asciende a MUF 119.169 según los contratos de los bonos públicos vigentes. La deuda vigente al 31 de diciembre de 2020 asciende a MUF 40.928.

## II) Activos esenciales

Activos esenciales según Bonos con cargo a las Líneas 583, 584, 669, 670, 766 y 767 al 31 de diciembre de 2020.

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. Solo 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 980 al 31 de diciembre de 2020.

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. Solo 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.

### 1. Instituciones financieras

Plaza S.A. y Filiales al 31 de diciembre de 2020 tiene contratados varios financiamientos con instituciones financieras, los cuales tienen asociados las siguientes restricciones financieras:

Sociedad	Covenant	Nivel Exigido	Nivel al 31.12.2019	Observación	Detalle
Nuevos Desarrollos S.A.	Pasivo Corriente Consolidado + Pasivo No Corriente Consolidado / Total Patrimonio Consolidado	<= 2,00 veces	0,89 veces	En Cumplimiento	Cálculo trimestral medido sobre EEFF consolidado de la sociedad de cada periodo
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena	(EBITDA + CAJA)/Servicio Deuda	>= 1,10 veces	1,76 veces	En Cumplimiento	Cálculo Semestral medido sobre EEFF de la sociedad de cada semestre
	Deuda Financiera Neta < Nivel de Endeudamiento Máximo	MMCOP 381.584	MMCOP 62.874	En Cumplimiento	Cálculo Semestral medido sobre EEFF de la sociedad de cada semestre
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos	(EBITDA + CAJA)/Servicio Deuda	>= 1,10 VECES	8,14 veces	En Cumplimiento	Cálculo Anual medido sobre EEFF de la sociedad de cierre de año
	Deuda Financiera Neta / Patrimonio	<= 2,30 veces	0,18 veces	En Cumplimiento	Cálculo Anual medido sobre EEFF de la sociedad de cierre de año

(\*) >=1 para los años 1 y 2 del periodo de operación  
>=1,1 para el año 3 de operación

A la fecha de estos Estados Financieros Consolidados se han cumplido todos los covenants establecidos en los contratos de deuda.

## 28. Administración de riesgos financieros

Plaza S.A. y Filiales está expuesta a determinados riesgos que podrían impactar, en mayor o menor medida, sus negocios y resultados de forma adversa. Dado esto, la Compañía ha desarrollado una serie de acciones para la identificación, evaluación, mitigación y supervisión de los riesgos que enfrenta, bajo el modelo de gestión de riesgos COSO ERM (Enterprise Risk Management) y metodología de segmentación de

control del riesgo conocida como Tres Barreras de Defensa. Este modelo se aplica en los tres países donde mallplaza participa. En forma periódica, la primera y segunda barreras de defensa, compuestas por los responsables de cada proceso y la alta administración, realizan una evaluación de los riesgos de la Compañía, en línea con las cadenas de valor y operacional del negocio, de manera tal de mantener actualizados los riesgos que podrían impactar en el desarrollo u objetivos de Plaza S.A. y sus filiales. Adicionalmente, la Compañía reconoce en la Gerencia de Contraloría su tercera barrera de defensa, cuyo objetivo es verificar de forma independiente a la Administración, el cumplimiento de las políticas y procedimientos, teniendo una dependencia directa del Comité de Directores de la Sociedad.

## 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 centralizados para gestionar y minimizar la exposición a estos riesgos. Asimismo, se han establecido procedimientos para monitorear la evolución de dichos riesgos, de forma que las políticas y procedimientos internos se revisen continuamente para adaptarse al cambiante escenario de los negocios y mercados donde opera la Compañía.

### (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, bonos corporativos y efectos de comercio.

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 exclusivamente en productos de una liquidez inferior a 90 días 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 2020 y 2019 basado en obligaciones financieras contractuales de pago.

Al 31 de diciembre de 2020	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	120.459.759	77.543.497	134.124.954	94.262.532	5.079.702	729.439.048	<b>1.160.909.492</b>
Intereses	32.612.243	29.717.782	24.823.371	22.827.272	22.512.905	169.945.616	<b>302.439.189</b>
<b>Totales</b>	<b>153.072.002</b>	<b>107.261.279</b>	<b>158.948.325</b>	<b>117.089.804</b>	<b>27.592.607</b>	<b>899.384.664</b>	<b>1.463.348.681</b>

Al 31 de diciembre de 2019	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	104.829.936	11.667.926	85.082.896	147.778.737	38.944.166	428.290.767	<b>816.594.428</b>
Intereses	30.000.316	27.118.691	25.667.094	19.119.684	17.009.129	126.955.441	<b>245.870.355</b>
<b>Totales</b>	<b>134.830.252</b>	<b>38.786.617</b>	<b>110.749.990</b>	<b>166.898.421</b>	<b>55.953.295</b>	<b>555.246.208</b>	<b>1.062.464.783</b>

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 2020, el índice antes señalado fue de 0,52 veces.

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

	Humphreys	Fitch Ratings	Feller
Bonos y Líneas de Bonos	AA+	AA+	AA+
Efectos de Comercio	Nivel 1+ / AA+	Nivel 1+ / AA+	Nivel 1+ / AA+

## (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 Riesgos y Cobranzas, es la responsable de minimizar el riesgo de las cuentas por cobrar, mediante la evaluación de riesgo de los arrendatarios y de la gestión de las cuentas por cobrar. Plaza S.A. y Filiales tiene un proceso centralizado para la evaluación de riesgo de sus clientes, determinando una clasificación para cada uno de ellos, la que se rige

por las políticas de riesgo comercial y el procedimiento de análisis de riesgos. En este proceso se analiza la situación financiera del cliente, de manera de determinar el nivel de riesgo asociado, estableciendo así la constitución de garantías en el caso de ser necesarias.

La Compañía solicita la constitución de garantías a sus clientes en función de los análisis de riesgos efectuados por la Gerencia Corporativa de Administración y Finanzas.

Las garantías recibidas por la Compañía son:

Garantías	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Boletas y Depósitos a Plazo	40.953.372	46.613.286
Pólizas de Seguro	4.012.876	474.926
Efectivo	18.163.895	16.010.476
<b>Total</b>	<b>63.130.143</b>	<b>63.098.688</b>

Durante el ejercicio al 31 de diciembre de 2020 y 2019, 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 2020 (M\$)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$)
Grupo A	Mayor o igual a 70%	47.600.639	46.171.964
Grupo B	Menor a 70% y hasta 40%	6.070.072	9.084.320
Grupo C	Menor a 40% y hasta 10%	1.588.604	1.450.731
Grupo D	Menor a 10%	707.621	191.732
		<b>55.966.936</b>	<b>56.898.747</b>

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 2020	5.460.053
Al 31 de diciembre de 2019	1.341.278

### (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 solo 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 2020, el 86,4% de la deuda financiera consolidada, después de coberturas, estaba expresada en UF y un 13,6% en pesos colombianos. De esta forma, a esta fecha la deuda consolidada de la Compañía no presenta riesgo material por el tipo de cambio.

#### (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 2020, tiene el 100% de su deuda financiera después de coberturas de moneda 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 después de coberturas se encuentra indexada a la misma unidad de reajuste, es posible establecer que la Compañía mantiene una cobertura económica natural que la protege del riesgo de inflación presente en la deuda consolidada después de coberturas (ingresos indexados a la UF 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\$35.693.436, considerando los reajustes de los instrumentos de deuda indexados por la inflación.

La Compañía utiliza 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 2020 Plaza S.A. y Filiales poseen los siguientes contratos de derivados:

Deudor	RUT	Contraparte	Banco paga CLP (Monto Contratado)	Tasa CLP (*)	Banco recibe UF (Monto Contratado)	Tasa UF	Fecha Inicio	Fecha Término
Nuevos Desarrollos S.A.	76.882.330-8	Banco de Chile	14.284.010.000	3,68%	500.000,00	1,390%	23-03-2020	23-03-2021
Nuevos Desarrollos S.A.	76.882.330-8	Banco Estado	49.617.620.000	5,13%	2.000.000,00	2,455%	11-05-2015	11-05-2021
Nuevos Desarrollos S.A.	76.882.330-8	Banco de Chile	14.358.260.000	1,70%	500.000,00	0,300%	05-06-2020	05-06-2023
Nuevos Desarrollos S.A.	76.882.330-8	Banco de Chile	14.358.260.000	1,70%	500.000,00	0,300%	05-06-2020	05-06-2023
<b>Totales</b>			<b>92.618.150.000</b>		<b>3.500.000</b>			

Deudor	RUT	Contraparte	Banco paga CLP (Monto Contratado)	Tasa CLP (*)	Banco recibe UF (Monto Contratado)	Tasa UF	Fecha Inicio	Fecha Término
Nuevos Desarrollos S.A.	76.882.330-8	Banco Scotiabank	16.632.854,65	2,63%	500.000,00	1,700%	03-04-2020	05-04-2021
<b>Totales</b>			<b>16.632.854,65</b>		<b>500.000,00</b>			

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

## 2. Daño a personas y a activos

La Compañía opera un número importante de instalaciones físicas necesarios para la conducción del negocio, las cuales están sujetas a la ocurrencia de eventos que podrían perjudicar su

operatividad, tales como: incendios, desastres naturales (inundaciones, sismos, lluvias excesivas), asaltos, saqueos, manifestaciones violentas, u otro tipo de incidentes con daños, clausura de locales y suspensión de actividades por orden de autoridad en estados de excepción constitucional o situaciones de emergencia sanitaria, y otros. Estos, además, presentan un eventual daño a las personas que asisten a las instalaciones de la Compañía, sean clientes, trabajadores, proveedores, contratistas u otros. Este riesgo se mitiga a través del cumplimiento de los estándares en materias de construcción y seguridad física, tales como: sistemas antisísmicos y de protección contra incendios. Además, el riesgo de daño a las

personas está mitigado por nuestro programa de seguridad y salud ocupacional, y del mantenimiento de cuyo cumplimiento y resultados con monitoreados continuamente. Por otro lado, el impacto sobre los activos es externalizado a través de la contratación de pólizas de seguros que cubren los riesgos operativos de las propiedades de inversión (centros comerciales en operación y construcción) y los flujos de ingresos asociados a éstos, a través de compañías de seguros de primer nivel.

## 3. Cambios en las leyes y regulaciones vigentes

Un eventual cambio en el marco regulatorio vigente podría afectar a los ingresos o costos de Plaza S.A. y Filiales. Por ejemplo, un cambio en la normativa laboral podría restringir los horarios de apertura de los centros comerciales en días feriados o festivos. Por otro lado, su rentabilidad podría verse afectada ante un cambio negativo en las regulaciones asociadas a los terrenos o a la construcción. Este tipo de cambios normativos son seguidos y analizados por distintas áreas de la Compañía involucradas, con el fin de anticiparnos para asegurar el cumplimiento de la forma más eficiente posible.

#### 4. Riesgos medioambientales – cambio climático

Como propietarios de bienes raíces podría enfrentar pasivos por contaminación dentro de las comunidades donde se encuentran los centros comerciales, para lo cual Plaza S.A. y Filiales ha establecido políticas y procedimientos de manera de asegurar en cumplimiento de las regulaciones vigentes en materia medioambiental y además asegurar una operación sostenible de sus centros urbanos basada en las mejores prácticas.

#### 5. Ciclo económico

En general las ventas de nuestros arrendatarios están directamente correlacionadas con la evolución del producto interno bruto y el consumo. La caída en el ingreso disponible de las personas, provocada por una eventual contracción económica, podría afectar la tasa de ocupación y los ingresos de los Centros Comerciales. Sin embargo, la política comercial de Plaza S.A. y Filiales está enfocada en cobros mayoritariamente fijos no asociados a las ventas de sus arrendatarios, por lo que los ingresos de Plaza S.A. y Filiales son menos sensibles al

ciclo económico de los ingresos obtenidos por los locales comerciales generados en razón de sus ventas. Adicionalmente, contamos con un proceso de cobranza establecido con indicadores y metas que son monitoreados continuamente. Complementariamente los ingresos de arriendo de la Compañía provienen de distintos tipos de operadores, entre cuyos ciclos de negocios en algunos casos existe una correlación inversa como lo son: los supermercados, mejoramiento hogar, locales de servicios, locales especializados, edificios médicos y de salud, oficinas, centros de educación y entretenimiento (cines y restaurantes), entre otros.

#### 6. Riesgos de seguridad informática y tecnológica

Existen potenciales riesgos asociados con violaciones de seguridad digital, ya sea a través de ataques cibernéticos, malware, virus informáticos, archivos adjuntos a correos electrónicos, entre otros. Al respecto, Plaza S.A. y Filiales gestiona la seguridad e integridad de sus redes de TI y sistemas relacionados para minimizar el efecto de una eventual interrupción de la continuidad de los sistemas, apoyándose en empresas especializadas en estos riesgos.

#### 7. Ventas minoristas a través de Internet

En los últimos años han aumentado las ventas minoristas a través del comercio electrónico vía internet, los cuales podrían afectar eventualmente el flujo de visitantes a los centros comerciales. Plaza S.A. y Filiales gestiona este riesgo fortaleciendo una alta diversificación en su propuesta a los visitantes, concentrando un mix relevante de usos no retail en sus centros comerciales, tales como restaurantes, zonas de juegos, cines, edificios clínicos, centros de educación, centros de servicios, oficinas y venta de automóviles. A su vez, el restante espacio asociado al retail se distribuye en tiendas por departamento, supermercados, tiendas mejoramiento del hogar y el comercio retail especializado. Esta diversificación posibilita que los centros comerciales Mallplaza generen múltiples motivos de visitas, donde los ciudadanos tienen la posibilidad de realizar múltiples interacciones, las que potencian sus visitas al centro comercial. De manera complementaria, Mallplaza ha ido incorporando en su modelo de negocios y relacionamiento con sus socios comerciales, nuevas capacidades logísticas,

junto con desarrollar iniciativas digitales y servicios omnicanales que potencian su propuesta de valor para éstos y sus visitantes, las que espera ir monetizando en el tiempo.

## 8. Riesgos de pérdida de talento

La Compañía depende de la experiencia y conocimientos de sus ejecutivos, colaboradores y directores para su operación diaria y para ejecutar sus planes de inversión. Para atraer y retener talento, cuya fuga podría impactar la capacidad para competir efectivamente y continuar creciendo, la Compañía cuenta con procesos de desarrollo y retención del talento establecidos, cuyos resultados son monitoreados continuamente.

## 9. Disponibilidad de terrenos

Plaza S.A. y Filiales es propietaria de un conjunto de terrenos que le permitirían desarrollar proyectos comerciales cuando la Compañía estime que existe una demanda asociada suficiente y que ellos sean rentables.

## 29. Instrumentos financieros

### a) Composición de activos y pasivos financieros

	Al 31 de diciembre de 2020		Al 31 de diciembre de 2019	
	Corriente (M\$)	No Corriente (M\$)	Corriente (M\$)	No Corriente (M\$)
Efectivo y equivalentes al efectivo	202.514.434	-	35.722.612	-
Otros activos financieros	135.269	-	820.621	-
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	66.304.556	3.987.834	65.826.632	3.093.085
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	5.046.981	-	10.170.227	-
<b>Total Activos financieros</b>	<b>274.001.240</b>	<b>3.987.834</b>	<b>112.540.092</b>	<b>3.093.085</b>
Obligaciones con bancos	121.839.800	364.404.902	88.441.462	255.671.744
Obligaciones con el público	5.189.424	635.348.036	21.816.025	448.713.760
Derivados de cobertura	61.492.419	1.505.400	170.963	78.939.013
<b>Total Otros pasivos financieros</b>	<b>188.521.643</b>	<b>1.001.258.338</b>	<b>110.428.450</b>	<b>783.324.517</b>
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	46.862.741	1.074.634	71.489.750	1.074.495
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	1.678.534	-	658.806	-
<b>Total Pasivos financieros</b>	<b>237.062.918</b>	<b>1.002.332.972</b>	<b>182.577.006</b>	<b>784.399.012</b>

## b) Instrumentos financieros por categoría

	Al 31 de diciembre de 2020		Al 31 de diciembre de 2019	
	Efectivo y equivalente de efectivo, Préstamos y cuentas por cobrar (M\$)	Derivados de cobertura de flujos de efectivo (M\$)	Efectivo y equivalente de efectivo, Préstamos y cuentas por cobrar (M\$)	Derivados de cobertura de flujos de efectivo (M\$)
<b>Activos</b>				
Efectivo y equivalentes al efectivo	202.514.434	-	35.722.612	-
Otros activos financieros	-	135.269	-	820.621
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	70.292.390	-	68.919.717	-
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	5.046.981	-	10.170.227	-
<b>Total</b>	<b>277.853.805</b>	<b>135.269</b>	<b>114.812.556</b>	<b>820.621</b>
	Al 31 de diciembre de 2020		Al 31 de diciembre de 2019	
	Derivados de cobertura de flujos de efectivo (M\$)	Pasivos financieros medidos al costo amortizado (M\$)	Derivados de cobertura de flujos de efectivo (M\$)	Pasivos financieros medidos al costo amortizado (M\$)
<b>Pasivos</b>				
Obligaciones con bancos	-	486.244.702	-	344.113.206
Obligaciones con el público	-	640.537.460	-	470.529.785
Derivados de cobertura	62.997.819	-	79.109.976	-
Total otros pasivos financieros	62.997.819	1.126.782.162	79.109.976	814.642.991
<b>Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar</b>	<b>-</b>	<b>47.937.375</b>	<b>-</b>	<b>72.564.245</b>
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	-	1.678.534	-	658.806
Total	62.997.819	1.176.398.071	79.109.976	887.866.042
<b>Total</b>	<b>79.109.976</b>	<b>887.866.042</b>	<b>102.799.868</b>	<b>911.978.283</b>

## 30. 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).

La siguiente tabla presenta las clases de instrumentos financieros medidos al valor justo al 31 de diciembre de 2020 y 2019, según nivel de información utilizada en la valoración:

Instrumentos financieros medidos a valor razonable	Al 31 de diciembre de 2020		
	Nivel 1 (M\$)	Nivel 2 (M\$)	Nivel 3 (M\$)
Otros activos financieros	-	135.269	-
<b>Total activos financieros a valor razonable</b>	<b>-</b>	<b>135.269</b>	<b>-</b>
Otros pasivos financieros	-	1.392.533.314	-
Derivados de cobertura	-	62.997.819	-
<b>Total pasivos financieros a valor razonable</b>	<b>-</b>	<b>1.455.531.133</b>	<b>-</b>

Instrumentos financieros medidos a valor razonable	Al 31 de diciembre de 2019		
	Nivel 1 (M\$)	Nivel 2 (M\$)	Nivel 3 (M\$)
Otros activos financieros	-	820.621	-
<b>Total activos financieros a valor razonable</b>	<b>-</b>	<b>820.621</b>	<b>-</b>
Otros pasivos financieros	-	974.021.295	-
Derivados de cobertura	-	79.109.976	-
<b>Total pasivos financieros a valor razonable</b>	<b>-</b>	<b>1.053.131.271</b>	<b>-</b>

## 31. Medio ambiente

En relación a lo establecido en la Circular N° 1.901 de la Superintendencia de Valores y Seguros (hoy CMF), los siguientes son los principales desembolsos que Plaza S.A. y sus Filiales al 31 de diciembre de 2020 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
<b>Nuevos Desarrollos S.A.</b>	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.	<b>193.894</b>	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.	<b>239.837</b>	mensual	En proceso
	Programa control de plagas.	Prevención y control de plagas (ej.: ratones) y control de insectos voladores.	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización.	<b>85.554</b>	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.	<b>16.593</b>	mensual	En proceso
	Digestor de orgánicos	Arriendo digestor de organicos	Gasto	Sistema de biodegradación de los residuos organicos de locales de food court para generar fertilizante para paisajismo	<b>8.285</b>	mensual	Finalizado
<b>Inmobiliaria Mall Calama SpA</b>	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.	<b>59.296</b>	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.	<b>27.001</b>	mensual	En proceso
	Programa control de plagas.	Prevención y control de plagas (ej.: ratones) y control de insectos voladores.	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización.	<b>12.998</b>	mensual	En proceso
<b>Inmobiliaria Mall Las Américas S.A.</b>	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.	<b>24.092</b>	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.	<b>27.942</b>	mensual	En proceso
	Programa control de plagas.	Prevención y control de plagas (ej.: ratones) y control de insectos voladores.	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización.	<b>8.496</b>	mensual	En proceso
<b>Plaza Antofagasta S.A.</b>	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.	<b>48.035</b>	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.	<b>56.199</b>	mensual	En proceso
	Programa control de plagas.	Prevención y control de plagas (ej.: ratones) y control de insectos voladores.	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización.	<b>12.946</b>	mensual	En proceso

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
<b>Plaza del Trébol SpA</b>	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.	<b>52.527</b>	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.	<b>112.162</b>	mensual	En proceso
	Programa control de plagas.	Prevención y control de plagas (ej.: ratones) y control de insectos voladores.	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización.	<b>23.943</b>	mensual	En proceso
<b>Plaza La Serena SpA</b>	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.	<b>28.958</b>	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.	<b>29.826</b>	mensual	En proceso
	Programa control de plagas.	Prevención y control de plagas (ej.: ratones) y control de insectos voladores.	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización.	<b>8.889</b>	mensual	En proceso
<b>Plaza Oeste SpA</b>	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.	<b>56.443</b>	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.	<b>85.397</b>	mensual	En proceso
	Programa control de plagas.	Prevención y control de plagas (ej.: ratones) y control de insectos voladores.	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización.	<b>29.618</b>	mensual	En proceso
<b>Plaza Tobalaba SpA</b>	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.	<b>14.321</b>	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.	<b>18.210</b>	mensual	En proceso
	Programa control de plagas.	Prevención y control de plagas (ej.: ratones) y control de insectos voladores.	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización.	<b>14.049</b>	mensual	En proceso
<b>Plaza Vespucio SpA</b>	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.	<b>30.944</b>	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.	<b>201.122</b>	mensual	En proceso
	Programa control de plagas.	Prevención y control de plagas (ej.: ratones) y control de insectos voladores.	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización.	<b>16.154</b>	mensual	En proceso
<b>Patrimonio Autónomo Centro Comercial Barranquilla</b>	Servicio Fumigación Mall Barranquilla.	Fumigación zonas comunes.	Gasto	Servicio Fumigación Mall Barranquilla.	<b>6.742</b>	mensual	En proceso

## 32. COVID-19

La pandemia ocasionada por el brote del virus denominado COVID-19 (“Coronavirus”), que comenzó a inicios de 2020 y que aún se encuentra en desarrollo a la fecha de presentación de estos Estados Financieros, ha afectado y se espera continúe afectando significativamente nuestras actividades, operaciones, ventas, márgenes, ingresos, costos y resultados, así como la actividad económica, comercial, empresarial y financiera, entre otros, en todos los países y mercados de operación de nuestro negocio, así como los de nuestros proveedores y clientes. Tales afectaciones se han producido y se continuarán produciendo ya sea por los efectos directos de la pandemia de Coronavirus como por las medidas que los Estados han adoptado para su combate en materias tales como la restricción de la circulación, reunión, cercanía y aglomeración de las personas; el cierre de las fronteras, el libre tránsito de las mercaderías y el establecimiento de aduanas sanitarias; el cierre parcial de centros comerciales, establecimientos de comercio, colegios, universidades y restaurantes; y, cuarentenas totales o parciales y toques de queda; entre otras. La

extensión, alcance, duración y efectos de la pandemia de Coronavirus y de las medidas gubernamentales para su contención aludidas, están fuera de nuestro control.

La Sociedad ha continuado adoptando todas las medidas que ha considerado necesarias y convenientes para la continuidad operacional de su negocio, subsidiariamente al resguardo de la seguridad y protección de la salud de sus colaboradores, personal de empresas de servicio, personal de tiendas y visitantes, cumpliendo las medidas ordenadas por las autoridades competentes, para el control del Coronavirus. Para ello, Plaza S.A. y Filiales han implementado protocolos de operación y trabajo que buscan disminuir las posibilidades de contagio de nuestros colaboradores, personal de empresas de servicio, personal de tiendas y visitantes. Entre las medidas consideradas se incluyen: i) resguardos incrementales de profilaxis en nuestras instalaciones, activos y procesos; ii) establecimiento de equipos de trabajo sin contacto físico entre sí; iii) trabajo remoto por turnos de nuestros colaboradores para aquellas actividades que pueden ser ejercidas a distancia; iv) trabajo remoto absoluto para nuestros colaboradores con mayores riesgos en caso

de contagio con Coronavirus, sea que dichos factores de riesgo les afecten de manera directa o a su círculo inmediato; v) difusión permanente de medidas de autocuidado; y, vi) protocolos de acción para el caso de confirmarse el contagio de algún colaborador. Todas las medidas antes indicadas implican, o pueden implicar, a pesar de nuestros esfuerzos, ineficiencias, mayores costos, cierres transitorios de servicios de los centros comerciales o demoras en nuestros procesos y operación, respecto de nuestras actividades en ausencia de la pandemia de Coronavirus. Dichas medidas constituyen un esfuerzo de control del Coronavirus y sus impactos, pero no es posible garantizar su eficacia.

Junto con el impacto que la pandemia de Coronavirus ha tenido en nuestras actividades, operaciones, ventas, márgenes, ingresos, costos y resultados; así como en un aumento de demanda de productos y servicios en forma omnicanal. Este fenómeno podría verse afectado en el futuro en atención a la continuación o no de restricciones gubernamentales para el control de la pandemia de Coronavirus; o debido a cambios más permanentes en el tiempo provocados por la pandemia, en las preferencias de los visitantes sobre

la forma en que deciden acceder a productos y servicios. El aprovechamiento de las capacidades logísticas, digitales y servicios omnicanales, tales como servicios “compra y recoge”, gestión de entrega de pedidos de comida a plataformas de última milla, fila virtual de visitantes y alianza con marketplace, entre otros, en cuyos desarrollos la Sociedad ha estado trabajando en los años recientes, nos han permitido atender adecuadamente la demanda omnicanal de productos y servicios. No obstante, no es posible prever a la fecha de presentación de estos estados financieros, que futuras medidas gubernamentales o que la Sociedad estime necesarias, no fueren a impactar la operación y atención de la demanda a través de nuestros servicios omnicanales.

El normal desenvolvimiento de sus operaciones durante el año 2020 se vio afectado por el cierre temporal de locales y el limitado funcionamiento de los centros comerciales debido a la pandemia de Coronavirus. A partir de mediados de marzo de 2020, sus centros comerciales operaron transitoriamente bajo aperturas limitadas en función de las actividades permitidas por las autoridades gubernamentales de cada país. En junio se inició el proceso de reapertura gradual de

los servicios no esenciales en sus centros comerciales en Chile y Colombia, manteniendo en operación el 76% de su superficie arrendable al cierre del año 2020.

Durante el transcurso de la pandemia, Plaza S.A. y Filiales prestaron su apoyo a sus arrendatarios a través de distintas acciones, entre las cuales se destacan reducciones en cánones de arrendamiento, planes de pago especiales y disminución en los cobros de los gastos de administración y operación, traspasando los ahorros logrados en la gestión de los mismos durante el año 2020.

La pandemia por Coronavirus encuentra a Plaza S.A. y Filiales en una adecuada posición financiera y de liquidez para sus compromisos de desembolsos del año 2021. Al cierre del año 2020, sus vencimientos de deuda financiera corresponden en un 84% a endeudamiento mayor a un año y la duración de su deuda total es 7 años.

Plaza S.A. y Filiales se encuentran monitoreando el desarrollo de la pandemia de Coronavirus y evaluando y desarrollando acciones complementarias con el objetivo de minimizar su impacto en sus operaciones y situación financiera. A la fecha, no es posible cuantificar los efectos financieros y operacionales para la Sociedad

relacionados con la pandemia de Coronavirus, por tratarse de eventos aún en desarrollo y cuyos efectos dependerán de múltiples factores desconocidos hasta el momento. Tales factores incluyen algunos que están bajo mayor control de Plaza S.A. y Filiales; así como otros factores más alejados de su control o fuera del mismo, como la eficacia y necesaria coordinación de las medidas gubernamentales destinadas a la contención de la pandemia de Coronavirus y el grado de respuesta y colaboración que ellas encuentren en la población.

### **33. Combinación de negocios**

Con fecha 5 de agosto de 2020, Plaza S.A. a través de su subsidiaria Fondo de Capital Privado Mallplaza Compartimento Uno, suscribió los documentos vinculantes necesarios para adquirir 66 mil m2 de la superficie arrendable del Centro Comercial Calima (actualmente Mallplaza NQS) en la ciudad de Bogotá, Colombia, el cual tiene una superficie arrendable total de 93 mil m2.

El 23 de septiembre de 2020, se completaron todas las gestiones, trámites e inscripciones requeridas para materializar la adquisición antes mencionada, asumiendo Mallplaza, a través de

su filial en Colombia, la propiedad mayoritaria, el control y la administración del referido centro comercial.

La adquisición antes indicada ascendió a un total de 485.000 millones de pesos colombianos, equivalentes aproximadamente a USD128 millones.

El centro comercial Mallplaza NQS está ubicado en el corazón de Bogotá, una zona con alto potencial de desarrollo económico y comercial y conectado a las principales vías de acceso de la ciudad y del transporte público. La incorporación de este activo, cuarto centro urbano de Mallplaza en este país, permite a Plaza S.A. alcanzar una operación de 190 mil m2 de superficie arrendable en Colombia, uniéndose a sus centros urbanos en operación en las ciudades de Barranquilla, Cartagena y Manizales.

La propuesta comercial para este centro comercial incluye una tienda de mejoramiento del hogar Homecenter Sodimac, complejo de cines Cinépolis e hipermercado Éxito, marcas líderes en retail, gastronomía, entretenimiento y un edificio de 11 pisos de oficinas. Además, se considera la apertura de la primera tienda de la cadena sueca IKEA en Colombia en el año 2023.

Los gastos relacionados con la adquisición han sido registrados como Gastos de Administración en el estado de resultados de la Compañía.

De acuerdo a los lineamientos establecidos en la NIIF 3 "Combinación de Negocios" la Sociedad ha efectuado la valorización a valor razonable de los activos y pasivos del Centro Comercial Mallplaza NQS.

La siguiente tabla describe el precio pagado y los valores razonables de los activos adquiridos y los pasivos asumidos a la fecha de adquisición:

	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$)
Precio de la adquisición (A)	18.421.834
<b>Activos adquiridos y pasivos asumidos</b>	
Total de activos corrientes	89.952
Propiedades de inversión	70.746.361
<b>Total Activos</b>	<b>70.836.313</b>
Préstamos bancarios asumidos	51.402.637
Total otros pasivos	100.406
<b>Total Pasivos</b>	<b>51.503.043</b>
<b>Total Activos Netos Adquiridos (B)</b>	<b>19.333.270</b>
<b>Plusvalía negativa en la adquisición (A) - (B)</b>	<b>(911.436)</b>

### 34. Hechos posteriores

No existen otros hechos posteriores ocurridos entre el 31 de diciembre de 2020 y la fecha de emisión de los presentes Estados Financieros Consolidados.

## ANÁLISIS RAZONADO

### ESTADOS FINANCIEROS CONSOLIDADOS

#### PLAZA S.A.

Al 31 de diciembre de 2020

#### Contenido

1	Análisis de Mercado	<b>236</b>
2	Análisis del Estado de Situación Financiera	<b>237</b>
3	Análisis del Estado de Resultados por Función	<b>241</b>
4	Análisis del Estado de Flujo de Efectivo Directo	<b>245</b>
5	Administración de Riesgos	<b>245</b>

## 1. Análisis de mercado

### Descripción y análisis de los negocios

Plaza S.A. es el holding que opera en Chile, Perú y Colombia los centros comerciales bajo la marca mallplaza, que totaliza 1.814.000 m<sup>2</sup> de superficie arrendable.

En Chile agrupa las sociedades que construyen, administran, explotan y arriendan los locales y espacios publicitarios de sus 17 centros comerciales mallplaza. Entre sus arrendatarios destaca una oferta diversificada de productos y servicios, siendo relevantes las tiendas por departamentos, tiendas especializadas, entretención y cultura, salas de cine, juegos para niños, restaurantes y comida rápida, supermercados, venta de automóviles, oficinas, salud y educación. También se incluye el arriendo de espacios para publicidad en sus centros comerciales. Estas operaciones alcanzan 1.381.000 m<sup>2</sup> arrendables.

Plaza S.A. a través de su filial Fondo de Capital Privado Mall Plaza Colombia, posee centros comerciales en operación en las ciudades de Bogotá,

Barranquilla, Cartagena de Indias y Manizales, así como un quinto proyecto localizado en la ciudad de Cali. Al 31 de diciembre, la superficie arrendable en Colombia asciende a 164.000 m<sup>2</sup>.

Además, Plaza S.A. administra 4 centros comerciales en Perú pertenecientes a Mall Plaza Perú S.A., de la cual posee un 33,33% de su propiedad. Estos malls totalizan 269.000 m<sup>2</sup> arrendables y están ubicados en las ciudades de Lima, Arequipa y Trujillo.

Por último, Plaza S.A. se encuentra efectuando también los estudios y análisis correspondientes para eventualmente desarrollar nuevos proyectos en Chile, Perú y Colombia durante los próximos años.

### Descripción y análisis del sector industrial

a) **La Competencia:** De acuerdo a estudios realizados en hogares y en los distintos centros comerciales, los principales actores que compiten con Plaza S.A. son los centros comerciales en sus distintos formatos, tales como malls, *power centers*, *strip centers*, y el comercio tradicional ubicados en las localidades donde están los centros comerciales de Mallplaza.

b) **Su participación relativa y evolución:** Su participación de mercado en el comercio minorista se estima en 3,8%. Para determinar dicha participación, se consideran las ventas totales efectuadas dentro de los centros comerciales Mallplaza, excluyendo ventas en los sectores automotriz, supermercado, tienda hogar y salud, y se comparan con una estimación del comercio minorista en dichos rubros. En el sector venta de automóviles nuevos, Plaza S.A. participa a través de los locales de sus filiales Autoplaza SpA ubicados en los centros comerciales de la cadena en Chile y Salón Motorplaza S.A., ubicados en cuatro centros comerciales en Perú.

Plaza S.A. participa a través de los locales de sus filiales Autoplaza SpA ubicados en los centros comerciales de la cadena en Chile y Salón Motorplaza S.A., ubicados en cuatro centros comerciales en Perú.

## 2. Análisis del estado de situación financiera

### Activos (en millones de CLP)

	Diciembre 2020	Diciembre 2019	Variación Diciembre 2019 – Diciembre 2018
Activos corrientes	336.099	154.870	<b>117%</b>
Activos no corrientes	3.303.750	3.229.045	2%
<b>Total Activos</b>	<b>3.639.849</b>	<b>3.383.915</b>	<b>8%</b>

### Activos Corrientes

Aumento de 117% en Activos Corrientes, equivalente a MMCLP 181.230, explicado por mayor Efectivo y equivalentes al efectivo MMCLP 166.792 asociado a la emisión de Bonos series P y S, y la obtención de préstamos para profundizar liquidez, mayores Activos mantenidos para la venta MMCLP 11.735 por traspaso de terrenos no operativos desde propiedades de inversión, además de mayores Otros activos no financieros corrientes MMCLP 4.818 por mayor IVA crédito fiscal debido a menores ingresos transitorios por la pandemia. Esto es compensado por menores Cuentas por cobrar a entidades relacionadas

corrientes de MMCLP -5.123 por cobro de saldos en cuenta corriente mercantil con empresas relacionadas.

### Activos no Corrientes

Crecimiento de 2%, equivalente a MMCLP 74.705 explicado por el aumento en Propiedades de inversión MMCLP 84.164, principalmente por la compra del centro comercial Calima, actualmente Mallplaza NQS, en Bogotá, Colombia, además de inversiones en nuevo proyecto Mallplaza Cali durante el primer semestre 2020 y ampliaciones en Mallplaza Buenavista, Mallplaza Norte, Mallplaza La Serena y Mallplaza Oeste, y obras de remodelación de Mallplaza Vespucio. Lo anterior, compensadas negativamente por efecto de conversión de tipo de cambio de Colombia y el traspaso desde Propiedades de inversión de terrenos no operativos a Activos mantenidos para la venta. Mayores Activos por impuestos diferidos MMCLP 2.947 por aumento en pérdidas tributarias y provisión de incobrabilidad. Esto es compensado por menores Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación MMCLP -12.804 por efecto de conversión de moneda extranjera y resultado negativo del ejercicio en Mall Plaza Perú S.A.

### Propiedades de Inversión a Valor Justo

De acuerdo a lo señalado en la NIIF 1, Plaza S.A. valorizó las propiedades de inversión a su valor justo y utilizó ese valor como costo atribuido a la fecha de convergencia al 01 de enero de 2015. Desde la conversión a IFRS en adelante se ha aplicado el modelo del costo, por lo que este valor se ha depreciado linealmente de forma mensual, no revalorizándose a valor justo periodo a periodo en el Estado de Resultados. El valor de las propiedades de inversión al 31 de diciembre de 2020 es MMCLP 3.136.474, representando un 86% del total de activos consolidados de Plaza S.A.

MMCLP. Millones de pesos chilenos.

### Pasivos (en millones de CLP)

	Diciembre 2020	Diciembre 2019	Variación Diciembre 2020 – Diciembre 2019
Pasivos corrientes	248.211	202.438	23%
Pasivos no corrientes	1.484.517	1.268.906	<b>17%</b>
<b>Total Pasivos</b>	<b>1.732.728</b>	<b>1.471.344</b>	<b>18%</b>
Patrimonio	1.907.121	1.912.571	(0%)
<b>Patrimonio y Pasivos, Total</b>	<b>3.639.849</b>	<b>3.383.915</b>	<b>8%</b>

### Pasivos Corrientes

Aumento de 23% equivalente a MMCLP 45.773 debido a mayores Otros pasivos financieros corrientes por MMCLP 78.093 asociados a préstamos de corto plazo. Esto es compensado por menores Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar MMCLP -24.627 por menor provisión de dividendos respecto a 2019 por menor resultado del ejercicio 2020, menores Provisiones corrientes por beneficios a los empleados MMCLP -4.266 asociado a menor provisión de bonos por pagar, menores Pasivos por impuestos corrientes MMCLP -2.755 por menores impuestos a la renta por pagar, y menores Otros pasivos no financieros corrientes MMCLP -1.042 asociados a menor IVA debito fiscal por menores ingresos por cierre parcial de centros comerciales por la pandemia.

### Pasivos no Corrientes

El aumento de 17%, equivalente a MMCLP 215.611, se explica principalmente por Otros pasivos financieros no corrientes MMCLP 217.934 asociados a la emisión de Bonos series P y S, deuda financiera recibida con la adquisición de Mallplaza NQS (ex Calima) en Bogotá, Colombia, y la obtención de préstamos bancarios de largo plazo. Esto es compensado por menores Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados MMCLP -3.625 por pago a ejecutivos correspondiente a bonos de gestión de ejercicios anteriores.

Disminuye en MMCLP -5.449 por efecto negativo en Otras reservas MMCLP -14.335 asociado a ajuste de conversión de moneda extranjera MMCLP -24.222 contrarrestado por efecto positivo en contratos de cobertura SWAPS MMCLP 9.420. Este efecto es compensado por aumento en las Ganancias acumuladas MMCLP 7.847 generado principalmente por el Resultado del ejercicio, neto de provisión de dividendos, y aumento en Participaciones no controladoras de MMCLP 1.038 por emisión de patrimonio en Colombia compensado con el reconocimiento de las pérdidas del ejercicio.

### Patrimonio (en millones de CLP)

	Diciembre 2020	Diciembre 2019	Variación Diciembre 2020 – Diciembre 2019
Capital Emitido	175.123	175.123	0%
Ganancias (Pérdidas) Acumuladas	1.534.894	1.527.046	1%
Primas de Emisión	123.573	123.573	0%
Otras participaciones en el patrimonio	0	0	0%
Otras Reservas	(73.571)	(59.236)	24%
Participaciones no controladoras	147.103	146.065	1%
<b>Total Patrimonio</b>	<b>1.907.122</b>	<b>1.912.571</b>	<b>0%</b>

## Razones

	Diciembre 2020	Diciembre 2019	Variación Diciembre 2020 – Diciembre 2019
Razón de Liquidez	1,35	0,77	0,58
Razón Ácida	0,82	0,18	0,64
Razón de Endeudamiento	0,91	0,77	0,14
Deuda Financiera Neta <sup>(1)</sup> / Patrimonio	0,52	0,44	0,08
Deuda Financiera Neta <sup>(1)</sup> / EBITDA <sup>(2)</sup>	8,50	3,57	4,94
EBITDA / Gastos Financieros <sup>(3)</sup>	3,02	6,52	(3,50)
EBITDA / Ingresos Netos <sup>(4)</sup>	62,0%	77,0%	(15,0%)
Pasivo Corriente / Pasivo Total	14,3%	13,8%	0,5%
Activos / Deuda Fin. No cte.+ Pas. Corrientes	2,91	3,43	(0,52)
Activos Libres <sup>(5)</sup> / Deuda Financiera Neta <sup>(1)</sup>	3,18	3,50	(0,32)
Rentabilidad del Patrimonio <sup>(6)</sup>	0,6%	5,5%	(5,0%)
Rentabilidad del Activo <sup>(7)</sup>	0,3%	3,1%	(2,8%)
Rendimiento Activos Operacionales <sup>(8)</sup>	2,0%	6,2%	(4,1%)
Utilidad por Acción <sup>(9)</sup>	\$ 6,25	\$ 51,06	(\$ 44,81)

- (1) Corresponde a la Deuda financiera corriente y no corriente, descontando el efectivo y equivalentes al efectivo y otras inversiones de excedentes de caja con disponibilidad a plazo menor a 30 días.
- (2) Corresponde al EBITDA 12 meses móviles a diciembre 2020 y diciembre 2019, respectivamente.
- (3) Corresponde al EBITDA y gastos financieros (Total de Gastos y comisiones bancarias e Intereses de deudas financieras) del acumulado a diciembre 2020 y diciembre 2019, respectivamente.
- (4) Corresponde al EBITDA e Ingresos, neto de recupero de gasto común, acumulado a diciembre 2020 y diciembre 2019, respectivamente.
- (5) Corresponde a las propiedades de inversión que se encuentran libres de hipoteca o de gravamen.
- (6) Corresponde a Utilidad del ejercicio 12 meses móviles acumulado a diciembre 2020 y diciembre 2019, sobre Patrimonio promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).
- (7) Corresponde a Utilidad del ejercicio 12 meses móviles acumulado a diciembre 2020 y diciembre 2019, sobre activo promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).
- (8) Corresponde a Ganancia de actividades operacionales del ejercicio 12 meses móviles acumulado a diciembre 2020 y diciembre 2019, sobre las Propiedades de Inversión promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).
- (9) Compara Utilidad por acción 12 meses acumulado a diciembre 2020 y diciembre 2019.

La razón de liquidez (Activos corrientes / Pasivos corrientes) aumentó desde 0,77 veces al cierre de diciembre 2019 a 1,35 veces en diciembre 2020, lo que corresponde a una variación de 0,58 puntos, generada por un aumento de los activos corrientes en Efectivo y equivalentes al efectivo de MMCLP 166.792 asociado a la emisión de Bonos series P y S, además de la obtención de préstamos para profundizar liquidez. Por otro lado, la razón ácida definida como el Efectivo y equivalentes al efectivo sobre pasivos corrientes aumenta de 0,18 veces a diciembre 2019, a 0,82 veces a diciembre 2020, debido a mismo aumento de liquidez.

La razón de endeudamiento (Pasivo Corriente + Pasivo no Corriente) / Patrimonio aumentó desde 0,77 a 0,91 veces, por un aumento de los pasivos totales debido a mayores Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes por emisión de nueva deuda para profundizar liquidez y deuda financiera recibida con la adquisición de Mallplaza NQS en Colombia. Adicionalmente, la relación Deuda financiera neta sobre Patrimonio aumenta de 0,44 veces en diciembre 2019 a 0,52 a diciembre 2020, asociado al incremento de la deuda financiera neta.

La relación Deuda Financiera (neta de efectivo y equivalentes al efectivo y otras inversiones de excedentes de caja con disponibilidad a plazo menor a 30 días) sobre EBITDA móvil 12 meses, aumenta de 3,57 de diciembre 2019 a 8,50 veces en diciembre 2020, asociado a un aumento de la deuda financiera neta respecto al ejercicio anterior y a una disminución del EBITDA móvil 12 meses debido a menor actividad en los centros comerciales por la pandemia. La razón de cobertura de gastos financieros, EBITDA sobre gastos financieros, alcanzó 3,02 veces a diciembre 2020, disminuyendo respecto del valor de 6,52 veces alcanzado en diciembre 2019 por la caída en el EBITDA derivado de la menor actividad en los centros comerciales en el 2º, 3º y 4º trimestre 2020 asociado a descuentos en arriendos por cierres transitorios por la pandemia.

El indicador Pasivo Corriente sobre Pasivo Total aumentó desde 13,8% en diciembre 2019 a 14,3% en diciembre 2020. Este efecto está asociado principalmente a un aumento de 22,6% en los Pasivos corrientes por Deudas financieras a corto plazo para asegurar liquidez.

La razón Activos sobre Deuda financiera no corriente + Pasivos Corrientes disminuyó desde 3,43 a 2,91 veces a diciembre de 2020, debido al aumento de los Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes.

La relación Activos libres de hipoteca, correspondiente a las propiedades de inversión libres de hipoteca o de gravamen, sobre Deuda Financiera neta de efectivo o equivalentes al efectivo, disminuyó a 3,18 a diciembre de 2020, menor respecto al 3,50 alcanzado en diciembre 2019, explicado por el aumento de Deuda financiera neta generado principalmente por emisión de Bonos series P y S y deuda financiera recibida con la adquisición de Mallplaza NQS en Colombia.

La Rentabilidad del patrimonio, definida como la utilidad 12 meses sobre el patrimonio promedio, alcanza un 0,6% a diciembre 2020, menor al 5,5% alcanzado en diciembre 2019 debido a una menor ganancia 12 meses (-89,5%) además de aumento del patrimonio promedio (2,0%).

Por su parte la Rentabilidad del activo, que corresponde a la utilidad 12 meses sobre el activo promedio, disminuye desde un 3,1% en diciembre 2019 a un 0,3% a diciembre 2020, debido a una

menor ganancia 12 meses (-89,5%) y crecimiento en el activo promedio (8,5%) por incremento de efectivo y efectivo equivalente para profundizar liquidez y aumento en propiedades de inversión por la adquisición de Mallplaza NQS en Colombia.

El Rendimiento de los activos operacionales, definido como la ganancia de actividades operacionales de 12 meses sobre las propiedades de inversión promedio, disminuyó del 6,2% alcanzado en diciembre 2019 a un 2,0% a diciembre 2020. Esto es producto de una disminución de un -65,8% en la ganancia de actividades operacionales de 12 meses, además de un aumento de 3,5% de las propiedades de inversión promedio por adquisición de Mall Plaza NQS en Colombia en agosto 2020 e inversiones en ampliaciones y remodelaciones efectuadas en el ejercicio.

Finalmente, la Utilidad por acción acumulada en los últimos 12 meses disminuye en \$44,81, alcanzando \$6,25 por acción a diciembre 2020, mientras que a diciembre 2019 fue de \$51,06, principalmente por una disminución en el resultado acumulado 12 meses por el cierre parcial de malls en el 2º, 3º y 4º trimestre 2020 asociado a la pandemia.

### 3. Análisis del estado de resultados por función

Estado de Resultados	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de:				Por los tres meses terminados al 31 de diciembre de:			
	2020	2019	Var.	%	2020	2019	Var.	%
Ingresos de actividades ordinarias	187.329	309.598	(122.269)	(39%)	60.721	72.274	(11.553)	(16%)
Costo de Ventas	(84.314)	(81.086)	(3.228)	4%	(24.052)	(24.959)	907	-4%
<b>Ganancia Bruta</b>	<b>103.015</b>	<b>228.512</b>	<b>(125.497)</b>	<b>(55%)</b>	<b>36.669</b>	<b>47.315</b>	<b>(10.646)</b>	<b>(23%)</b>
Gastos de administración	(40.720)	(40.291)	(429)	1%	(9.398)	(15.695)	6.297	(40%)
Otros ingresos, por función	6.082	782	5.300	678%	5.819	281	5.538	1.971%
Otros gastos, por función	(5.139)	(3.857)	(1.282)	33%	(2.969)	(1.786)	(1.183)	66%
Ingresos financieros	8.513	2.177	6.336	291%	522	313	209	67%
Costos financieros	(35.374)	(32.332)	(3.042)	9%	(9.844)	(8.169)	(1.675)	21%
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos, utilizando el método de la participación	(360)	2.997	(3.357)	(112%)	-319	1.042	(1.361)	(131%)
Diferencias de Cambio	(305)	234	(539)	(230%)	5	139	(134)	(96%)
Resultados por Unidades de Reajuste	(24.298)	(20.604)	(3.694)	18%	(12.284)	(6.979)	(5.305)	76%
<b>Ganancia (Pérdida) antes de Impuesto</b>	<b>11.414</b>	<b>137.618</b>	<b>(126.204)</b>	<b>(92%)</b>	<b>8.201</b>	<b>16.461</b>	<b>(8.260)</b>	<b>(50%)</b>
Gasto por impuestos a las ganancias	(396)	(33.039)	32.643	(99%)	702	(4.065)	4.767	(117%)
Ganancia (Pérdida) atribuible a part. no controladoras	(1.230)	4.504	(5.734)	(127%)	384	(17)	401	(2.359%)
<b>Ganancia (Pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>12.248</b>	<b>100.075</b>	<b>(87.827)</b>	<b>(88%)</b>	<b>8.519</b>	<b>12.413</b>	<b>(3.894)</b>	<b>(31%)</b>
<b>EBITDA <sup>(1)</sup></b>	<b>116.114</b>	<b>238.307</b>	<b>(122.193)</b>	<b>(51%)</b>	<b>41.036</b>	<b>45.115</b>	<b>(4.079)</b>	<b>(9%)</b>

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

## Análisis de Estado de Resultados del 4Q2020.

### Ingresos Ordinarios

Al comparar el 4Q2020 respecto a 4Q2019, la disminución de los Ingresos Ordinarios es de -16%, explicado por los menores ingresos por no cobro de arriendo y descuentos comerciales asociados al cierre parcial de centros comerciales de regiones en cuarentena y restricciones en la operación por límite de aforos según disposición de las autoridades sanitarias debido a la pandemia.

### Costos de Ventas

Los costos de ventas disminuyeron 4% respecto del 4Q2019 principalmente por las mejores prácticas para reducir costos, traspasando las bajas íntegramente a los socios comerciales, proceso auditado por firmas independientes e informado a los socios comerciales. A lo anterior se suma los mayores costos no recurrentes registrados en el cuarto trimestre de 2019 derivados de los eventos de octubre 2019 en Chile.

### Ganancia Bruta

Para el 4Q2020 respecto a 4Q2019 la Ganancia Bruta registra una disminución de -23% equivalente a MMCLP -10.646. Esta disminución se explica principalmente por la caída de MMCLP -11.553 en los ingresos ordinarios en el 4Q2020 asociados no cobro de arriendos y descuentos comerciales durante el cierre parcial de centros comerciales de regiones en cuarentena y restricciones en la operación por límite de aforos según disposición de las autoridades sanitarias debido a la pandemia.

### Gasto de Administración

Para el 4Q2020 disminuyen en MMCLP 6.297 (-40%) respecto a 4Q2019, principalmente por menor Provisión de Incobrables MMCLP 2.714 por menor riesgo de la cartera asociado a la positiva evolución de los socios comerciales y menores actividades de marketing.

### EBITDA

El EBITDA del 4Q2020 registra una disminución de -9% equivalente a MMCLP -4.079 respecto a 4Q2019, asociado principalmente a los

menores ingresos por mayores descuentos de arriendo en centros comerciales por la pandemia. Su eficiencia operacional medida como Margen EBITDA sobre Ingresos Ordinarios fue 68%.

### Costos Financieros

En el 4Q2020 aumentan en MMCLP -1.675, respecto al mismo periodo del año anterior, principalmente por mayor deuda financiera promedio para profundizar liquidez, además de la mayor deuda asociada a la adquisición de Mallplaza NQS.

### Ingresos Financieros

En el 4Q2020 los ingresos financieros aumentan MMCLP 209 lo que representa un aumento del 67% respecto al mismo periodo del año anterior, generado por inversiones de excedentes de caja.

### Resultado por Unidades de Reajuste

Corresponde a la variación en pesos nominales del stock de deuda financiera en Chile en Unidades de Fomento (UF), no representando un flujo de caja real, siendo solo un efecto contable.

Al comparar 4Q2020 con el mismo periodo de 2019, se genera una pérdida de MMCLP -5.305, lo que se explica principalmente por una mayor variación de la UF de 1,26% en 4Q2020 respecto del 0,93% en 4Q2019, además de mayor stock de deuda.

Dada la norma IFRS, estos estados financieros no consideran la corrección monetaria de los activos, pasivos y patrimonio, los cuales se mantienen en su valor nominal desde el 31 de diciembre de 2014, reajustándose solo aquellos activos y pasivos que están en una moneda distinta al peso, que para el caso de Plaza S.A. consolidado corresponde principalmente a pasivos de deuda financiera en Unidades de Fomento.

#### **Ganancia atribuible a los Propietarios de la Controladora**

En el 4Q2020 alcanza una ganancia de MMCLP 8.519, lo que significa una caída de MMCLP -3.894 respecto del 4Q2019. Este resultado se explica principalmente por una menor Ganancia Bruta por MMCLP -10.646, asociada a menores Ingresos por actividades ordinarias, además de una mayor pérdida por Resultado por unidades de reajuste MMCLP -5.305, compensados

por menor Gasto de administración MMCLP 6.297 y menor Gasto por impuesto a las ganancias MMCLP 4.767.

#### **Análisis de Estado de Resultados acumulados a diciembre 2020.**

##### **Ingresos Ordinarios**

Disminuyen 39% respecto a 2019, principalmente por los menores ingresos por arriendo asociados al no cobro de arriendo y descuentos comerciales por cierre parcial de centros comerciales y restricciones a la operación en el periodo marzo a diciembre 2020 debido a la emergencia sanitaria por COVID 19.

##### **Costos de Ventas**

Los Costos de Ventas aumentan 4% respecto al ejercicio 2019, explicado por mayores costos en impuesto a bienes raíces en Chile por sobretasa, mayores gastos de seguros y mayores depreciaciones por apertura de Mallplaza Barranquilla en octubre 2019 y Mallplaza NQS adquirido en agosto 2020. A nivel de gastos de operación de los centros comerciales, éstos disminuyeron 16% respecto al ejercicio anterior por mejores prácticas

para reducir gastos por cierre parcial de centros comerciales por pandemia y renegociaciones con proveedores. El ahorro en gastos de operación asociado a áreas comunes fue traspasado íntegramente a los socios comerciales, proceso auditado por firmas independientes.

##### **Ganancia Bruta**

La Ganancia Bruta a diciembre de 2020 alcanzó MMCLP 103.015, lo que representa una disminución de 55% respecto al ejercicio del año anterior. Este menor resultado se debe principalmente a la disminución de 39% de los Ingresos ordinarios respecto a 2019, equivalentes a MMCLP -122.269, mientras que el Costo de ventas aumentó en 4%, equivalente a MMCLP -3.228, explicado por mayor depreciación, mayores impuestos en Chile por sobretasa de contribuciones, aumento en prima de seguros y la incorporación de Mallplaza Barraquilla a fines de 2019, y Mallplaza NQS en agosto 2020.

##### **Gasto de Administración**

Aumentó en MMCLP -429, equivalente al 1%, asociado a mayor Provisión incobrables MMCLP -6.134 por apoyo y flexibilización en plazos de

pago a socios comerciales por cierre transitorio de locales por periodo de pandemia, además de mayor gasto por patentes comerciales y servicios tecnológicos, compensado parcialmente por menores actividades de marketing, remuneraciones por menores bonos de gestión y reestructura organizacional para adaptar la Compañía a la nueva estrategia omnicanal. Al eliminar el efecto de mayor provisión de incobrables, los gastos de administración disminuyeron 14% respecto al 2019.

### **EBITDA**

El EBITDA acumulado a diciembre 2020 alcanzó MMCLP 116.114, disminuyendo en 51% respecto al mismo periodo 2019, equivalente a MMCLP -122.193, con un nivel de eficiencia operacional de EBITDA sobre Ingresos Ordinarios de 62%.

### **Costos Financieros**

Aumentaron MMCLP -3.042 respecto al año anterior, concentrado a partir del 2° trimestre 2020, principalmente por mayor deuda financiera promedio para profundizar liquidez y por la incorporación de Mallplaza NQS en agosto 2020.

### **Ingresos Financieros**

Los ingresos financieros crecen en MMCLP 6.336 lo que representa un aumento del 291% respecto al ejercicio anterior, generado por canje de Bono serie C efectuado durante el tercer trimestre de 2020.

### **Resultado por Unidades de Reajuste**

Corresponde a la variación en pesos nominales del stock de deuda financiera en Chile en Unidades de Fomento (UF), no representando un flujo de caja real, siendo solo un efecto contable. Al comparar el acumulado a diciembre 2020 con el mismo periodo 2019, se genera una pérdida por MMCLP -3.694, lo que se explica principalmente por mayor deuda financiera promedio. La variación de la UF fue 2,69% a diciembre 2020 comparado con 2,70% acumulado a diciembre 2019.

Dada la norma IFRS, estos estados financieros no consideran la corrección monetaria de los activos, pasivos y patrimonio, los cuales se mantienen en su valor nominal desde el 31 de diciembre de 2014, reajustándose solo aquellos activos y pasivos que están en una moneda distinta al peso, que para el caso de Plaza S.A. consolidado corresponde principalmente a pasivos de deuda financiera en Unidades de Fomento.

### **Ganancia atribuible a los Propietarios de la Controladora**

Alcanzó a MMCLP 12.248, disminuyendo en -88% respecto al acumulado a diciembre 2019. Este menor resultado se explica principalmente por menores Ingresos de actividades ordinarias MMCLP -122.269 debido a no cobro de arriendos y descuentos comerciales durante el cierre parcial de centros comerciales y restricciones a la operación en el periodo marzo a diciembre 2020, compensado por menores Gastos por impuestos a las ganancias MMCLP 32.643 y mayores ingresos financieros MMCLP 6.336.

#### 4. Análisis del estado de flujo de efectivo directo

##### Flujo Efectivo (en millones de CLP)

	Diciembre 2020	Diciembre 2019	Variación Diciembre 2020 – Diciembre 2019
De la Operación	86.439	222.937	(61%)
De Inversión	(98.324)	(78.178)	26%
De Financiamiento	181.181	(160.762)	(213%)

##### De la Operación:

Las actividades de la operación generaron un flujo positivo de MMCLP 86.439, menor en un 61% (MMCLP -136.499) al obtenido a diciembre 2019, esto se explica por menores Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios MMCLP -149.612, compensado por menores Impuestos a las ganancias pagados MMCLP 21.630.

##### De Inversión:

Las actividades de inversión durante 2020 han generado un flujo negativo de MMCLP -98.324, lo que corresponde a un mayor desembolso en

actividades de inversión por MMCLP -20.146 respecto de 2019, esto es explicado principalmente por menor cobro de préstamos a entidades relacionadas MMCLP -24.506, mayores Flujos de efectivo utilizados para obtener el control de subsidiarias MMCLP -18.422 por la adquisición de Mallplaza NQS y menores flujos por ventas de activos respecto al ejercicio del año anterior MMCLP -4.842. Este efecto es compensado por menores Compras de activos a largo plazo – Propiedades de inversión MMCLP 27.789.

##### De Financiamiento:

Las actividades de financiamiento originaron un flujo positivo de MMCLP 181.181, lo que representa un aumento de MMCLP 341.943 respecto al ejercicio del año anterior, explicado principalmente por mayores Importes procedentes de obligaciones con el público, Bonos series P y S MMCLP 175.909, mayores Importes procedentes de préstamos MMCLP 166.986, y menores Dividendos pagados MMCLP 17.883, compensados por menores Otras entradas de efectivo MMCLP -12.138 y mayores Pagos de préstamos con el público MMCLP -3.913 respecto de los realizados en el ejercicio de 2019.

#### 5. Administración de riesgos

Plaza S.A. está expuesta a determinados riesgos que podrían impactar, en mayor o menor medida sus negocios y resultados de forma adversa. Dado esto, la Compañía ha desarrollado una serie de acciones para la identificación, evaluación, mitigación y supervisión de los riesgos que enfrenta bajo el modelo de gestión de riesgos COSO ERM (Enterprise Risk Management) y metodología de segmentación de control del riesgo conocida como Tres Barreras de Defensa. Este modelo se aplica en los tres países donde mallplaza participa. En forma periódica, la primera y segunda barreras de defensa, compuestas por los responsables de cada proceso y la alta administración, realizan una evaluación de los riesgos de la compañía en línea con las cadenas de valor y operacional del negocio, de manera tal de mantener actualizados los riesgos que podrían impactar en el desarrollo u objetivos de Plaza S.A y sus filiales. Adicionalmente, la Compañía reconoce en la Gerencia de Contraloría su tercera barrera de defensa, cuyo objetivo es verificar de forma independiente a la Administración, el cumplimiento de las políticas y procedimientos, teniendo una

dependencia directa del Comité de Directores de la Sociedad.

## 1. Riesgos financieros

Los principales riesgos de este tipo a los que está expuesta Plaza S.A. 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 centralizados para gestionar y minimizar la exposición a estos riesgos. Asimismo, se han establecido procedimientos para monitorear la evolución de dichos riesgos, de forma que las políticas y procedimientos internos se revisen continuamente para adaptarse al cambiante escenario de los negocios y mercados donde opera la Compañía.

### (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, bonos corporativos y efectos de comercio.

Plaza S.A. monitorea su riesgo de liquidez con una adecuada planificación de sus flujos de caja futuros, considerando sus principales compromisos como flujos operacionales, amortizaciones de deuda, pago de intereses, pago de dividendos, pago de impuestos, entre otros, los que 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 exclusivamente en productos de una liquidez inferior a 90 días 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.

Adicionalmente, Plaza S.A. 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. monitorea el capital usando un índice de deuda financiera neta consolidada sobre patrimonio.

### (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.

La Gerencia Corporativa de Administración y Finanzas, a través de su área de Riesgos y Cobranzas, es la responsable de minimizar el riesgo de las cuentas por cobrar, mediante la evaluación de riesgo de los arrendatarios y de la gestión de las cuentas por cobrar. Plaza S.A. tiene un proceso centralizado para la evaluación de riesgo de sus clientes, determinando una clasificación para cada uno de ellos, la que se rige por las políticas de riesgo comercial y el procedimiento de análisis de riesgos. En este proceso se analiza la situación financiera del cliente, de manera de determinar el nivel de riesgo asociado, estableciendo así la constitución de garantías en el caso de ser necesarias.

La Compañía solicita la constitución de garantías a sus clientes en función de los análisis de riesgos efectuados por la Gerencia Corporativa de Administración y Finanzas.

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

### **(iii) Riesgo de mercado**

Los principales riesgos de mercado a los que se encuentra expuesto Plaza S.A. 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 solo en las monedas del negocio en cada país, y en caso de no ser posible, se utilizan derivados de cobertura.

#### **(b) Riesgo de tasa de interés**

Plaza S.A. 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.

#### **(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 después de coberturas se encuentra indexada a la misma unidad de reajuste, es posible establecer que la Compañía mantiene una cobertura económica natural que la protege del riesgo de inflación presente en la deuda consolidada después de coberturas (ingresos indexados a la UF en Chile e IPC en Perú y Colombia).

La Compañía utiliza 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

## **2. Daño a personas y a activos**

La compañía opera un número importante de instalaciones físicas necesarios para la conducción del negocio, las cuales están sujetas a la ocurrencia de eventos que podrían perjudicar su operatividad, tales como: incendios, desastres naturales (inundaciones, sismos, lluvias excesivas), asaltos, saqueos, manifestaciones violentas, u otro tipo de incidentes con daños, clausura de locales y suspensión de actividades por orden de autoridad en estados de excepción constitucional o situaciones de emergencia sanitaria, y otros. Estos, además, presentan un eventual daño a las personas que asisten a las instalaciones de la Compañía, sean clientes, trabajadores, proveedores, contratistas u otros. Este riesgo se mitiga a través del cumplimiento de los estándares en materias de construcción y seguridad física, tales como: sistemas antisísmicos y de protección contra incendios. Además, el riesgo de daño a las personas está mitigado por nuestro programa

de seguridad y salud ocupacional, y del mantenimiento de cuyo cumplimiento y resultados son monitoreados continuamente. Por otro lado, el impacto sobre los activos es externalizado a través de la contratación de pólizas de seguros que cubren los riesgos operativos de las propiedades de inversión (centros comerciales en operación y construcción) y los flujos de ingresos asociados a éstos, a través de compañías de seguros de primer nivel.

### **3. Cambios en las leyes y regulaciones vigentes**

Un eventual cambio en el marco regulatorio vigente podría afectar a los ingresos o costos de Plaza S.A. y filiales. Por ejemplo, un cambio en la normativa laboral podría restringir los horarios de apertura de los centros comerciales en días feriados o festivos. Por otro lado, su rentabilidad podría verse afectada ante un cambio negativo en las regulaciones asociadas a los terrenos o a la construcción. Este tipo de cambios normativos son seguidos y analizados por distintas áreas de la Compañía involucradas, con el fin de anticiparnos para asegurar el cumplimiento de la forma más eficiente posible.

### **4. Riesgos medioambientales – cambio climático**

Como propietarios de bienes raíces podría enfrentar pasivos por contaminación dentro de las comunidades donde se encuentran los centros comerciales, para lo cual Plaza S.A. ha establecido políticas y procedimientos de manera de asegurar en cumplimiento de las regulaciones vigentes en materia medioambiental y además asegurar una operación sostenible de sus centros urbanos basada en las mejores prácticas.

### **5. Ciclo económico**

En general las ventas de nuestros arrendatarios están directamente correlacionadas con la evolución del producto interno bruto y el consumo. La caída en el ingreso disponible de las personas, provocada por una eventual contracción económica, podría afectar la tasa de ocupación y los ingresos de los Centros Comerciales. Sin embargo, la política comercial de Plaza S.A. está enfocada en cobros mayoritariamente fijos no asociados a las ventas de sus arrendatarios, por lo que los ingresos de Plaza S.A. son menos sensibles al ciclo económico de los ingresos obtenidos por los locales comerciales generados en razón

de sus ventas. Adicionalmente, contamos con un proceso de cobranza establecido con indicadores y metas que son monitoreados continuamente. Complementariamente los ingresos de arriendo de la Compañía provienen de distintos tipos de operadores, entre cuyos ciclos de negocios en algunos casos existe una correlación inversa como lo son: los supermercados, mejoramiento hogar, locales de servicios, locales especializados, edificios médicos y de salud, oficinas, centros de educación y entretenimiento (cines y restaurantes), entre otros.

### **6. Riesgos de seguridad informática y tecnológica**

Existen potenciales riesgos asociados con violaciones de seguridad digital, ya sea a través de ataques cibernéticos, malware, virus informáticos, archivos adjuntos a correos electrónicos, entre otros. Al respecto, Plaza S.A. gestiona la seguridad e integridad de sus redes de TI y sistemas relacionados para minimizar el efecto de una eventual interrupción de la continuidad de los sistemas, apoyándose en empresas especializadas en estos riesgos.

## 7. Ventas minoristas a través de Internet

En los últimos años han aumentado las ventas minoristas a través del comercio electrónico vía internet, los cuales podrían afectar eventualmente el flujo de visitantes a los centros comerciales. Plaza S.A. y Filiales gestionan este riesgo fortaleciendo una alta diversificación en su propuesta a los visitantes, concentrando un mix relevante de usos no retail en sus centros comerciales, tales como restaurantes, zonas de juegos, cines, edificios clínicos, centros de educación, centros de servicios, oficinas y venta de automóviles. A su vez, el restante espacio asociado al retail se distribuye en tiendas por departamento, supermercados, tiendas mejoramiento del hogar y el comercio retail especializado. Esta diversificación posibilita que los centros comerciales Mallplaza generen múltiples motivos de visitas, donde los ciudadanos tienen la posibilidad de realizar múltiples interacciones, las que potencian sus visitas al centro comercial. De manera complementaria, Mallplaza ha ido incorporando en su modelo de negocios y relacionamiento con sus socios comerciales, nuevas capacidades logísticas, junto con

desarrollar iniciativas digitales y servicios omnicanales que potencian su propuesta de valor para éstos y sus visitantes, las que espera ir monetizando en el tiempo.

## 8. Riesgos de pérdida de talento

La compañía depende de la experiencia y conocimientos de sus ejecutivos, colaboradores y directores para su operación diaria y para ejecutar sus planes de inversión. Para atraer y retener talento, cuya fuga podría impactar la capacidad para competir efectivamente y continuar creciendo, la Compañía cuenta con procesos de desarrollo y retención del talento establecidos, cuyos resultados son monitoreados continuamente.

## 9. Disponibilidad de terrenos

Plaza S.A. y Filiales es propietaria de un conjunto de terrenos que le permitirían desarrollar proyectos comerciales cuando la Compañía estime que existe una demanda asociada suficiente y que ellos sean rentables.

## INFORMACIÓN FINANCIERA RESUMIDA DE FILIALES PLAZA S.A.

Al 31 de diciembre de 2020

### Contenido

Estados de Situación Financiera Resumidos de Filiales	<b>251</b>
Estados de Resultados Integrales Resumidos de Filiales	<b>252</b>
Estados de Flujos de Efectivo Resumidos	<b>253</b>
Estados de Cambios en el Patrimonio Resumidos Filiales	<b>254</b>
Transacciones con Partes Relacionadas	<b>257</b>

## PLAZAS.A. Y FILIALES

### Estados de Situación Financiera Resumidos de Filiales

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

	Plaza Oeste SpA. y Filiales		Plaza del Trébol SpA. y Filiales		Plaza SpA	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)	2020 (M\$)	2019 (M\$)	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Activos Corrientes	164.461.075	124.022.072	36.632.171	21.839.105	49.552	20.595
Activos no corrientes	2.564.401.201	2.498.154.782	733.167.276	726.454.098	62.677	81.362
<b>Total de Activos</b>	<b>2.728.862.276</b>	<b>2.622.176.854</b>	<b>769.799.447</b>	<b>748.293.203</b>	<b>112.229</b>	<b>101.957</b>
Pasivos corrientes	189.535.793	135.456.475	18.868.374	10.514.007	168	665
Pasivos no corrientes	1.039.741.942	1.457.930.691	340.218.407	238.887.880	90.958	85.169
Capital Emitido	<b>546.560.754</b>	<b>45.828.512</b>	<b>22.619.567</b>	<b>22.619.567</b>	<b>129</b>	<b>129</b>
Ganancias (pérdidas) acumuladas	560.749.211	577.380.732	294.487.616	382.660.107	37.604	32.531
Otras Reservas	245.170.018	259.505.151	93.553.211	93.553.236	(16.630)	(16.537)
Participaciones no controladoras	147.104.558	146.075.293	52.272	58.406	-	-
<b>Total de Patrimonio y Pasivo</b>	<b>2.728.862.276</b>	<b>2.622.176.854</b>	<b>769.799.447</b>	<b>748.293.203</b>	<b>112.229</b>	<b>101.957</b>

**PLAZAS.A. Y FILIALES**

**Estados de Resultados  
Integrales Resumidos de  
Filiales**

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

	Plaza Oeste SpA y Filiales		Plaza del Trébol SpA. y Filiales		Plaza SpA	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)	2020 (M\$)	2019 (M\$)	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Ingresos de actividades ordinarias	137.426.046	224.630.318	50.554.417	85.713.561	-	-
Costo de ventas	(66.166.297)	(61.428.610)	(20.318.822)	(21.732.959)	-	-
<b>Ganancia bruta</b>	<b>71.259.749</b>	<b>163.201.708</b>	<b>30.235.595</b>	<b>63.980.602</b>	-	-
Gasto de administración	(28.272.594)	(30.197.473)	(9.876.841)	(8.491.720)	(671)	(758)
Otros ingresos (gastos), por función	(286.227)	(2.407.754)	1.253.883	(134.825)	-	-
Costos financieros (netos)	(39.733.864)	(39.976.730)	(3.661.209)	(3.204.625)	(3.459)	(3.224)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	(359.810)	2.996.955	(6)	1	3.398	7.857
Diferencias de Cambio	(285.990)	(12.878)	(351)	(1.842)		
Resultados por Unidades de Reajuste	(24.961.239)	(25.720.227)	(2.204.289)	(1.979.877)	(2.301)	(2.197)
Gasto por impuestos a las ganancias	5.246.463	(17.783.549)	(2.923.155)	(12.442.306)	7.617	-
<b>Ganancia</b>	<b>(17.393.512)</b>	<b>50.100.052</b>	<b>12.823.627</b>	<b>37.725.408</b>	<b>4.584</b>	<b>1.678</b>
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>(16.164.960)</b>	<b>45.592.764</b>	<b>12.821.426</b>	<b>37.721.037</b>	<b>4.584</b>	<b>1.678</b>
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a participaciones no controladoras</b>	<b>(1.228.552)</b>	<b>4.507.288</b>	<b>2.201</b>	<b>4.371</b>	-	-
Otro Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	(14.801.701)	12.120.311	-	15	-	2
Otro Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(104.487)	(704.309)	-	-	-	-
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora</b>	<b>(30.966.661)</b>	<b>57.713.075</b>	<b>12.821.426</b>	<b>37.721.052</b>	<b>4.584</b>	<b>1.680</b>
<b>Ganancia (pérdida) atribuible a participaciones no controladoras</b>	<b>(1.333.039)</b>	<b>3.802.979</b>	<b>2.201</b>	<b>4.371</b>	-	-
<b>Resultado Integral Total</b>	<b>(32.299.700)</b>	<b>61.516.054</b>	<b>12.823.627</b>	<b>37.725.423</b>	<b>4.584</b>	<b>1.680</b>

**PLAZAS.A. Y FILIALES**

**Estados de Flujos  
de Efectivo Resumidos  
de Filiales**

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

	Plaza Oeste SpA y Filiales		Plaza del Trébol SpA. y Filiales		Plaza SpA	
	2020 (M\$)	2019 (M\$)	2020 (M\$)	2019 (M\$)	2020 (M\$)	2019 (M\$)
Flujos de Efectivo por (Utilizados en) Operaciones	76.370.717	173.655.489	32.129.617	55.269.944	4.047	(754)
Flujos de efectivo Netos de (Utilizados en) Actividades de Inversión	(590.926.574)	(49.505.062)	73.248.162	(42.661.317)	18.684	9.088
Flujos de Efectivos Netos de (Utilizados en) Actividades de Financiación	539.208.710	(121.498.078)	(94.713.898)	(30.337.534)	-	-
<b>Incremento (Decremento) Neto en Efectivo y Equivalentes al Efectivo</b>	<b>24.652.853</b>	<b>2.652.349</b>	<b>10.663.881</b>	<b>(17.728.907)</b>	<b>22.731</b>	<b>8.334</b>
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(2.492.667)	169.190	-	-	-	-
Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Estado de Flujo de Efectivo, Saldo inicial	33.709.734	30.888.195	1.498.659	19.227.566	20.431	12.097
<b>Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Estado de Flujo de Efectivo, Saldo Final</b>	<b>55.869.920</b>	<b>33.709.734</b>	<b>12.162.540</b>	<b>1.498.659</b>	<b>43.162</b>	<b>20.431</b>

**PLAZA OESTE SpA.  
Y FILIALES**

**Estados de Cambios  
en el Patrimonio  
Resumidos de Filiales**

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

<b>Al 31 de diciembre de 2020</b>	Capital en Acciones	Reservas de Conversión	Reservas de cobertura de flujo de caja	Otras reservas	Ganancias (Pérdidas) Acumuladas	Patrimonio Neto Atribuible a los propietarios de la Controladora	Participaciones no controladoras	Cambios en Patrimonio Neto, Total
Patrimonio previamente reportado	45.828.512	12.379.983	(10.864.613)	257.989.781	577.380.732	882.714.395	146.075.293	1.028.789.688
<b>Cambio en Patrimonio</b>								
Emisión de acciones ordinarias	500.732.242	-	-	-	-	500.732.242	-	500.732.242
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	(16.164.960)	(16.164.960)	-1.228.552	(17.393.512)
Otro resultado integral	-	(24.221.736)	9.420.035	-	-	(14.801.701)	(104.487)	(14.906.188)
<b>Resultado Integral</b>	-	(24.221.736)	<b>9.420.035</b>	-	(16.164.960)	<b>(30.966.661)</b>	<b>(1.333.039)</b>	<b>(32.299.700)</b>
<b>Emisión de patrimonio</b>							2.397.325	2.397.325
Dividendos en Efectivo Declarados	-	-	-	-	-	-	(24.651)	(24.651)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	466.567	(466.560)	7	(10.370)	(10.363)
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	<b>500.732.242</b>	<b>(24.221.736)</b>	<b>9.420.035</b>	<b>466.567</b>	<b>(16.631.520)</b>	<b>469.765.588</b>	<b>1.029.265</b>	<b>470.794.853</b>
<b>Saldo Final Periodo Actual</b>	<b>546.560.754</b>	<b>(11.841.753)</b>	<b>(1.444.578)</b>	<b>258.456.348</b>	<b>560.749.212</b>	<b>1.352.479.983</b>	<b>147.104.558</b>	<b>1.499.584.541</b>

<b>Al 31 de diciembre de 2019</b>	Capital en Acciones	Reservas de Conversión	Reservas de cobertura de flujo de caja	Otras reservas	Ganancias (Pérdidas) Acumuladas	Patrimonio Neto Atribuible a los propietarios de la Controladora	Participaciones no controladoras	Cambios en Patrimonio Neto, Total
Patrimonio previamente reportado	45.828.512	(7.291.142)	(3.313.799)	256.582.076	575.329.192	867.134.839	128.800.733	995.935.572
Disminución del patrimonio por cambios en norma contable	-	-	-	-	(1.077.233)	(1.077.233)	(100.335)	(1.177.568)
<b>Patrimonio inicial reexpresado</b>	<b>45.828.512</b>	<b>(7.291.142)</b>	<b>(3.313.799)</b>	<b>256.582.076</b>	<b>574.251.959</b>	<b>866.057.606</b>	<b>128.700.398</b>	<b>994.758.004</b>
<b>Cambio en Patrimonio</b>								
Emisión de Acciones Ordinarias	-	-	-	-	-	-	-	-
Ganancia (pérdida)	-	-	-	-	45.592.764	45.592.764	4.507.288	50.100.052
Otro resultado integral	-	19.671.125	(7.550.814)	-	-	12.120.311	(704.309)	11.416.002
<b>Resultado Integral</b>	-	<b>19.671.125</b>	<b>(7.550.814)</b>	-	<b>45.592.764</b>	<b>57.713.075</b>	<b>3.802.979</b>	<b>61.516.054</b>
Dividendos en Efectivo Declarados	-	-	-	-	(41.175.770)	(41.175.770)	(1.379.283)	(42.555.053)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	1.407.705	(1.288.221)	119.484	14.951.199	15.070.683
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	-	-	-	<b>1.407.705</b>	<b>(1.288.221)</b>	<b>119.484</b>	<b>14.951.199</b>	<b>15.070.683</b>
<b>Saldo Final Periodo Anterior</b>	-	<b>19.671.125</b>	<b>-7.550.814</b>	<b>1.407.705</b>	<b>3.128.773</b>	<b>16.656.789</b>	<b>17.374.895</b>	<b>34.031.684</b>
<b>Saldo Final Periodo Actual</b>	<b>45.828.512</b>	<b>12.379.983</b>	<b>(10.864.613)</b>	<b>257.989.781</b>	<b>577.380.732</b>	<b>882.714.395</b>	<b>146.075.293</b>	<b>1.028.789.688</b>

**PLAZATRÉBOL SpA.  
Y FILIALES**

**Estados de Cambios  
en el Patrimonio  
Resumidos de Filiales**

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

<b>Al 31 de diciembre de 2020</b>	Capital en Acciones	Reservas de Conversión	Otras reservas	Ganancias (Pérdidas) Acumuladas	Patrimonio Neto Atribuible a los propietarios de la Controladora	Participaciones no controladoras	Cambios en Patrimonio Neto, Total
Patrimonio previamente reportado	22.619.567	4	93.553.232	382.660.107	498.832.910	58.406	498.891.316
<b>Cambio en Patrimonio</b>							
Emisión de acciones ordinarias	-	-	-	-	-	-	0
Ganancia (pérdida)	-	-	-	12.821.426	12.821.426	2.201	12.823.627
Otro resultado integral	-	(19)	-	-	(19)	-	(19)
<b>Resultado Integral</b>	-	(19)	-	<b>12.821.426</b>	<b>12.821.407</b>	<b>2.201</b>	<b>12.823.608</b>
Dividendos en Efectivo Declarados	-	-	-	(100.993.917)	(100.993.917)	(8.335)	(101.002.252)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	(6)	-	(6)	-	(6)
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	-	(19)	(6)	<b>(88.172.491)</b>	<b>(88.172.516)</b>	<b>(6.134)</b>	<b>(88.178.650)</b>
<b>Saldo Final Periodo Actual</b>	<b>22.619.567</b>	<b>(15)</b>	<b>93.553.226</b>	<b>294.487.616</b>	<b>410.660.394</b>	<b>52.272</b>	<b>410.712.666</b>

<b>Al 31 de diciembre de 2019</b>	Capital en Acciones	Reservas de Conversión	Otras reservas	Ganancias (Pérdidas) Acumuladas	Patrimonio Neto Atribuible a los propietarios de la Controladora	Participaciones no controladoras	Cambios en Patrimonio Neto, Total
Patrimonio previamente reportado	22.619.567	(11)	93.553.238	377.048.160	493.220.954	57.646	493.278.600
Disminución del patrimonio por cambios en norma contable	-	-	-	(2.506.538)	(2.506.538)	-	(2.506.538)
<b>Patrimonio inicial reexpresado</b>	<b>22.619.567</b>	<b>(11)</b>	<b>93.553.238</b>	<b>374.541.622</b>	<b>490.714.416</b>	<b>57.646</b>	<b>490.772.062</b>
<b>Cambio en Patrimonio</b>							
Emisión de acciones ordinarias	-	-	-	-	-	-	-
Ganancia (pérdida)	-	-	-	37.721.037	37.721.037	4.371	37.725.408
Otro resultado integral	-	15	-	-	15	-	15
<b>Resultado Integral</b>	-	15	-	<b>37.721.037</b>	<b>37.721.052</b>	<b>4.371</b>	<b>37.725.423</b>
Dividendos en Efectivo Declarados	-	-	-	(29.602.552)	(29.602.552)	(3.611)	(29.606.163)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	(6)	-	(6)	-	(6)
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	-	15	(6)	<b>8.118.485</b>	<b>8.118.494</b>	<b>760</b>	<b>8.119.254</b>
<b>Saldo Final Periodo Anterior</b>	<b>22.619.567</b>	<b>4</b>	<b>93.553.232</b>	<b>382.660.107</b>	<b>498.832.910</b>	<b>58.406</b>	<b>498.891.316</b>

**PLAZA SpA.  
Y FILIALES**

**Estados de Cambios  
en el Patrimonio  
Resumidos de Filiales**

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

<b>Al 31 de diciembre de 2020</b>					
	Capital en Acciones	Reservas de Conversión	Otras reservas	Ganancias (Pérdidas) Acumuladas	Patrimonio Neto Atribuible a los propietarios de la Controladora
Patrimonio previamente reportado	129	21	(16.558)	32.531	16.123
Cambio en Patrimonio					
Ganancia (pérdida)	-	-	-	4.584	4.584
Otro resultado integral	-	-	(93)	-	(93)
<b>Resultado Integral</b>	-	-	<b>(93)</b>	<b>4.584</b>	<b>4.491</b>
Dividendos en Efectivo Declarados	-	-	-	489	489
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	-	-
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	-	-	<b>(93)</b>	<b>5.073</b>	<b>4.980</b>
<b>Saldo Final Periodo Actual</b>	<b>129</b>	<b>21</b>	<b>(16.651)</b>	<b>37.604</b>	<b>21.103</b>

<b>Al 31 de diciembre de 2019</b>					
	Capital en Acciones	Reservas de Conversión	Otras reservas	Ganancias (Pérdidas) Acumuladas	Patrimonio Neto Atribuible a los propietarios de la Controladora
Patrimonio previamente reportado	129	19	(16.558)	31.342	14.932
Cambio en Patrimonio					-
Ganancia (pérdida)	-	-	-	1.678	1.678
Otro resultado integral	-	2	-	-	2
<b>Resultado Integral</b>	-	<b>2</b>	-	<b>1.678</b>	<b>1.680</b>
Dividendos en Efectivo Declarados	-	-	-	(489)	(489)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	-	-
<b>Total incremento (disminución) en el patrimonio</b>	-	<b>2</b>	-	<b>1.189</b>	<b>1.191</b>
<b>Saldo final Periodo Anterior</b>	<b>129</b>	<b>21</b>	<b>(16.558)</b>	<b>32.531</b>	<b>16.123</b>

**PLAZAOESTE SpA.  
Y FILIALES**

**Transacciones  
con Partes  
Relacionadas**

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

Nombre de Empresa Relacionada	Rut Empresa	Naturaleza de la relación	País de Origen	Tipo Moneda	Naturaleza de la Transacción con Partes Relacionadas	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2020. Efecto en resultado (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2019. Efecto en resultado (M\$) (Cargo/Abono)
Administradora CMR Falabella Ltda.	79598260-4	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	-	-	16.998	14.177
Alto S.A.	99.594.430-8	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Gastos Varios	2.297	(2.297)	71.511	(71.511)
Banco Falabella S.A.	96.509.660-4	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	2.820.457	2.639.614	2.829.337	2.624.454
Banco Falabella S.A.S.	0-E	Matriz común	Colombia	Peso colombiano	Arriendos y otros	116.250	100.307	114.900	97.211
Deportes Sparta Ltda.	76.074.938-9	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	1.109.165	937.854	1.808.917	1.521.205
Deportes Sparta Ltda.	76.074.938-9	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Gastos Varios	-	-	5.664	(4.760)
Derco S.A.	94.141.000-6	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	215.347	181.354	336.751	283.051
Derco S.A.	94.141.000-6	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	1.551	1.303	-	-
Dercocenter S.A.	82.995.700-0	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	991.751	833.516	1.925.344	1.618.240
Dercocenter S.A.	82.995.700-0	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Gastos Varios	-	-	12.735	(10.701)
Falabella de Colombia S.A	0-E	Matriz común	Colombia	Peso colombiano	Arriendos y otros	1.427.202	1.217.220	1.227.288	1.032.562
Falabella de Colombia S.A	0-E	Matriz común	Colombia	Peso colombiano	Gastos Varios	17.920	(17.695)	237.498	(229.921)
Falabella de Colombia S.A	0-E	Matriz común	Colombia	Peso colombiano	Publicidad	-	-	3.752	(3.752)
Falabella de Colombia S.A	0-E	Matriz común	Colombia	Peso colombiano	Compra de Activo	947.058	-	-	-
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	17.541.713	14.923.873	24.726.642	20.780.287
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Gastos Varios	-	-	37.017	(31.052)
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Publicidad	23.706	(19.921)	87.215	(71.202)
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Servicios cobrados	32.886	32.886	-	-
Falabella S.A.	90.749.000-9	Matriz de matriz	Chile	Peso chileno	Cta Cte mercantil	617.176	-	-	-
Globe Consulting SpA	76.214.336-4	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Gastos Varios	-	-	15.288	(12.847)
Hipermercados Tottus S.A.	78.627.210-6	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	4.549.894	3.879.581	4.316.515	3.627.324
Hipermercados Tottus S.A.	78.627.210-6	Matriz común	Chile	Peso chileno	Gastos Varios	581.425	(581.425)	3.800	-
Hipermercados Tottus S.A.	78.627.210-6	Matriz común	Chile	Peso chileno	Servicios cobrados	19.731	19.731	-	-
Inmobiliaria Mall Calama S.A	96951230-0	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	116.576	(97.963)	243.866	(204.929)
Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	0-E	Asociada	Perú	Dólar estadounidense	Servicios cobrados	66.488	66.488	-	-
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Asociada	Perú	Dólar estadounidense	Arriendos y otros	-	-	23.957	(20.448)
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Asociada	Perú	Dólar estadounidense	Gastos Varios	14.378	(14.378)	724	(724)
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Asociada	Perú	Dólar estadounidense	Servicios cobrados	77.585	77.585	10.449	10.449

**PLAZA OESTE SpA.  
Y FILIALES**

**Transacciones  
con Partes  
Relacionadas**

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

Nombre de Empresa Relacionada	Rut Empresa	Naturaleza de la relación	País de Origen	Tipo Moneda	Naturaleza de la Transacción con Partes Relacionadas	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2020. Efecto en resultado (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2019. Efecto en resultado (M\$) (Cargo/Abono)
Open Plaza Chile SpA.	77110043-0	Matriz común	Chile	Peso chileno	Servicios cobrados	13.154	13.154	-	-
Plaza Antofagasta S.A	99555550-6	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	314.860	(264.588)	563.505	(473.534)
Plaza del Trébol S.A	96653660-8	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	289.754	(243.491)	514.356	(432.232)
Plaza del Trébol S.A	96653660-8	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	-	-	5.274	-
Plaza la Serena S.A.	96795700-3	Matriz común	Chile	Peso chileno	Venta Activo Fijo	-	-	69.508	-
Plaza S.A.	76017019-4	Matriz común	Colombia	Peso colombiano	Arriendos y otros	844.942	710.035	823.805	692.273
Plaza S.A.	76017019-4	Matriz común	Chile	Peso chileno	Servicios cobrados	-	-	42.201	35.463
Plaza S.A.	76017019-4	Matriz común	Chile	Peso chileno	Gastos Varios	492.025.847	(26.892.704)	46.533.635	(27.389.273)
Plaza S.A.	76017019-4	Matriz común	Chile	Peso chileno	Gastos Varios	26.357.107	(22.190.672)	29.738.261	(25.144.551)
Plaza S.A.	76017019-4	Matriz común	Chile	Peso chileno	Servicios cobrados	-	-	3.310	3.310
Promotora Chilena de Café Colombia S.A.	76.000.935-0	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	120.471	101.804	241.607	203.635
Radio Carolina S.A.	96.773.200-1	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Publicidad	1.428	(1.200)	18.701	(17.695)
Seguros Falabella Corredores Ltda.	77.099.010-6	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	-	-	7.783	6.540
Sociedad de Rentas Falabella S.A	99556170-0	Matriz común	Perú	Peso chileno	Servicios cobrados	6.577	6.577	-	-
Sodimac Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Peso colombiano	Arriendos y otros	870.805	749.032	833.536	700.450
Sodimac Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Peso colombiano	Gastos Varios	28.521	(25.799)	-	-
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	10.642.214	9.122.685	12.175.099	10.341.313
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Gastos Varios	24.947	(19.159)	29.022	(26.388)
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Servicios cobrados	19.731	19.731	-	-
Voxline Serigrafía Digital Ltda.	78.034.110-6	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Gastos Varios	2.553	(2.146)	-	-

## PLAZATRÉBOL SpA. Y FILIALES

### Transacciones con Partes Relacionadas

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

Nombre de Empresa Relacionada	Rut Empresa	Naturaleza de la relación	País de Origen	Tipo Moneda	Naturaleza de la Transacción con Partes Relacionadas	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2020. Efecto en resultado (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2019. Efecto en resultado (M\$) (Cargo/Abono)
Nuevos Desarrollos S.A.	76.882.330-8	Matriz común	Chile	Peso chileno	Compra Activo	-	-	69.508	-
Plaza Tobalaba SpA	96.791.560-2	Matriz común	Chile	Peso chileno	Ptmos.entidades relacionadas	-	-	5.274	-
Autoplaza SpA	76.044.159-7	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	721.190	606.042	1.321.726	1.110.695
Plaza S.A.	76.017.019-4	Matriz	Chile	Peso chileno	Ptmos.entidades relacionadas	96.141.023	(3.913.532)	25.785.631	(3.477.093)
Plaza S.A.	76.017.019-4	Matriz	Chile	Peso chileno	Gastos varios	10.686.274	(8.980.062)	11.841.287	(9.950.661)
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	8.687.329	7.389.396	11.461.922	9.629.954
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Gastos varios	-	-	2.089	(1.756)
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Public, y Promociones	6.527	(5.485)	3.541	(2.875)
Falabella S.A.	90.749.000-9	Matriz común	Chile	Peso chileno	Cuenta Corriente EERR	440.052	-	-	-
Hipermercados Tottus S.A.	78.627.210-6	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	3.370.923	2.864.632	2.934.363	2.465.852
Adm. De servicios Computac. Y de Crédito CMR Falabella Ltda.(Administradora)	79.598.260-4	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	-	-	2.557	2.149
Promotora Chilena de Café de Colombia S.A.	76.000.935-0	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	101.651	85.599	162.369	136.504
Banco Falabella S.A.	96.509.660-4	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	876.242	811.679	963.380	884.898
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	3.737.290	3.162.624	3.546.344	2.991.992
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Matriz común	Chile	Peso chileno	Gastos varios	-	-	13.292	(11.169)
Servicios Generales el Trébol Ltda.	78.625.160-5	Matriz común	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	-	-	46	46
Alto S.A.	99.594.430-8	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Gastos varios	1.723	(1.723)	27.524	(27.524)
Deportes Sparta Ltda.	76.074.938-9	Otras partes relacionadas	Chile	Peso chileno	Arriendos y otros	679.865	573.970	1.047.249	880.551

## PLAZA SpA. Y FILIALES

### Transacciones con Partes Relacionadas

Correspondientes a los ejercicios  
terminados al 31 de diciembre  
de 2020 y 2019 (En miles de pesos)

Nombre de Empresa Relacionada	Rut Empresa	Naturaleza de la relación	País de Origen	Tipo Moneda	Naturaleza de la Transacción con Partes Relacionadas	Al 31 de diciembre de 2020 (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2020. Efecto en resultado (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2019 (M\$) (Cargo/Abono)	Al 31 de diciembre de 2019. Efecto en resultado (M\$) (Cargo/Abono)
Plaza S.A.	76.017.019-4	Matriz	Chile	Peso chileno	Cuenta Corriente EERR	3.458	(3.458)	45.513	(45.513)

## TABLA GRI

### CAPÍTULO 12



## Acerca de este reporte

Con el objetivo de comunicar en un solo documento la información Financiera y no Financiera significativa para nuestros *stakeholders*, es que Mallplaza este año publica por primera vez una Memoria integrada, la cual fue elaborada de acuerdo a las exigencias de la NCG N°30 de la Comisión para el Mercado Financiero de Chile (CMF), además de las recomendaciones y principios del Consejo Internacional de Reporte Integrado (IIRC) y de la Guía GRI Standards, de Global Reporting Initiative.

El proceso de identificar los contenidos, consideró determinar los asuntos más relevantes para los grupos de interés de Mallplaza como también su estrategia de crecimiento (materialidad). Este proceso involucró identificar, evaluar, priorizar y revisar los temas a ser divulgados a través del presente documento, desarrollándose las siguientes acciones:

- 1. Identificación de temas más importantes:**  
Se realizó una revisión extensa de los asuntos materiales de la industria de centros comerciales y de Mallplaza, incluyendo estudios de tendencias en sostenibilidad, estándares y *benchmarks* de gestión y diversos estudios de escucha a grupos de interés de la compañía, estudios de expectativas de información ESG de inversionistas de Mallplaza, además de entrevistas con ejecutivos y colaboradores internos.
- 2. Evaluación de importancia y priorización:**  
A continuación, se evaluó la importancia de los temas y se priorizaron en base al impacto para el negocio y los *stakeholders*.
- 3. Validación:** Los resultados de todos los antecedentes del ejercicio se presentaron al Comité de Sostenibilidad, donde se analizó, evaluó y validó la priorización de temas, definiéndose los temas materiales a reportar en el periodo.

Como resultado, este año validamos los siguientes temas materiales que dan cuenta de su desempeño económico, social y medioambiental, además de aquellos aspectos que podrían ejercer una influencia sustancial en las evaluaciones y decisiones de sus grupos de interés.

TEMA MATERIAL	COBERTURA	IMPLICACIÓN
1. Empleo	DO	DI
2. Comunidades locales	DFO	DI / IN
3. Diversidad e igualdad de oportunidades	DO	DI
4. Ciberseguridad	DO	DI / IN
5. Salud y seguridad en el trabajo	DO	DI
6. Capacitación y desarrollo	DO	DI
7. Evaluación social de proveedores	DFO	DI / IN
8. Energía	DO	DI / IN
9. Prácticas de adquisición	DO	DI
10. Lucha contra la corrupción	DFO	DI
11. Agua	DO	DI / IN
12. Efluentes y residuos	DO	DI / IN
13. Competencia desleal	DFO	DI
14. Emisiones	DFO	DI / IN
15. Impactos económicos indirectos	DFO	DI / IN
16. Construcciones sustentables	DO	DI
17. Cambio climático	DO	DI / IN
18. Control de riesgos esg	DFO	DI / IN
19. Gobierno corporativo	DO	DI
20. No discriminación	DFO	DI / IN
21. Evaluación en derechos humanos	DFO	DI / IN
22. Salud y seguridad de clientes	DFO	DI
23. Desempeño económico	DO	DI

Cobertura:

DO: Dentro de la organización; FO: Fuera de la organización;  
DFO: Dentro y Fuera de la organización

Implicación:

Directo: (DI) La organización está vinculada directamente al impacto,  
Indirecto (IN): La organización está vinculada al impacto a través de sus relaciones de negocio

Estándares generales	Código	Indicador	Páginas
Perfil de la organización	102-1	Nombre de la organización	1
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	17
	102-3	Ubicación de la sede	125
	102-4	Ubicación de las operaciones	17
	102-5	Propiedad y forma jurídica	126
	102-6	Mercados servidos	17
	102-7	Tamaño de la organización	17
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	101
	102-9	Cadena de suministro	92
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	No se presentan cambios significativos
	102-11	Principio o enfoque de precaución	36, 245
	102-12	Iniciativas externas	83
	102-13	Afiliación a asociaciones	83
Estrategia	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	7
Ética e integridad	102-16	Valores, principios, y normas de conducta	5
	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	33
Gobernanza	102-18	Estructura de gobernanza	28,31
	102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	80
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	27
	102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	28
	102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración	80
Participación de los grupos de interés	102-40	Lista de grupos de interés	82
	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	A la fecha la compañía no cuenta con sindicatos
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	82
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	82
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	74, 82,97, 100, 111, 261

Estándares generales	Código	Indicador	Páginas
Perfil de la organización	102-1	Nombre de la organización	1
	102-2	Actividades, marcas, productos y servicios	19
	102-3	Ubicación de la sede	126
	102-4	Ubicación de las operaciones	19
	102-5	Propiedad y forma jurídica	127
	102-6	Mercados servidos	19
	102-7	Tamaño de la organización	19
	102-8	Información sobre empleados y otros trabajadores	102
	102-9	Cadena de suministro	92
	102-10	Cambios significativos en la organización y su cadena de suministro	No se presentan cambios significativos
	102-11	Principio o enfoque de precaución	37, 248
	102-12	Iniciativas externas	84
	102-13	Afiliación a asociaciones	84
Estrategia	102-14	Declaración de altos ejecutivos responsables de la toma de decisiones	7
Ética e integridad	102-16	Valores, principios, y normas de conducta	5
	102-17	Mecanismos de asesoramiento y preocupaciones éticas	35
Gobernanza	102-18	Estructura de gobernanza	30,32
	102-20	Responsabilidad a nivel ejecutivo de temas económicos, ambientales y sociales	81
	102-22	Composición del máximo órgano de gobierno y sus comités	29
	102-23	Presidente del máximo órgano de gobierno	30
	102-32	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración	81
	102-40	Lista de grupos de interés	82
Participación de los grupos de interés	102-41	Acuerdos de negociación colectiva	A la fecha la compañía no cuenta con sindicatos
	102-42	Identificación y selección de grupos de interés	82
	102-43	Enfoque para la participación de los grupos de interés	82
	102-44	Temas y preocupaciones clave mencionados	74, 82,97, 100, 111, 261

Estándares generales	Código	Indicador	Páginas
Prácticas para la elaboración de informes	102-45	Entidades incluidas en los estados financieros consolidados	164
	102-46	Definición de los contenidos de los informes y las Coberturas del tema	261
	102-47	Lista de los temas materiales	261
	102-48	Reexpresión de la información	No hay cambios
	102-49	Cambios en la elaboración de informes	Se avanza a Memoria integrada
	102-50	Periodo objeto del informe	2020
	102-51	Fecha del último informe	2019
	102-52	Ciclo de elaboración de informes	anual
	102-53	Punto de contacto para preguntas sobre el informe	125
	102-54	Declaración de elaboración del informe de conformidad con los Estándares GRI	Esencial
	102-55	Índice de contenidos GRI	262
	102-56	Verificación externa	Sí, para indicadores <a href="https://www.mallplaza.com/politica-de-sostenibilidad.html">https://www.mallplaza.com/politica-de-sostenibilidad.html</a>

Estándares económicos	Código	Indicador	Páginas
Desempeño económico	103-1	Explicación del tema material y su Límite	152, 261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	152
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	18
	201-1	Valor económico directo generado y distribuido	159
Impactos económicos indirectos	102-18	Estructura de gobernanza	78, 261
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	67-70, 112, 113
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	81,82
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	69,70,112,113
Prácticas de adquisición	203-2	Impactos económicos indirectos significativos	78, 261
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	78, 261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	92-94
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
Anticorrupción	204-1	Proporción de gasto en proveedores locales	94
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	78, 261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	33,34
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
	205-1	Operaciones evaluadas para riesgos relacionados con la corrupción	35
	205-2	Comunicación y formación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	35
Competencia desleal	205-3	Casos de corrupción confirmados y medidas tomadas	35
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	34
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
	206-1	N° de acciones jurídicas pendientes o finalizadas respecto a conductas anti-competitivas	35

Estándares sociales	Código	Indicador	Páginas
Empleo	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	98,101
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82,100
	401-1	Nuevas contrataciones	100
Salud y seguridad en el trabajo	401-2	Beneficios para empleados	105
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	98
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82,100
Capacitación y educación	403-2	Tasa de accidentes laborales	98
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	102,103
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82,100
Diversidad	404-1	Media de horas de formación al año por empleado	103
	404-3	Porcentaje de empleados que reciben evaluaciones periódicas del desempeño y desarrollo profesional	103
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	104
No discriminación	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82,100
	405-1	Diversidad en órganos de gobierno y empleados	28, 101
	405-2	Ratio del salario base y de la remuneración de mujeres frente a hombres	104
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
Evaluación en Derechos Humanos	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	104
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
	406-1	Casos de discriminación y acciones correctivas emprendidas	36
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	36
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
	412-1	Operaciones sometidas a revisiones o evaluaciones de impacto sobre los derechos humanos	36

Estándares sociales	Código	Indicador	Páginas
Comunidades locales	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	108-110
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
	413-1	Porcentaje de centros donde se han implantado programas de desarrollo, evaluaciones de impactos y participación de la comunidad local	110
Evaluación social de proveedores	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	92-94
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
	414-1	Nuevos proveedores que han pasado filtros de selección de acuerdo con los criterios sociales	94
Salud y seguridad de los clientes	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	64,66
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
	416-1	Evaluación de los impactos en la salud y seguridad de las categorías de productos o servicios	66

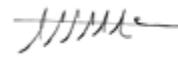
Estándares ambientales	Código	Indicador	Páginas
Energía	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	116-118
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
	302-1	Consumo energético dentro de la organización	118
	302-3	Intensidad energética	118
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
Agua	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	122
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
	303-1	Volumen total de agua extraída	122
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
Emisiones	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	116-118
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
	305-1	Emisiones alcance 1	118
	305-2	Emisiones alcance 2	118
	305-3	Emisiones alcance 3	118
	103-1	Explicación del tema material y su Límite	261
Efluentes y residuos	103-2	El enfoque de gestión y sus componentes	120,121
	103-3	Evaluación del enfoque de gestión	81,82
	306-2	Residuos por tipo y método de eliminación	121
Construcciones certificadas	CRE8	Construcciones por tipo	116



### DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

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

En sesión de Directorio celebrada el 31 de marzo de 2021, los Directores y el Gerente General de PLAZA S.A. indicados a continuación, declaran que han tomado conocimiento de la Memoria de la sociedad, y se hacen responsables respecto de la veracidad de toda la información incorporada en ella.

Nombre	RUT	Cargo	Firma
Sergio Cardone Solari	5.082.229-K	Presidente	
Juan Pablo Montero Schepeler	9.357.959-3	Director	
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3	Director	
Pablo Eyzaguirre Court	8.878.318-2	Director	
Claudia Manuela Sánchez Muñoz	9.306.718-5	Directora Independiente	
Paul Fürst Gwinner	6.979.383-5	Director	
Alejandro Puentes Bruno	8.860.493-8	Director	
José Pablo Arellano Marín	6.066.460-9	Director	
Tomás Müller Benoit	10.994.040-2	Director	
Fernando de Peña Yver	7.556.207-1	Gerente General	

Esta declaración es efectuada en cumplimiento de la Circular N°1924, emitida por la Comisión para el Mercado Financiero.

Santiago, 5 de abril de 2021



