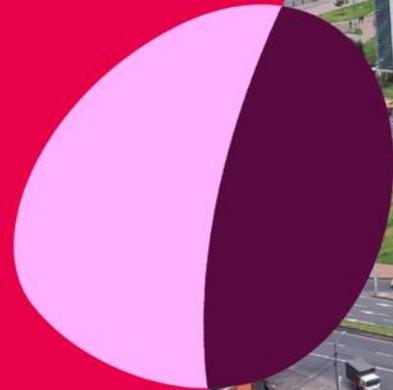


RESULTADOS FINANCIEROS PLAZA S.A.

Tercer Trimestre 2023



Carta del Gerente General

El desempeño operacional de Mallplaza durante este 3Q23 fue sobresaliente y nos llena de orgullo decirlo. Junto con consolidar una positiva tendencia en los resultados, se evidencia el éxito que ha tenido la ejecución de nuestra visión de negocios.

Como compañía, hemos reafirmado que nuestros clientes están al centro de lo que hacemos. Nuestro interés por conocerlos y atender oportunamente a sus necesidades nos ha permitido contar hoy con uno de los mejores portafolios de centros urbanos de la región. **De nuestras 25 plazas estratégicamente ubicadas en 16 ciudades en la región, destaca nuestra propuesta de valor de diez centros urbanos Mallplaza, de categoría Tier A**, que son líderes en sus mercados, con altos flujos de visitas, potencial de crecimiento y productividad. Estos diez centros urbanos representan el 64% del EBITDA de la compañía.

Los resultados de este tercer trimestre son alentadores: los flujos de visitantes siguen con un crecimiento sostenido, registrándose 70 millones de visitas, 5% más que el mismo trimestre del año anterior; las ventas de nuestros socios comerciales llegaron a los MMMCLP 1.116, un 0,2% mayores al 3Q22, mostrando un buen desempeño en los 3 países: por ejemplo, según la Cámara Nacional de Comercio, en la Región Metropolitana de Chile, las ventas del comercio minorista cayeron en promedio un 12% los últimos 3 trimestres, mientras que nuestros socios comerciales tuvieron un performance 11 puntos porcentuales mayor, mostrando la preferencia de los consumidores por nuestros centros urbanos. Los costos de ocupación continúan en niveles sanos, llegando a 11,5%; y, los ingresos alcanzaron los MMCLP 110.409, logrando un crecimiento del 17% en comparación al tercer trimestre del año pasado. **Este positivo desempeño va de la mano con una mejora en la eficiencia operacional, medida como EBITDA sobre ingresos, la cual alcanzó un 79,4% durante este trimestre, en línea con los niveles que mostró la compañía previos a la pandemia.** El EBITDA alcanzó los MM CLP 87.663, lo que representa un crecimiento del 18% año contra año. Por último, el FFO creció un 17,2% respecto del 3Q22, alcanzando los MMCLP 69.699, con un margen sobre ingresos del 61,6%.

Uno de los principales desafíos que nos hemos propuesto durante este año, es consolidar un ritmo sostenido de aperturas de locales a nivel regional, especialmente de marcas valoradas por los visitantes y novedosas en los respectivos mercados, y lo estamos logrando. Ha sido clave contar con alianzas estratégicas con tiendas como IKEA, H&M, Decathlon y Dollarcity. Por ejemplo, en Colombia, abrió sus puertas la primera tienda IKEA del país en Mallplaza NQS (Bogotá), con más de 26 mil m² de superficie, la que junto a marcas como H&M, Arturo Calle y Ktronix, reforzaron la propuesta comercial de este centro urbano, aumentando el flujo de visitantes en un 50% durante el mes de octubre, así como las ventas en segmento de Gastronomía y Retail, permitiéndole a NQS posicionarse como un centro comercial Tier A. En Chile, por su parte, abrió a público la primera tienda Decathlon del norte del país en Mallplaza La Serena, y la tienda H&M en Mallplaza Alameda y Mallplaza Calama. En Perú, a su turno, abrieron tiendas de alto interés como Dollarcity e Hiper Asia en Mallplaza Trujillo, y Home Asia en Mallplaza Comas (Lima). **Este trabajo a nivel regional nos ha permitido incrementar la ocupación de nuestros centros urbanos, cerrando el tercer trimestre en un 95,3%.**



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

Carta del Gerente General (cont.)

Relacionado con lo anterior, quisiera destacar la capacidad que hemos tenido de optimizar la propuesta comercial de la compañía a través de una estrategia de reconversión de grandes tiendas a nuevas propuestas de *retail*, espacios innovadores de entretención y una amplia oferta de servicios que generan tráfico diario hacia nuestros centros urbanos. En los últimos cuatro años hemos reconvertido aproximadamente 115.000 m² a nivel regional. Algunos ejemplos son el reemplazo de las tiendas La Polar y Falabella en Mallplaza Alameda, por una nueva tienda H&M; la reducción de la tienda La Polar en Mallplaza Sur para incorporar una nueva propuesta de Multiformato Asiático; y, la salida de Falabella en este mismo centro urbano, para dar paso en 2024 a H&M, y permitir la ampliación de la oficina el Registro Civil y Autoplaza.

Por otra parte, en Mallplaza el crecimiento está en nuestro ADN, y es así como continuaremos desarrollando proyectos *greenfield*, como es la construcción de Mallplaza Cali, nuestro quinto centro urbano en Colombia, cuya apertura esperamos para el primer semestre de 2024. También contamos con una estrategia de *brownfield*, modalidad que representa el 50% del crecimiento total de metros cuadrados de la compañía en el tiempo, la que nos permitirá seguir desarrollando -especialmente- nuestros centros comerciales *Tier A*. Un ejemplo de esto es Mallplaza Vespucio, centro urbano líder del sector suroriente de Santiago, que en el tiempo ha pasado de 24.000 m² a 174.000 m², **y que actualmente desarrolla su propuesta Lifestyle: una zona exterior que entregará 21.600 m² de una nueva experiencia urbana y de esparcimiento, al aire libre y con un potente mix fashion y oferta de conveniencia.** Finalmente, en cuanto al crecimiento, es importante considerar que en Chile contamos con un banco de terrenos de 137.565 m² con un gran potencial de desarrollo y, una capacidad constructiva de 278.708 m² sobre estos terrenos, más que duplicando el área potencial para desarrollo de metros cuadrados arrendables

Sin duda, nos desafía y moviliza constatar que Mallplaza se constituye en el lugar preferido de millones de personas en la región. Tenemos un compromiso profundo con nuestros clientes: buscar conectarnos y comprender sus múltiples y nuevas necesidades, poniendo a su disposición una propuesta de alto valor, renovada y diferencial. En Mallplaza, nuestro centro eres tú.



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

Principales Indicadores Financieros

	3Q23	3Q22	% - p.p.	3Q23 YTD	3Q22 YTD	% - p.p.
Ingresos Netos (MM CLP)	110.409	94.378	17,0%	313.314	273.470	14,6%
Costo de Venta (MM CLP)	(13.735)	(12.668)	8,4%	(41.902)	(35.079)	19,4%
Gastos de Administración (MM CLP)	(9.475)	(7.886)	20,1%	(31.472)	(27.581)	14,1%
EBITDA (MM CLP)	87.663	74.538	17,6%	241.436	212.429	13,7%
Margen EBITDA	79,4%	79,0%	0,4 p.p.	77,1%	77,7%	(0,6 p.p.)
NOI Ajustado (MM CLP)	90.204	72.242	24,9%	244.270	205.171	19,1%
Margen NOI (%)	79,7%	73,5%	6,2 p.p.	77,2%	77,5%	0,3 p.p.
Utilidad Neta (MM CLP)	59.268	28.070	111,1%	267.473	141.627	88,9%
Margen Neto	53,7%	29,7%	24,0 p.p.	85,4%	51,8%	33,6 p.p.
FFO Ajustado (MM CLP)	69.699	59.483	17,2%	196.024	162.370	20,7%
Margen FFO Ajustado	61,6%	60,5%	1,1 p.p.	61,9%	61,3%	0,6 p.p.
FFO Ajustado / Acción (CLP)	35,6	30,3	17,2%	100,0	82,8	20,7%

NOI: Net Operating Income. Ver Glosario
 FFO: Funds For Operation. Ver Glosario



Principales Indicadores Operacionales

	3Q23	3Q22	% - p.p.	3Q23 YTD	3Q22 YTD	% - p.p.
GLA Total (m²)	1.963.804	1.896.489	3,4%	1.963.804	1.896.489	3,5%
GLA Administrado (m²)	1.927.677	1.860.324	3,6%	1.927.677	1.860.324	3,6%
Flujo Visitas (MM)	70,1	67,1	4,5%	207,8	194,1	7,1%
Ocupación	95,3%	95,0%	0,3 p.p.	95,3%	95,0%	0,3 p.p.
Ventas Socios Comerciales (MM CLP)	1.115.573	1.112.856	0,2%	3.348.103	3.344.993	0,1%
Var. Same Store Sales	(2,5%)	(8,3%)	5,8 p.p.	(2,7%)	18,2%	(20,9 p.p.)
Venta Mensual por m² (CLP)	240.750	247.951	(2,9%)	241.977	250.647	(3,5%)
Ingreso Mensual por m² (CLP)	23.827	21.028	13,3%	22.644	20.492	10,5%
Var. Same Store Rent	7,7%	26,1%	(18,4 p.p.)	10,8%	60,1%	(49,3 p.p.)
Costo de Ocupación	11,5%	10,7%	0,8 p.p.	11,5%	10,2%	1,3 p.p.
(+) Arriendo	7,8%	7,3%	0,5 p.p.	7,8%	7,0%	0,8 p.p.
(+) Gasto Común y Fondo de Promoción	3,7%	3,4%	0,3 p.p.	3,7%	3,2%	0,5 p.p.



RESULTADOS DEL TRIMESTRE

Tercer Trimestre 2023



Ingresos

Ventas de Socios Comerciales

Las ventas de los socios comerciales del 3Q23 en nuestros centros urbanos aumentaron un 0,2% en relación al tercer trimestre de 2022, una resiliencia constante respecto de las ventas del comercio en general, las cuales sufrieron una baja de 9 puntos porcentuales en la Región Metropolitana de Santiago⁽¹⁾, pero contrarrestadas en parte por el menor desempeño *Same Store Sales* de los segmentos de Tiendas Departamentales y de Mejoramiento del Hogar en Chile. El costo de ocupación del trimestre fue de 11,5%, debido a menores ventas y un aumento en los gastos comunes de la operación.

Flujos de Visitantes

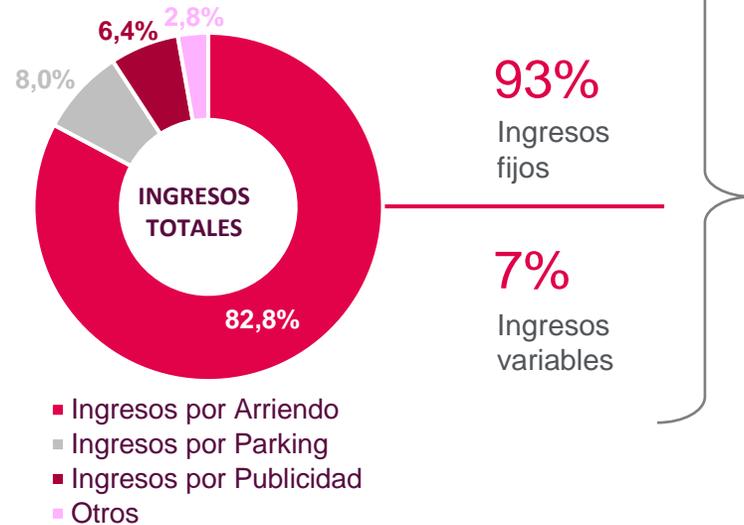
El número de visitantes en nuestros centros urbanos alcanzó los 70 millones durante el tercer trimestre, mostrando un crecimiento de 4,5% respecto del 3Q22. Este crecimiento se vio anclado principalmente por la sólida propuesta comercial de nuestros centros urbanos, sumado a aperturas relevantes durante este tercer trimestre, como la apertura de la primera tienda IKEA en Colombia (Mallplaza NQS) y tres tiendas H&M a nivel regional, entre otras.

Ingresos Ordinarios

Al comparar el 3Q23 respecto a 3Q22, el aumento de los Ingresos Ordinarios es de 17%, explicado por reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arriendo a la inflación de cada país y mayores metros arrendados.

⁽¹⁾ Fuente: CNC, Chile

Distribución total ingresos
Últimos doce meses a septiembre 2023



Duración promedio remanente de contratos de arrendamiento

7 años

Costo promedio de ocupación (UDM 3Q23)

10,7%

Distribución GLA por categoría
Anual a septiembre 2023



Costo y Gastos

MCLP	3Q23	3Q22	Var. %	3Q23 YTD	3Q22 YTD	Var. %
Remuneraciones	(8.752.233)	(9.928.140)	-11,8%	(27.088.425)	(26.460.487)	2,4%
Patentes e Impuestos	(6.401.000)	(5.308.609)	20,6%	(17.635.459)	(15.433.472)	14,3%
Contratos de servicios	(2.875.876)	(2.691.874)	6,8%	(8.160.083)	(7.417.809)	10,0%
Provisión deudores incobrables	(834.043)	1.896.221	-144,0%	(2.905.848)	(89.738)	3138,1%
Arriendos y concesiones	(460.880)	(431.489)	6,8%	(1.527.286)	(1.408.950)	8,4%
Amortización	(385.176)	(636.231)	-39,5%	(1.261.544)	(1.395.648)	-9,6%
Depreciación	(78.738)	(77.835)	1,2%	(234.724)	(222.855)	5,3%
Otros	(3.422.046)	(3.376.465)	1,3%	(14.560.046)	(10.231.329)	42,3%
Total costo y gastos	(23.209.992)	(20.554.422)	12,9%	(73.373.415)	(62.660.288)	17,1%

Costo de ventas del Trimestre

Los costos de ventas aumentaron 8% respecto del 3Q22 principalmente debido a mayores gastos en contribuciones asociado a sobretasa 2023.

Gastos de administración Trimestre

Para el 3Q23 aumentan en MMCLP 1.589 (20%) respecto a 3Q22, explicados principalmente por el aumento en gasto por provisión de incobrables (frente a una reversa de provisión durante el 3Q22) asociado al proceso de reorganización empresarial de socios comerciales en Chile, neto de menor gasto en remuneraciones, por el plan de simplificación de la estructura organizacional.

Costo de ventas Acumulado

Los costos de ventas aumentaron 19% comparado con el año anterior, debido a mayores gastos en contribuciones asociado a sobretasa 2023, junto con un mayor gasto en servicios de seguridad y de operación parking.

Gastos de administración Acumulado

Para el año 2023, aumentan en MMCLP 3.891 (14%) respecto a 2022, explicados principalmente por un mayor gasto en la provisión de incobrables atendida la reorganización financiera de algunos socios comerciales en Chile.

EBITDA / NOI

EBITDA

El EBITDA del 3Q23 registra un aumento de 17,6% equivalente a MMCLP 13.125 respecto al 3Q22, asociado principalmente a reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arrendamiento a la inflación de cada país, así como mayores ingresos por aumento de metros cuadrados arrendados. **La eficiencia operacional medida como EBITDA sobre Ingresos Ordinarios fue 79,4%.**

El EBITDA del 2023 registra un aumento de 13,7%, equivalente a MMCLP 29.007 respecto al año anterior, asociado principalmente a reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arrendamiento a la inflación de cada país, así como mayores ingresos por aumento de metros cuadrados arrendados. **La eficiencia operacional medida como EBITDA sobre Ingresos Ordinarios fue 77,1%.**

NOI AJUSTADO

El 3Q23 logró un NOI Ajustado de MMCLP 90.204, un 24,9% mayor con respecto al mismo período del año anterior, alcanzando un margen de 79,7%. El NOI Ajustado en 12 meses móviles a septiembre 2023 es de MMCLP 312.712, creciendo un 13,7% en el año y un margen de 76,0%.

Millones CLP	TRIMESTRE			ACUMULADO		
	3Q23	3Q22	Var. (%)	3Q23	3Q22	Var. (%)
Ganancia Bruta	96.674	81.710	18,3%	271.412	238.391	13,9%
+Gastos de Administración	-9.475	-7.886	20,1%	-31.472	-27.581	14,1%
-Depreciación	-79	-78	1,2%	-235	-223	5,3%
-Amortización	-385	-636	-39,5%	-1.262	-1.396	-9,6%
NOI Plaza S.A. Consolidado Total	87.663	74.538	17,6%	241.437	212.428	13,7%
NOI Participación de Minoritarios	-716	-4.771	-85,0%	-5.876	-13.764	-57,3%
NOI Inversión en entidades no consolidadas ⁽¹⁾	3.257	2.476	31,6%	8.709	6.506	33,9%
NOI Plaza Consolidado Total Ajustado por participación	90.204	72.242	24,9%	244.270	205.171	19,1%
NOI Plaza Consolidado Total Sin Ajuste por participación	97.533	82.040	18,9%	267.828	232.144	15,4%



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

Resultado Financiero

MCLP	3Q23	3Q22	Var. %	3Q23 YTD	3Q22 YTD	Var.%
Ingresos financieros	6.587.206	6.834.055	-4%	23.353.424	13.434.582	74%
Costos financieros	(13.821.612)	(12.192.123)	13%	(40.231.255)	(34.241.690)	17%
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas	1.802.324	2.234.899	-19%	7.828.504	1.723.025	354%
Diferencias de Cambio	978.222	(401.172)	-344%	1.314.626	2.146.065	-39%
Resultados por Unidades de Reajuste	(4.154.896)	(34.863.109)	-88%	(37.124.031)	(94.212.414)	-61%

TRIMESTRE

Ingresos financieros

En el 3Q23 los ingresos financieros disminuyen en MMCLP 247 respecto al mismo período del año anterior, asociado a una menor tasa de colocación y menos caja disponible en Chile.

Costos Financieros

En el 3Q23 aumentan en MMCLP 1.630 respecto al mismo período del año anterior, por efecto de la valoración sobre bonos con el público, sumado a emisión de bonos series AA y AC durante 3Q22 (Ago-22).

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, ya que se trata sólo de un efecto contable. Al comparar el 3Q23 con el mismo período de 2022, se genera una menor pérdida de MMCLP 30.708, lo que se explica principalmente por la variación de la UF de 0,30% en 3Q23 y 3,50% y menor stock de deuda en 3Q22.

AÑO ACUMULADO

Ingresos financieros

Los ingresos financieros aumentan MMCLP 9.918 respecto al año anterior, asociado a mayor inversión de excedentes de caja, además de una mayor tasa de colocación.

Costos Financieros

En el 2023 aumentan en MMCLP 5.989 respecto al mismo período del año anterior, por una mayor deuda asociada a emisión de bonos serie AA y AC durante 3Q22.

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 representa un flujo de caja real, sino sólo un efecto contable. Al comparar el año 2023 con el mismo período de 2022, se genera una menor pérdida de MMCLP 57.088, lo que se explica principalmente por variación de la UF de 3,06% en 2023 y 10,08% en 2022 y menor stock de deuda.

Utilidad Neta & FFO

Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora

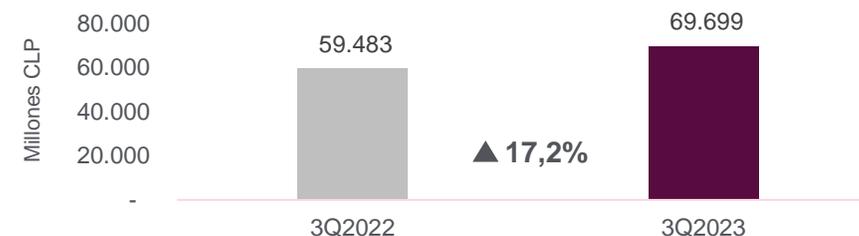
En el 3Q23 alcanzan una ganancia de MMCLP 59.268, lo que significa un aumento de MMCLP 30.191 respecto del 3Q22. Este mayor resultado se explica principalmente por una menor pérdida de resultado por unidades de reajuste por MMCLP 30.708, debido a la variación de la UF y menor deuda, mayores ingresos ordinarios por MMCLP 16.031 asociados a mayores metros arrendados, reajuste de tarifas e indexación de los contratos de arrendamiento a la inflación de cada país y una menor pérdida por efecto tipo de cambio por MMCLP 1.379. Lo anterior es compensado por mayores gastos por impuestos a las ganancias por MMCLP 14.521, mayores costos financieros por MMCLP 1.630 debido al efecto valoración de bonos al público y emisión de series AA y AC durante el 3Q22; aumento en el gasto de administración y ventas por MMCLP 1.589 asociado a un mayor gasto de provisión incobrables por reorganización empresarial de algunos socios comerciales, neto de menor gasto por remuneraciones y mayor costo de ventas MMCLP 1.067 asociado a mayores contribuciones por sobretasa 2023.

FFO Ajustado

FFO del segundo trimestre alcanzó a los MMCLP 69.699, creciendo un 17,2% respecto al mismo período del año anterior, logrando un margen FFO Ajustado de 61,6% por efecto de mejor desempeño de la operación y el menor ajuste por la compra del porcentaje minoritario de la filial Nuevos Desarrollos SpA.

FFO 12 meses móvil a Septiembre 2023 es de MMCLP 249.968, con un crecimiento de un 11,5% en comparación con el mismo período del año anterior.

FFO Plaza S.A Ajustado por Participación 3Q23



Millones CLP	TRIMESTRE			ACUMULADO		
	3Q23	3Q22	Var. (%)	3Q23	3Q22	Var. (%)
Utilidad total	59.733	30.689	94,6%	270.541	150.978	79,2%
-Depreciación	-79	-78	1,2%	-235	-223	5,3%
-Amortización	-385	-636	-39,5%	-1.262	-1.396	-9,6%
-Otros ingresos	-13	673	-102,0%	161.539	97.184	66,2%
-Otros gastos	-257	-349	-26,3%	-1.707	-1.850	-7,7%
-Ganancia o pérdida en asociadas	1.802	1.229	46,8%	7.829	717	992,2%
-Diferencias de cambio	978	-401	-343,8%	1.315	2.146	-38,7%
-Unidades de reajuste	-4.155	34.863	-88,1%	-37.124	-94.212	-60,6%
-Gastos impuestos diferidos	-6.366	2.557	-349,8%	-54.871	-22.074	148,6%
FFO Plaza S.A. Consolidado total	68.208	62.557	9,0%	195.058	170.687	14,3%
(-) FFO participación de minoritarios	445	4.469	-90,0%	4.298	11.839	-63,7%
(+) FFO inversión en entidades no consolidadas	1.937	1.395	38,9%	5.264	3.522	49,5%
FFO plaza consolidado total ajustado por participación ⁽¹⁾	69.699	59.483	17,2%	196.024	162.370	20,7%

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

DESTACADOS DEL TRIMESTRE

Tercer Trimestre 2023



Destacados del trimestre

Aperturas destacadas

Durante el 3Q23 abrimos a público 153 tiendas a nivel regional, dentro de las cuales destacan:

Chile

- Conversión de tienda La Polar en Mallplaza Calama, con la apertura de 6.000 m² de H&M y Maxi China.
- En Mallplaza Alameda, apertura de H&M e incorporación de 1.000 m² en Autoplaza.
- Ampliación e Integración de 3.000 m² de Autoplaza en Mallplaza Vespucio al circuito comercial con 40 marcas comerciales de vehículos que permiten consolidar la mayor oferta de la zona de influencia y una de las más potentes de Chile.
- Continuamos consolidando nuestra propuesta gastronómica con la incorporación de Fukai, Starbucks y Kunstmann en Mallplaza Vespucio y Take a Wok, Sow y El Japonés en Mallplaza Norte.
- Apertura tienda de hogar Newtree de 800 m² en Mallplaza Los Dominicos.

Perú

- Apertura de Dollar City en Mallplaza Trujillo con aproximadamente 850 m², con amplia oferta de productos de limpieza, oficina, belleza, decoración, jardinería, entre otros.
- Incorporación de El Mercado en Mallplaza Arequipa, consolidando la propuesta gastronómica de este centro comercial.
- Apertura de Hiper Asia en Mallplaza Trujillo con 5.000 m² y Home Asia en Mallplaza Comas con 900 m².

Colombia

- Apertura del primer IKEA en Colombia en Mallplaza NQS, tienda de aproximadamente 26.000 m² que cuenta con salas de exhibición de muebles, zona de juegos para niños y comida típica sueca, entre otros.
- Apertura de H&M y Arturo Calle en Mallplaza NQS, reforzando la oferta de retail de este centro urbano, junto a la apertura de H&M en Mallplaza Cartagena y Arturo Calle Woman en Mallplaza Buenavista.



Destacados del trimestre

Hitos de Omnicanalidad

CLICK & COLLECT

- Al cierre del 3Q23 contamos con **77 marcas a nivel regional**, entre ellas, hemos agregado a Samsung, Punto Ticket, Hites, Billabong, Columbia, Patagonia. Cerramos el 3Q23 con **+315k paquetes entregados** (+281% vs 3Q 2022) los que representan **USD\$ +16,7 Millones en GMV** (ventas de los Sellers) en nuestros 15 puntos Click & Collect, en los 3 países.

CROSS-DOCKING

- Desde comienzo 2023, acumulamos **+1,2M paquetes procesados** para potenciar la última milla en nuestras 6 operaciones de Cross-Docking, los que representan **USD\$ +43 millones en GMV** poniendo nuestros centros urbanos, junto con nuestras otras iniciativas, en un posicionamiento logístico estratégico y nos permite acelerar nuestra estrategia de Hub-Logístico en nuestros 3 países.

DARK STORE

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

DATA MANAGEMENT

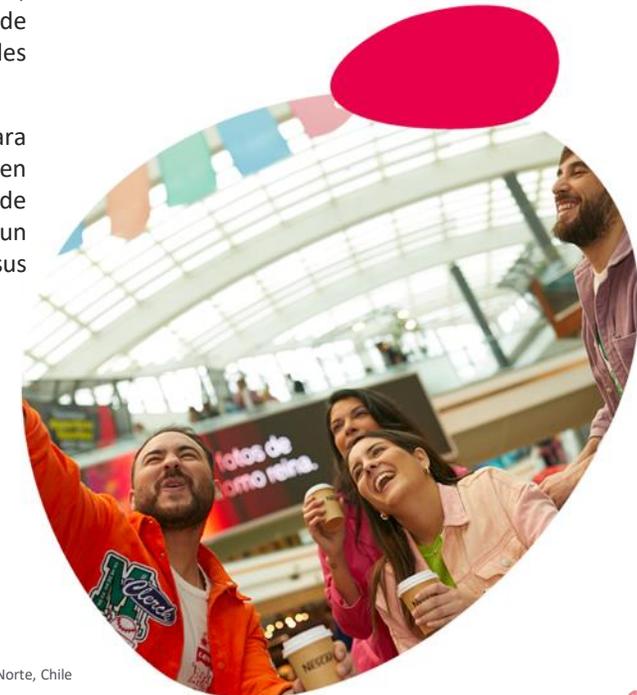
- Actualmente contamos con dos soluciones que, en base a la data, nos permiten (1) generar mejores campañas y segmentos de comunicación digital; y (2) mejorar la gestión comercial con un modelo predictivo de las mejores elecciones de marcas/tenants. Estas herramientas nos permiten ofrecer a nuestra base de datos autorizada de **1,4 millones de clientes contactables** (con más de 8,6 millones detectados en el ingreso a nuestros centros urbanos durante los primeros 3 trimestres del 2023) una experiencia más personalizada antes, durante y después de su visita.

PARKING FREE-FLOW

- Llevamos más de 3,2 millones de transacciones acumuladas en 2023, aumentando en un 28% la cantidad de transacciones durante el Q3 en los 10 parkings en que la funcionalidad está habilitada en Chile.

Actualizaciones sobre ESG

- En julio de 2023, Mallplaza recibió el informe de evaluación de **MSCI Rating, obteniendo una calificación AA**, lo que representa una mejora significativa de su anterior medición (BBB) y quedando a un escalón de la nota máxima (AAA). Además, el informe resalta **el puntaje máximo de 10 puntos obtenido en el ámbito de desarrollo de capital humano**.
- Durante el 3Q Mallplaza recibió la **certificación EDGE para sus centros urbanos Mallplaza Los Dominicos y Mallplaza Arica**. EDGE es un sistema de certificación de construcción sostenible que se focaliza en hacer edificios más eficientes, permitiendo evaluar los costos de incorporar opciones de ahorro en energía y agua en los edificios. Para obtenerla, Mallplaza tuvo que demostrar que cumple con una eficiencia mínima de 20% en energía, 20% en agua y 20% en energía incorporada en materiales en el edificio.
- Como parte de la alianza estratégica que hemos formado con IKEA para apoyar su relacionamiento con la comunidad, en agosto realizamos en Mallplaza Oeste **una feria de emprendimiento** con 10 emprendedores de las municipalidades de Cerrillos y Lo Espejo, poniendo a disposición un espacio en nuestro centro urbano para la comercialización de sus productos, así como instancias de capacitación.



Mallplaza Norte, Chile

Caso de Estudio de M&A: Transformando hacia un Centro Urbano líder (TIER A)



Apertura IKEA, Mallplaza NQS, Colombia



Mallplaza NQS

Bogotá

- 4to centro urbano en Colombia.
- GLA Total Poyectado: 112.000 m² (81.000 m² de GLA propio)
- Desarrollos actuales:
 - Área de entretenimiento, que considera Fun Jungle con más de 7.300 m² (que será el parque más grande *indoor* de Colombia)
 - Ampliación de El Mercado

Mallplaza NQS (antes Mall Calima) implementó una completa transformación desde que se incorporó al portafolio de la compañía el año 2020, mejorando considerablemente su propuesta de cara al consumidor y a sus socios comerciales.

Incorporaciones a la fecha:

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

Posterior a las importantes aperturas de septiembre (IKEA, H&M, Arturo Calle, Ktronix):

- El flujo del último mes crece un 50% en relación al promedio de 2023.
- En el último mes mejora el desempeño Gastronomía:
 - +78% crecimiento en ventas totales.
 - Restaurantes crecen 27% ventas por m² vs mes anterior.

Caso de Estudio de TIER A+: Consolidando el Mejor centro urbano de la ciudad



El Mercado del 14, Mallplaza Vespucio, Chile



Mallplaza Vespucio, Chile

Mallplaza Vespucio Santiago

- Nuestro centro urbano *flagship*, con 174.000 m² de GLA
- Desarrollos actuales:
 - Proyecto Lifestyle, transformación de zona exterior con una nueva propuesta al aire libre que incorpora marcas *fashion* y conveniencia en una nueva experiencia urbana y de esparcimiento.
 - Ampliación de su zona de gastronomía
 - Beergarden de más de 2.000 m²
 - La Factoria
 - Proyecto Multifamily

Mallplaza Vespucio está viviendo una profunda transformación de su experiencia y propuesta de valor, consolidando su posición de líder en la ciudad de Santiago. Incorporará más de 25.000 m² de nuevas propuestas que incluye el Proyecto Lifestyle, enfocado en darle un nuevo diseño a la zona exterior del centro urbano con la incorporación de un potente mix de fast fashion, inclusión de un supermercado y zona de servicios además de un parque de esparcimiento, alineándose con la estrategia de múltiples propósitos de visita que desarrolla Mallplaza.

Incorporaciones a la fecha:

- Remodelación interior completa y moderna
 - Incorporación de más de 19.000 m² de nuevas propuestas de *retail*.
 - Más de 87 tiendas como Decathlon, Miniso, Lego, The Line, Bath and Body Works, Psycho Bunny, y se renovaron las tiendas de más de 160 marcas.
 - Renovación y ampliación de salas Cinemark, incorporando una sala IMAX.
 - Primer Movistar GameClub.
 - Propuesta *fast casual* con marcas de valor como Barra Chalaca, Carl's Jr, La Sanguchera del Barrio, MUU Steak House, Emporio La Rosa.
 - Apertura de El Mercado del 14.
 - Incorporación de Starbucks, Dulce Luna, Dunkin Donuts y Bonafide.
 - Launch Cowork.
 - Reconversión de la Clínica Vespucio en Clínica Dávila.
 - Integración de Autoplaza Vespucio al circuito comercial con 40 marcas comerciales de vehículos.
- Crecimiento de ingresos de 3,9% en el 3Q23.
 - 39% más de ventas en entretención y gastronomía a septiembre 2023.
 - Hoy es el centro urbano de mayor crecimiento en flujos en Chile al 2Q2023, aumentando 9,6% a septiembre.

Caso de éxito *brownfield*: potenciando el mix de centros urbanos líderes



Mallplaza La Serena La Serena

Mallplaza La Serena ha vivido una transformación de su mix en los últimos años, desde la ampliación de Tottus en el 2020 hasta la apertura de grandes tiendas de *fast fashion* en el 2023. Ha mejorado significativamente su propuesta de cara al consumidor y a sus socios comerciales.

Incorporaciones a la fecha:

- **Decathlon** con más de 2.000 m² de GLA.
- **H&M** con más de 2.200 m² de GLA.
- **The Home** tienda minorista oriental con 2.000 m² de GLA.
- Mejora en el mix de retail con reubicación de marcas como Nike, Dockers, Skechers y la incorporación de Miniso, Bubba y Samsung.
- Ampliación de la oferta de F&B con el segundo local en regiones de la marca Brussels y el primer Dominó en la cuarta región.
- Área de Servicios, incluyendo farmacias, tiendas de conveniencia y telefonía.

- Crecimiento del flujo vehicular de 26% vs 2019.
- Crecimiento del flujo de visitantes 10% vs el año anterior y de 56% vs 2 años atrás.
- Mejor desempeño Gastronomía:
 - 25% más de crecimiento en ventas y +15% en SSS.
 - Principales marcas crecen un 35%.
- Ventas por m² promedio de entretención, 41%.
- 43% de crecimiento de ingreso de parking vs 2022.



Mallplaza Trujillo Trujillo

Mallplaza Trujillo, centro urbano líder de la ciudad, ha consolidado su oferta *retail* desde su ampliación en el 2020 y la exitosa reconversión de la tienda París para la incorporación de marcas generadoras de flujo.

Incorporaciones a la fecha:

- **Hiper Asia** con más de 2.000 m² de GLA y con futura ampliación de más de 3.000 m² de GLA.
- **Dollarcity** con más de 800 m² de GLA.
- Mejora en el mix de retail con la incorporación de Miniso, Dockers, Merrel, Guess, Xiaomi, Calvin Klein y Tommy Hilfiger.
- Futura incorporación de +1.000 m² de GLA del primer Fun Jungle de la ciudad.
- Ampliación de 1.000 m² que incluye 8 nuevas propuestas de *retail* y F&B, con fecha de apertura segundo trimestre de 2024

- Crecimiento del flujo del 18% vs el año anterior y de 39% vs 2 años atrás.
- Crecimiento de las ventas en 17% vs el año anterior sin considerar tiendas anclas.
- Mejor desempeño Gastronomía: 21% de crecimiento en ventas respecto el 2022 y 12% en SSS.
- Mejor desempeño de las ventas de entretención en un 47%, comparado en el 2022.

INFORMACIÓN POR ACTIVO

Tercer Trimestre 2023

Principales Indicadores por país

Chile:

- Ingresos aumentan un 10,9% debido a mayores m² arrendados, entre otros, por IKEA Mallplaza Oeste y Mercado Mallplaza Vespucio.
- Ocupación aumenta a 95,8% por la entrada de más de 8,4 mil m² principalmente en Tiendas Menores Retail, Boulevard y Autoplaza.
- SSS cae 2,2% por efecto de menor desempeño de Tiendas Departamentales y Mejoramiento de hogar.
- Costo de ocupación aumenta por menor nivel de ventas y no entrega de mayores apoyos comerciales excepcionales en rentas de arriendo

Perú:

- Flujo de visitantes aumenta un 18,8% por crecimiento doble digito en Mallplaza Trujillo, Mallplaza Arequipa y Mallplaza Comas
- Costo de ocupación aumenta por incremento más importante en los ingresos versus las ventas, que en términos totales crecen, pero caen en las grandes superficies
- SSS cae 5,6% debido a caída de ventas de Tiendas Departamentales y grandes cajas exteriores.

Colombia:

- Ingreso aumenta 98% debido al ingreso de grandes operadores como IKEA, H&M y Decathlon
- Flujo de visitantes aumenta un 5,7% principalmente por aumento de 13,6% del flujo de Mallplaza NQS
- Venta crece un 8,8% principalmente por mayor venta en Mallplaza Manizales y Mallplaza NQS
- Costo de ocupación aumenta por incremento más importante en los ingresos versus las ventas
- SSS se mantiene neutro debido a caída de ventas de Tiendas Departamentales se han compensado con gran desempeño Cines

	Chile (MM CLP)			Perú (M Soles)			Colombia (MM COP)			Consolidado Plaza S.A. (MM CLP)		
	3Q23	3Q22	(Var.)	3Q23	3Q22	(Var.)	3Q23	3Q22	(Var.)	3Q23	3Q22	(Var.)
GLA Total (m2)	1.430.844	1.401.864	2,1%	296.406	288.586	2,7%	236.554	206.039	14,8%	1.963.804	1.896.489	3,5%
GLA Administrado (m2)	1.430.844	1.401.864	2,1%	296.406	288.586	2,7%	200.427	169.873	18,0%	1.927.677	1.860.324	3,6%
Flujo visitantes (MM)	46,8	46,4	0,8%	13,3	11,2	18,8%	10,1	9,5	5,7%	70,1	67,1	4,5%
Ventas	914.004	914.374	(0,0%)	555.263	566.454	(2,0%)	320.880	294.846	8,8%	1.115.573	1.112.856	0,2%
Var. Same Store Sales	(2,2%)	(11,4%)	9,2 p.p.	(5,6%)	4,4%	(9,9 p.p.)	0,3%	28,5%	(28,2 p.p.)	(2,5%)	(8,3%)	5,8 p.p.
Ingresos	94.111	84.858	10,9%	49.101	42.267	16,2%	63.761	32.181	98,1%	110.409	94.378	17,0%
Var. Same Store Rent	6,9%	25,3%	(18,4 p.p.)	13,8%	39,6%	(25,8 p.p.)	9,8%	15,5%	(5,7% p.p.)	7,7%	26,1%	(18,4 p.p.)
EBITDA	77.121	70.397	9,6%	42.567	31.450	35,3%	49.978	19.514	156,1%	87.663	74.538	17,6%
Venta mensual por m2 (CLP/PEN/COP)	256.112	261.275	(2,0%)	826	905	(8,7%)	816.951	813.612	0,4%	240.750	247.951	(2,9%)
Ingreso mensual por m2 (CLP/PEN/COP)	26.371	24.274	8,8%	73	68	8,2%	162.334	88.798	82,8%	23.827	21.028	13,3%
Costo Ocupación (%)	11,8%	11,2%	0,6 p.p.	9,4%	8,1%	1,3 p.p.	12,5%	10,3%	1,2 p.p.	11,5%	10,7%	0,8 p.p.
Ocupación	95,8%	95,0%	0,8 p.p.	92,2%	94,1%	(1,9 p.p.)	96,5%	97,3%	(0,8 p.p.)	95,3%	95,0%	0,3 p.p.



La Serena, Chile

Principales Indicadores por país

Últimos 12 meses

	Chile (MM CLP)			Perú (M Soles)			Colombia (MM COP)			Consolidado Plaza S.A. (MM CLP)		
	3Q23	3Q22	(Var.)	3Q23	3Q22	(Var.)	3Q23	3Q22	(Var.)	3Q23	3Q22	(Var.)
GLA Total (m2)	1.430.844	1.401.864	2,1%	296.406	288.586	2,7%	236.554	206.039	14,8%	1.963.804	1.896.489	3,5%
GLA Administrado (m2)	1.430.844	1.401.864	2,1%	296.406	288.586	2,7%	200.427	169.873	18,0%	1.927.677	1.860.234	3,6%
Flujo visitantes (MM)	192,1	188,3	2,0%	51,8	41,3	25,4%	40,0	38,2	4,5%	283,9	267,9	6,0%
Ventas	3.874.542	3.963.449	(2,2%)	2.312.585	2.239.356	3,3%	1.340.831	1.119.694	19,7%	4.715.017	4.738.001	(0,5%)
Same Store Sales	(5,2%)	22,0%	(27,2 p.p.)	(0,0%)	22,1%	(22,1 p.p.)	7,6%	38,6%	(31,0 p.p.)	(4,2%)	22,7%	(26,9 p.p.)
Ingresos	364.558	325.603	12,0%	199.652	162.062	23,2%	181.654	120.002	51,4%	410.769	365.001	12,5%
Same Store Rent	11,6%	64,3%	(52,7 p.p.)	14,4%	55,8%	(41,4 p.p.)	12,7%	26,3%	(13,6 p.p.)	11,9%	61,5%	(49,6 p.p.)
EBITDA	289.307	269.843	7,2%	150.746	113.135	33,2%	115.983	74.842	55,0%	311.708	284.644	9,5%
Venta mensual por m2 (CLP/PEN/COP)	272.262	285.735	(4,7%)	893	910	(1,9%)	885.773	826.192	7,2%	257.166	267.875	(4,0%)
Ingreso mensual por m2 (CLP/PEN/COP)	25.617	23.474	9,1%	77	66	17,1%	120.003	88.546	35,5%	22.404	20.636	8,6%
Costo Ocupación (%)	11,2%	9,7%	1,5 p.p.	9,0%	8,0%	1,0 p.p.	11,5%	11,0%	5,0 p.p.	10,9%	9,6%	1,3 p.p.
Ocupación	95,8%	95,0%	0,8 p.p.	92,2%	94,1%	(1,9 p.p.)	96,5%	97,3%	(0,8 p.p.)	95,3%	95,0%	0,3 p.p.

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



Resultados trimestrales por activo

A septiembre 2023

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

Centros Comerciales	GLA	% GLA Propio	Ocupación	Ventas			Ingreso		
				3Q23	3Q22	Var (%)	3Q23	3Q22	Var (%)
Mallplaza Vespucio	174.256	100%	95,1%	119.929	118.788	1,0%	13.653	12.633	8,1%
Mallplaza Oeste	182.350	100%	98,4%	116.319	117.247	-0,8%	11.441	9.678	18,2%
Mallplaza Trébol	118.795	100%	97,7%	113.804	107.058	6,3%	11.229	9.561	17,4%
Mallplaza Norte	138.911	100%	95,4%	76.971	80.815	-4,8%	8.825	7.933	11,2%
Mallplaza Egaña	94.198	100%	97,8%	71.436	69.292	3,1%	7.545	6.836	10,4%
Mallplaza Antofagasta	78.541	100%	96,7%	63.476	60.864	4,3%	5.938	5.563	6,7%
Mallplaza Sur	77.357	100%	95,8%	60.937	60.725	0,3%	3.963	3.581	10,7%
Mallplaza Tobaraba	78.647	100%	96,1%	57.237	59.121	-3,2%	4.368	4.122	6,0%
Mallplaza Calama	77.499	100%	97,0%	43.631	41.753	4,5%	3.961	3.486	13,6%
Mallplaza La Serena	64.493	100%	98,1%	39.195	35.937	9,1%	5.376	4.665	15,2%
Mallplaza Los Dominicos	95.711	100%	95,2%	34.402	36.050	-4,6%	4.932	4.445	11,0%
Mallplaza Los Angeles	38.950	100%	98,7%	27.347	27.205	0,5%	3.081	2.695	14,3%
Mallplaza Copiapó	46.257	100%	97,0%	19.672	19.491	0,9%	2.273	1.995	13,9%
Mallplaza Bio Bio	46.051	100%	95,6%	19.660	18.979	3,6%	1.857	1.679	10,6%
Mallplaza Arica	32.749	100%	98,0%	17.821	21.953	-18,8%	1.859	1.833	1,4%
Mallplaza Alameda	60.997	100%	74,9%	16.200	23.948	-32,4%	2.174	2.704	-19,6%
Mallplaza Iquique	25.082	98%	96,5%	15.965	15.151	5,4%	1.635	1.449	12,9%
Total Chile	1.430.844		95,8%	914.004	914.374	0,0%	94.111	84.858	10,9%
Mallplaza Trujillo	82.985	33%	98,2%	255.898	262.173	-2,4%	12.682	15.156	-16,3%
Mallplaza Comas	79.997	33%	88,3%	110.654	106.098	4,3%	10.578	8.972	17,9%
Mallplaza Arequipa	42.910	33%	92,9%	101.413	96.062	5,6%	7.656	6.700	14,3%
Mallplaza Bellavista	90.514	33%	90,0%	87.298	102.122	-14,5%	18.185	11.438	59,0%
Total Perú	296.406		92,2%	555.263	566.454	-2,0%	49.101	42.267	16,2%
Mallplaza Buenavista	57.612	65%	98,4%	126.746	131.364	-3,5%	10.828	9.656	12,1%
Mallplaza NQS	75.857	100%	94,0%	73.138	55.386	32,1%	37.818	9.255	308,6%
Mallplaza Cartagena	27.734	100%	97,2%	64.971	60.644	7,1%	8.205	7.631	7,5%
Mallplaza Manizales	39.224	80%	97,9%	56.024	47.452	18,1%	6.910	5.639	22,5%
Total Colombia	200.427		96,5%	320.880	294.846	8,8%	63.761	32.180	98,1%

Venta de Mallplaza Oeste y Mallplaza NQS no incluye venta de IKEA

Resultados trimestrales por activo

A septiembre 2023

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

Centros Comerciales	Venta mensual por m2 (CLP/PEN/COP)			Ingreso mensual por m2 (CLP/PEN/COP)		
	3Q23	3Q22	Var (%)	3Q23	3Q22	Var (%)
Mallplaza Vespucio	289.248	287.192	0,7%	32.930	30.542	7,8%
Mallplaza Oeste	283.728	303.082	-6,4%	27.906	25.017	11,5%
Mallplaza Trébol	304.246	309.529	-1,7%	30.021	27.643	8,6%
Mallplaza Norte	239.764	268.359	-10,7%	27.490	26.342	4,4%
Mallplaza Egaña	305.800	302.284	1,2%	32.300	29.822	8,3%
Mallplaza Antofagasta	298.199	288.512	3,4%	27.896	26.368	5,8%
Mallplaza Sur	289.732	302.662	-4,3%	18.842	17.850	5,6%
Mallplaza Tobalaba	302.650	292.059	3,6%	23.097	20.362	13,4%
Mallplaza Calama	218.937	224.063	-2,3%	19.877	18.707	6,3%
Mallplaza La Serena	263.963	258.046	2,3%	36.202	33.500	8,1%
Mallplaza Los Dominicos	133.951	140.836	-4,9%	19.205	17.364	10,6%
Mallplaza Los Angeles	261.738	262.832	-0,4%	29.489	26.035	13,3%
Mallplaza Copiapó	171.134	171.977	-0,5%	19.777	17.606	12,3%
Mallplaza Bio Bio	161.804	158.771	1,9%	15.284	14.047	8,8%
Mallplaza Arica	194.779	240.495	-19,0%	20.315	20.082	1,2%
Mallplaza Alameda	164.987	179.975	-8,3%	22.142	20.324	8,9%
Mallplaza Iquique	234.938	227.401	3,3%	24.060	21.742	10,7%
Total Chile	256.112	261.275	-2,0%	26.371	24.247	8,8%
Mallplaza Trujillo	1.266	1.426	-11,2%	63	82	-23,9%
Mallplaza Comas	588	602	-2,3%	56	51	10,4%
Mallplaza Arequipa	949	930	2,0%	72	65	10,4%
Mallplaza Bellavista	499	628	-20,5%	104	70	47,9%
Total Perú	826	905	-8,7%	73	68	8,2%
Mallplaza Buenavista	857.073	898.196	-4,6%	73.218	66.021	10,9%
Mallplaza NQS	904.964	841.773	7,5%	467.934	140.655	232,7%
Mallplaza Cartagena	1.040.445	962.908	8,1%	131.401	121.159	8,5%
Mallplaza Manizales	551.258	543.171	1,5%	67.992	64.545	5,3%
Total Colombia	816.951	813.612	0,4%	162.334	88.798	82,8%

Venta de Mallplaza Oeste y Mallplaza NQS no incluye venta de IKEA

Resultados anuales por activo

A septiembre 2023

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

Centros Comerciales	Ventas			Ingreso			Venta mensual por m2 (CLP/PEN/COP)			Ingreso mensual por m2 (CLP/PEN/COP)		
	LTM 3Q23	LTM 3Q22	Var (%)	LTM 3Q23	LTM3Q22	Var (%)	LTM 3Q23	LTM 3Q22	Var (%)	LTM 3Q23	LTM 3Q22	Var (%)
Mallplaza Vespucio	491.966	488.921	0,6%	53.023	47.737	11,1%	303.764	303.569	0,1%	32.739	29.640	10,5%
Mallplaza Oeste	489.422	514.244	-4,8%	43.056	36.286	18,7%	301.191	336.323	-10,4%	26.497	23.732	11,7%
Mallplaza Trébol	475.332	453.751	4,8%	42.375	36.966	14,6%	321.674	323.791	-0,7%	28.677	26.379	8,7%
Mallplaza Norte	340.665	354.414	-3,9%	34.846	30.625	13,8%	266.744	298.936	-10,8%	27.285	25.831	5,6%
Mallplaza Egaña	292.793	287.609	1,8%	28.961	25.941	11,6%	311.658	318.721	-2,2%	30.827	28.748	7,2%
Mallplaza Antofagasta	272.552	275.817	-1,2%	23.626	22.142	6,7%	318.807	324.859	-1,9%	27.635	26.079	6,0%
Mallplaza Sur	251.831	275.395	-8,6%	15.277	13.929	9,7%	302.712	349.490	-13,4%	18.363	17.676	3,9%
Mallplaza Tobaraba	240.267	249.333	-3,6%	17.838	16.197	10,1%	308.542	308.920	-0,1%	22.907	20.068	14,2%
Mallplaza Calama	184.696	185.464	-0,4%	15.205	13.491	12,7%	240.487	249.693	-3,7%	19.798	18.163	9,0%
Mallplaza La Serena	169.876	161.032	5,5%	20.566	17.321	18,7%	289.865	302.220	-4,1%	35.093	32.508	8,0%
Mallplaza Los Dominicos	148.707	162.304	-8,4%	18.384	16.730	9,9%	148.565	158.861	-6,5%	18.367	16.375	12,2%
Mallplaza Los Angeles	119.697	121.425	-1,4%	11.763	10.301	14,2%	286.558	293.558	-2,4%	28.161	24.905	13,1%
Mallplaza Copiapó	85.779	90.255	-5,0%	8.944	7.720	15,9%	187.847	198.954	-5,6%	19.587	17.017	15,1%
Mallplaza Alameda	82.158	104.149	-21,1%	9.928	10.755	-7,7%	174.152	197.236	-11,7%	21.044	20.368	3,3%
Mallplaza Arica	80.698	94.134	-14,3%	7.532	7.443	1,2%	218.518	257.948	-15,3%	20.395	20.395	0,0%
Mallplaza Bio Bio	79.074	79.175	-0,1%	6.977	6.288	11,0%	162.546	166.332	-2,3%	14.342	13.210	8,6%
Mallplaza Iquique	69.029	66.027	4,5%	6.257	5.729	9,2%	255.950	249.690	2,5%	23.200	21.665	7,1%
Total Chile	3.874.542	3.963.449	-2,2%	364.558	325.603	12,0%	272.262	285.735	-4,7%	25.617	23.474	9,1%
Mallplaza Trujillo	1.045.655	1.051.031	-0,5%	66.449	57.921	14,7%	1.375	1.427	-3,6%	87	79	11,1%
Mallplaza Comas	463.575	410.171	13,0%	42.081	34.633	21,5%	626	593	5,7%	57	50	13,6%
Mallplaza Arequipa	415.855	367.238	13,2%	35.159	29.387	19,6%	981	949	3,4%	83	76	9,2%
Mallplaza Bellavista	387.500	410.916	-5,7%	55.962	40.120	39,5%	582	636	-8,5%	84	62	35,3%
Total Perú	2.312.585	2.239.356	3,3%	199.652	162.062	23,2%	893	910	-1,9%	77	66	17,1%
Mallplaza Buenavista	558.591	496.933	12,4%	42.842	34.908	22,7%	945.476	897.062	5,4%	72.514	63.016	15,1%
Mallplaza NQS	278.230	171.468	62,3%	79.103	33.408	136,8%	923.524	821.421	12,4%	262.565	160.043	64,1%
Mallplaza Cartagena	273.899	244.321	12,1%	33.186	29.195	13,7%	1.101.044	992.202	11,0%	133.403	118.563	12,5%
Mallplaza Manizales	230.110	206.972	11,2%	26.523	22.490	17,9%	617.076	597.662	3,2%	71.126	64.944	9,5%
Total Colombia	1.340.831	1.119.694	19,7%	181.654	120.002	51,4%	885.773	826.192	7,2%	120.003	88.546	35,5%

Venta de Mallplaza Oeste y Mallplaza NQS no incluye venta de IKEA

Crecimiento

Proyectos en Desarrollo



Mallplaza Vespucio

Remodelación y Ampliación
Proyecto Lifestyle

Apertura: 4Q 2024

Superficie Total

Ampliación y Remodelación – 21.600 GLA m²

Inversión Remanente: MMUSD 36

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

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

Crecimiento

Proyectos en Desarrollo



Mallplaza Cali

Nuevo Centro Urbano
Colombia

Apertura: 1S 2024

Superficie Total: 67.000 GLA m²

Inversión Remanente: MMUSD 36

Mallplaza Cali será el quinto centro urbano de Mallplaza en Colombia y abrirá sus puertas el primer semestre del 2024, con un GLA de 67.500 m². A la fecha, ya cuenta con el 90% del GLA comercializado, lo que será un hito como apertura para un centro comercial, no solo en Colombia, sino también en Latinoamérica. Esperamos que sea un éxito desde el primer día para todos nuestros socios comerciales y clientes.

Gracias a su robusta propuesta de retail, entretenimiento y gastronomía, Mallplaza Cali será uno de los centros urbanos Tier A de la compañía, abriendo sus puertas con marcas como IKEA – el primero de la ciudad de Cali y Valle del Cauca-, tiendas en formato ícono de Zara, H&M, Bershka, Stradivarius, Pull&Bear, Decathlon, Homecenter y muchas más.

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

Sumado a esto, tendremos 13.000 m² de espacio público para disfrutar la vida, gracias al gran parque incorporado en el centro urbano, lo que se suma a una arquitectura única e integrada a la ciudad, en una ubicación privilegiada en el corazón de la ciudad, para que todos los caleños y las caleñas puedan llegar de manera muy fácil y rápida.

Crecimiento

Proyectos en Desarrollo

Mallplaza Iquique	Mallplaza Arica	Mallplaza NQS
 <p>Ampliación</p> <p>Se incorporará un Boulevard de servicios y una tienda de accesorios del hogar además de la tienda H&M</p> <p>Apertura: 1Q 2024 Superficie Total Ampliación – 2.000 GLA m² Inversión Remanente: MMUSD 7</p>	 <p>Ampliación</p> <p>Se incorporará un Boulevard de servicios y una tienda de accesorios del hogar además de la apertura de la tienda H&M</p> <p>Apertura: 4Q 2023 Superficie Total Ampliación – 2.000 GLA m² Inversión Remanente: MMUSD 4</p>	 <p>Reconversión y Ampliación Colombia</p> <p>Ampliación de El Mercado que vendrá a complementar la zona de experiencia gastronómica, junto con la Incorporación de una innovadora Zona de Juegos de 7.500 m² proyectada para la primera parte del 2024.</p> <p>Apertura: 1Q 2024 Superficie Total Ampliación – 5.500 GLA m² Reconversión – 5.600 GLA m² Inversión Remanente: MMUSD 4</p>

PLAZA S.A. CAPEX (MUSD)	Inversiones 3Q23	Inversiones 3Q22	% total CAPEX (3Q23)
<i>Greenfield</i>	12.473	14.280	43%
<i>Brownfield</i>	6.365	9.086	22%
Reconversiones	4.344	2.736	15%
Mantenimiento	1.877	6.836	6%
IT & Otros	4.055	3.456	14%
Total	29.114	36.394	100%

Banco de Terrenos

Potencial de Crecimiento

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

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

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

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

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



Mallplaza Oeste, Chile

ESTRUCTURA FINANCIERA

Tercer Trimestre 2023



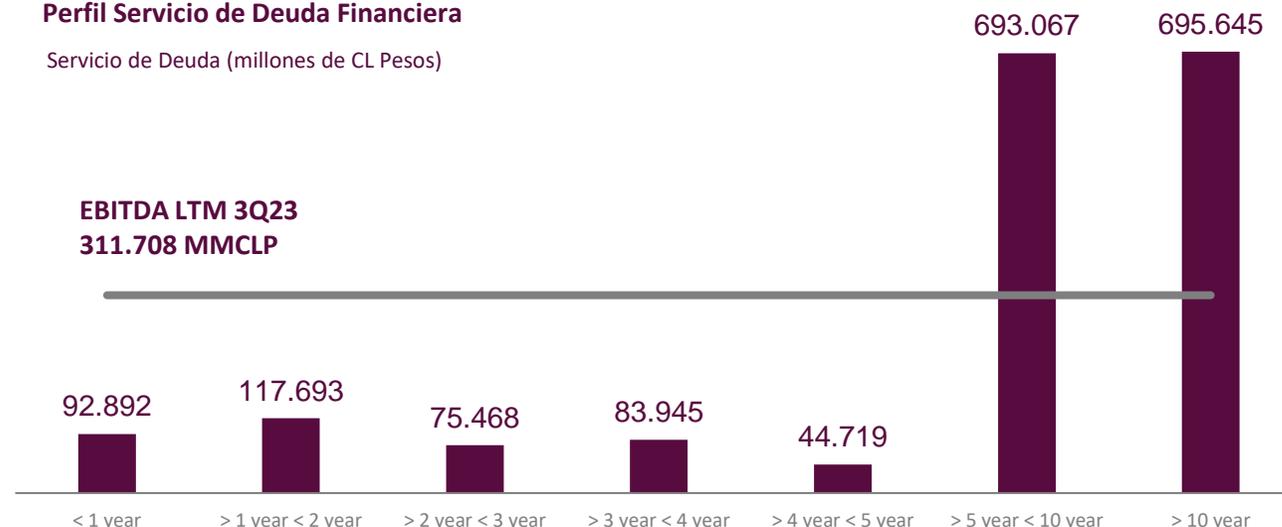
Estructura de Deuda

	3Q 2023	3Q 2022
Efectivo y Equivalentes (MM CLP)	157.806	313.738
Deuda Financiera (MM CLP)	1.241.483	1.293.091
(+) Bonos Públicos	1.060.781	1.004.534
(+) Deuda Bancos	180.702	288.557
Tasa Promedio Deuda	3,5%	3,4%
Duration (años)	8,4	8,4
Deuda Financiera Neta (MM CLP)	1.080.823	959.054

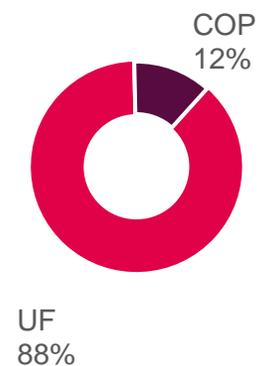
- Perfil de pago de la deuda financiera es predominantemente de largo plazo, teniendo un 84% de su vencimiento a tres o más años.
- Ratio Loan to Value (LTV) de 27%.
- El 39% de los vencimientos de la deuda financiera supera los 10 años de plazo.
- Deuda financiera en tasa fija y en la misma moneda en que se generan los flujos asociados a su pago, con un *duration* promedio de nueve años.
- Activos libres de hipoteca a *fair value* presentan 4,3x la deuda financiera neta de efectivo y equivalentes.
- La posición de liquidez actual cubre las obligaciones de amortización de deuda del 2023.
- Deuda Financiera sobre EBITDA al cierre del tercer trimestre es 3,5x.

Perfil Servicio de Deuda Financiera

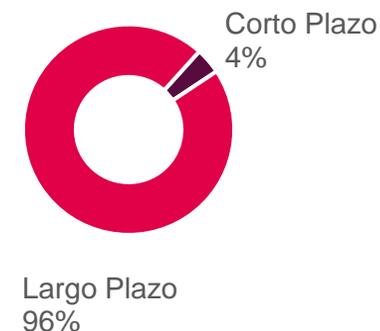
Servicio de Deuda (millones de CL Pesos)



Deuda por moneda



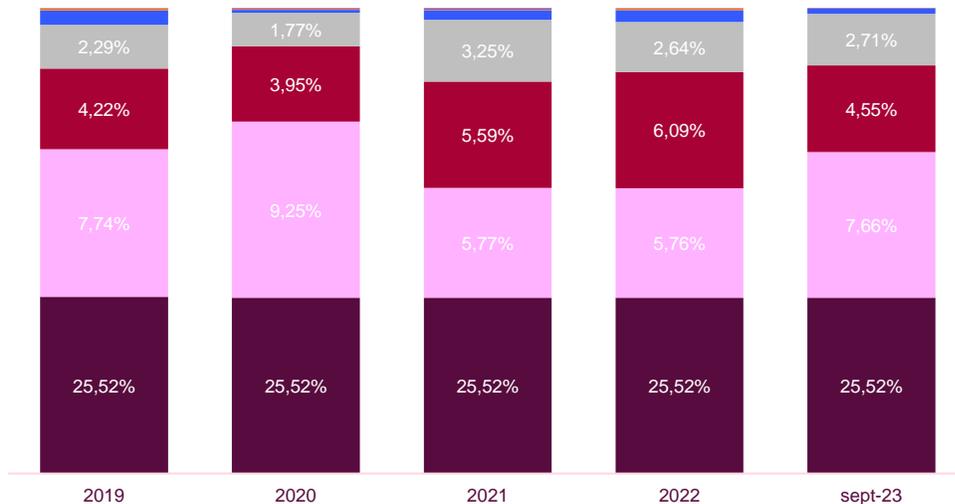
Deuda por plazo



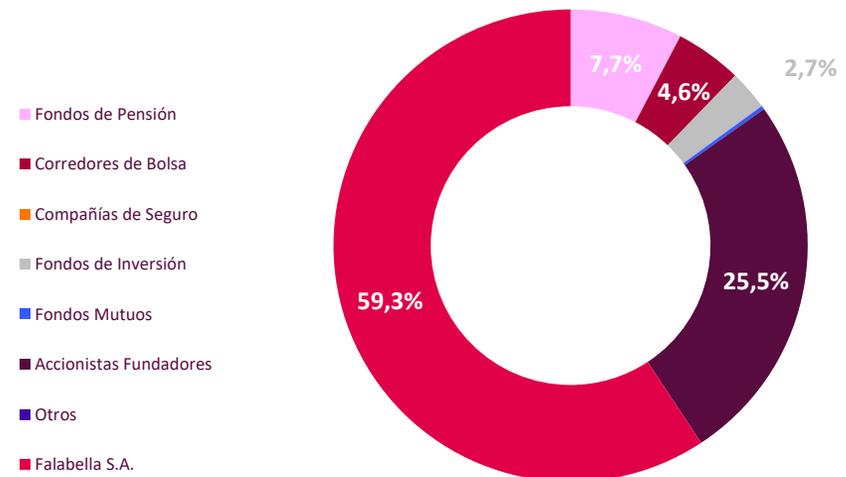
Plaza en Mercado de Capitales

	3Q 2023	3Q 2022	Var. (%)	3Q 2023 LTM	3Q 2022 LTM	Var. (%)
Precio de Cierre promedio (CLP)	1.305,0	800,0	63,1%	1.089,5	823,9	32,2%
Precio de Cierre (CLP) - Final del Período	1.220,8	781,0	56,3%	1.220,8	781,0	56,3%
Average Daily Traded Volume (CLP)	1.178.071.121	723.555.354	62,8%	722.448.340	621.407.546	16,3%
Número acciones transadas	908.915	878.287	3,5%	641.563	758.835	(15,4%)

Evolución Composición Accionaria



Composición Accionaria (Sept-23)



APÉNDICE

Tercer Trimestre 2023



Evolución de Resultados Financieros

EVOLUCIÓN POR AÑO	AÑO						CAGR
	2018	2019	2020	2021	2022	Sept 23 LTM	
Cifras operacionales							
GLA Agregado (Disminuido) (m2)	85.308	50.108	111.638	43.806	30.458	39.556	
Ventas de arrendatarios (miles de millones de pesos)	3.646	3.590	2.368	3.857	4.637	4.738	5,4%
Flujos de visitantes (millones de personas)	285	285	149	211	270	284	(0,1%)
ESTADO DE RESULTADOS (en millones de pesos)							
Ingresos de actividades ordinarias	309.370	309.598	187.329	276.695	383.864	410.769	5,9%
Costo de ventas	(73.407)	(81.086)	(84.314)	(92.089)	(100.304)	(52.794)	(6,4%)
Gastos de administración	(35.334)	(40.291)	(40.720)	(31.830)	(57.385)	(48.311)	6,5%
EBITDA	247.276	238.308	116.114	208.621	282.699	311.708	4,7%
Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora	117.359	100.075	12.248	46.556	66.445	282.507	19,2%
FFO plaza consolidado total ajustado por participación	172.220	165.844	79.265	164.931	218.935	249.968	7,7%
Margen EBITDA (% sobre ingresos)	80%	77%	62%	75%	74%	76%	
Margen FFO (% sobre ingresos)	56%	54%	42%	60%	57%	61%	
<i>Earnings per Share</i> (CLP)	59,9	51,1	6,2	23,8	33,9	144,1	19,2%
<i>FFO per Share</i> (CLP)	88,0	84,6	40,4	84,1	111,7	127,5	7,7%

Estados Financieros

Millones de CLP al 30 de Septiembre de 2023

Activos corrientes

Disminución de 32% en Activos Corrientes, equivalente a MMCLP -169.833, explicado por menor Efectivo y equivalentes al efectivo MMCLP -143.957 por pago de adquisición de participación en Nuevos Desarrollos S.A., pago de préstamos bancarios, menores Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes MMCLP -19.660 y menores Otros activos no financieros corrientes MMCLP -4.384 asociado a menor IVA crédito fiscal..

Activos no corrientes

Aumento de 8%, equivalente a MMCLP 308.003 explicado por mayores Propiedades de inversión MMCLP 288.067, por reconocimiento de efecto de valuación a valor razonable MMCLP 160.926 y plan de inversiones 2023, en MP Vespucio, MP Oeste, MP Tobalaba, MP Arica, MP Egaña, MP La Serena, MP Alameda, MP Cali y MP NQS, neto de efecto conversión, mayores inversiones contabilizadas por el método de la participación MMCLP 12.290 dado mayor resultado por reconocimiento de efecto valuación a valor razonable, sumado a Otros activos no financieros no corrientes MMCLP 6.864 por aumento en la linealización de ingresos mínimos de contratos de arriendo.

	Septiembre 2023	Diciembre 2022	Variación Sept23/Dic22
Activos corrientes	368.852	538.685	(32%)
Activos no corrientes	4.283.261	3.975.258	8%
Total Activos	4.652.113	4.513.943	3%
Pasivos corrientes	154.919	217.902	(29%)
Pasivos no corrientes	1.906.315	1.864.364	2%
Total Pasivos	2.061.234	2.082.266	(1%)
Patrimonio	2.590.879	2.431.677	7%
Patrimonio y Pasivos, Total	4.652.113	4.513.943	3%
Capital emitido	175.123	175.123	0%
Ganancias (pérdidas) acumuladas	2.324.014	2.056.797	13%
Primas de emisión	123.573	123.573	0%
Otras reservas	(58.085)	(92.194)	(37%)
Participaciones no controladoras	26.254	168.378	(84%)
Total Patrimonio	2.590.879	2.431.677	7%

Estados Financieros

Millones de CLP al 30 de Septiembre de 2023

Propiedades de Inversión

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

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

- Valorización mediante tasación efectuada por un tercero independiente, utilizada para terrenos y otros inmuebles no operativos de la Sociedad. La tasación es determinada por un tasador externo, independiente y calificado, y se realiza una vez al año.
- Valorización de acuerdo con el modelo de flujos descontados mediante tasa WACC. Esta valoración se realiza semestralmente para todas las propiedades de inversión en operación, y las variaciones de este valor (beneficio o pérdida) se registran en el estado de resultados bajo el rubro Otros Ingresos, por función.

El valor de las propiedades de inversión al 30 de septiembre de 2023 es MMCLP 4.091.235, representando un 88% del total de activos consolidados de Plaza S.A.

Pasivos Corrientes

Disminución de 29% equivalente a MMCLP -62.983, explicado por menores Otros pasivos financieros corrientes MMCLP -80.955 asociados a pago de préstamos bancarios de corto plazo compensado parcialmente con traspaso de deuda del no corriente al corriente, sumado a menores Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar MMCLP -11.980, compensado por aumento de cuentas por pagar a empresas relacionadas corrientes MMCLP 32.022 por traspaso al corto plazo de cuenta corriente mercantil.

Pasivos no Corrientes

El Aumento de 2%, equivalente a MMCLP 41.952, se explica por mayores pasivos por Impuestos Diferidos MMCLP 51.271 producto de reconocimiento de efecto revaluación sobre

propiedades de inversión, menores diferencias temporales de las mismas y pérdidas tributarias de arrastre, mayores otros pasivos financieros no corrientes MMCLP 22.062 por efecto conversión sobre obligaciones con el público compensado parcialmente con traspasos al corto plazo, neto de menores cuentas por pagar a empresas relacionadas MMCLP -32.714 por traspaso al corto plazo de cuenta corriente mercantil.

Patrimonio

El Patrimonio aumenta en MMCLP 159.202 (7%) principalmente por mayores Ganancias acumuladas MMCLP 267.217 generadas en 2023 sumado a mayores Otras reservas MMCLP 34.109 asociadas a ajuste de conversión de moneda extranjera y efecto revaluación de propiedades de inversión, compensado con menores participaciones no controladoras MMCLP -142.124, principalmente por compra de participación minoritaria Nuevos Desarrollos S.A.



Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia

Estado de Flujo Efectivo

Millones de CLP al 30 de Septiembre de 2023

	Por los nueve meses terminados al 30 de Septiembre de		
	2023	2022	Var Jun23-Jun22
De la Operación	196.145	191.440	2%
De Inversión	(51.475)	(60.301)	(15%)
De Financiamiento	(295.554)	(53.220)	(655%)



Mallplaza Norte, Chile

De la Operación:

- Las actividades de la operación generaron un flujo positivo de MMCLP 196.145, mayor en un 2% (variación de MMCLP 4.705) al obtenido a septiembre 2022, esto se explica por mayores Cobros procedentes de la venta de bienes y prestación de servicios MMCLP 43.136, compensado por mayores desembolsos a proveedores por el suministro de bienes y servicios MMCLP -19.666, mayor pago por impuestos a las ganancias MMCLP -13.218 y mayores pagos por cuenta de los empleados MMCLP -5.202.

De Inversión:

- Las actividades de inversión durante 2023 han generado un flujo negativo de MMCLP -51.475 menor en un 15% (variación de MMCLP 8.826) comparado con septiembre 2022, que se explica principalmente por mayores intereses recibidos MMCLP 7.615 y menores egresos asociados a activos clasificados como propiedades de inversión MMCLP 1.114.

De Financiamiento:

- Las actividades de financiamiento originaron un flujo negativo de MMCLP -295.554, lo que representa una variación de MMCLP -348.774 respecto al año anterior. Dicha variación, se explica principalmente por el pago de la adquisición de participación no controladora de Nuevos Desarrollos S.A. MMCLP -164.498, sumado a menores importes recibidos por obligaciones al público, dada la emisión de bonos serie Z, AA y AC realizada el año anterior MMCLP -238.007, mayor pago de préstamos MMCLP -38.437 y mayores intereses pagados MMCLP -9.294, compensado por menores préstamos netos otorgados a empresas relacionadas MMCLP 84.134 y menores dividendos pagados MMCLP 17.955.

Principales Ratios Financieros

	Sept-23	Dic-22	Var Sept23-Dic22
Razón de Liquidez	2,38	2,47	(0,09)
Razón Ácida	1,02	1,38	(0,36)
Razón de Endeudamiento	0,80	0,86	(0,06)
Deuda Financiera Neta ⁽¹⁾ / Patrimonio	0,42	0,40	0,02
Deuda Financiera Neta ⁽¹⁾ / EBITDA ⁽²⁾	3,47	3,42	0,05
EBITDA / Gastos Financieros ⁽³⁾	5,23	5,51	(0,29)
EBITDA / Ingresos Netos ⁽⁴⁾	77,1%	76,2%	0,8%
Pasivo Corriente / Pasivo Total	7,5%	10,5%	(3,0%)
Activos / Deuda Fin. No cte.+ Pas. Corrientes	3,46	3,26	0,20
Activos Libres ⁽⁵⁾ / Deuda Financiera Neta ⁽¹⁾	3,79	3,94	(0,15)
Rentabilidad del Patrimonio ⁽⁶⁾	12,0%	7,3%	4,8%
Rentabilidad del Activo ⁽⁷⁾	6,5%	4,0%	2,5%
Rendimiento Activos Operacionales ⁽⁸⁾	10,6%	8,8%	1,7%
Utilidad por Acción ⁽⁹⁾	\$ 153,93	\$ 89,72	\$ 64,21

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



Glosario

Financiero

3Q: Tercer Trimestre

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

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

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

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

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

UDM: Últimos doce meses.

Margen EBITDA: EBITDA / Ingresos Ordinarios

Margen Neto: Utilidad Neta / Ingresos Operacionales

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

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

MMCLP: Millones de pesos chilenos

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

PP: Puntos Porcentuales

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

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

Del negocio

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

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

GLA: Gross Leasable Area: área bruta arrendable.

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

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

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

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

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

NPS: Herramienta que propone medir la lealtad de los clientes de una empresa basándose en las recomendaciones.

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

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

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

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

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

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

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

3Q23 Earnings Conference Call

Fecha: 15 de Noviembre 2023

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

Webcast Link:

<https://edge.media-server.com/mmc/p/9faidz6a>

Dial – in Register Link:

<https://register.vevent.com/register/BI02cc6764a3aa48459da8d305dacb8c14>

Participantes:

Fernando de Peña Iver - CEO

Derek Schwietzer Tang – CFO



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



RESULTADOS FINANCIEROS PLAZA S.A.

Tercer Trimestre 2023

