

25 de mayo de 2012

Señor
Fernando Coloma Correa
Superintendente
Superintendencia de Valores y Seguros
Presente



2012050070199

28/05/2012 - 12:37

Operador: OJORQUER

Nro. Inscrip:1028v - División Control Financiero



SUPERINTENDENCIA
VALORES Y SEGUROS

Ref.: Envía de Presentación Informativa que indica de Plaza S.A.

De nuestra consideración:

En virtud de lo dispuesto en la Ley N° 18.045 y en la Norma de Carácter General N° 30 y Norma de Carácter General N° 242 de la Superintendencia de Valores y Seguros, vengo en acompañar la presentación informativa destinada a difundir la emisión y colocación de los bonos de las Series I, J y K emitidos con cargo a las Líneas de Bonos inscritas en esa Superintendencia bajo los números de registro 669 y 670, con fecha 30 de mayo de 2011.

Desde ya quedamos a su disposición para aclarar o complementar cualquier información que Ud. estime necesaria.

Sin otro particular, lo saludan muy atentamente,



Sergio Merino M.
Gerente Finanzas Corporativas
IM Trust



Plaza S.A.

Emisión de Bonos

Series I, J y K

UF 4.000.000

Mayo 2012

MALLPLAZA

Hay vida en tu plaza

IMTrust



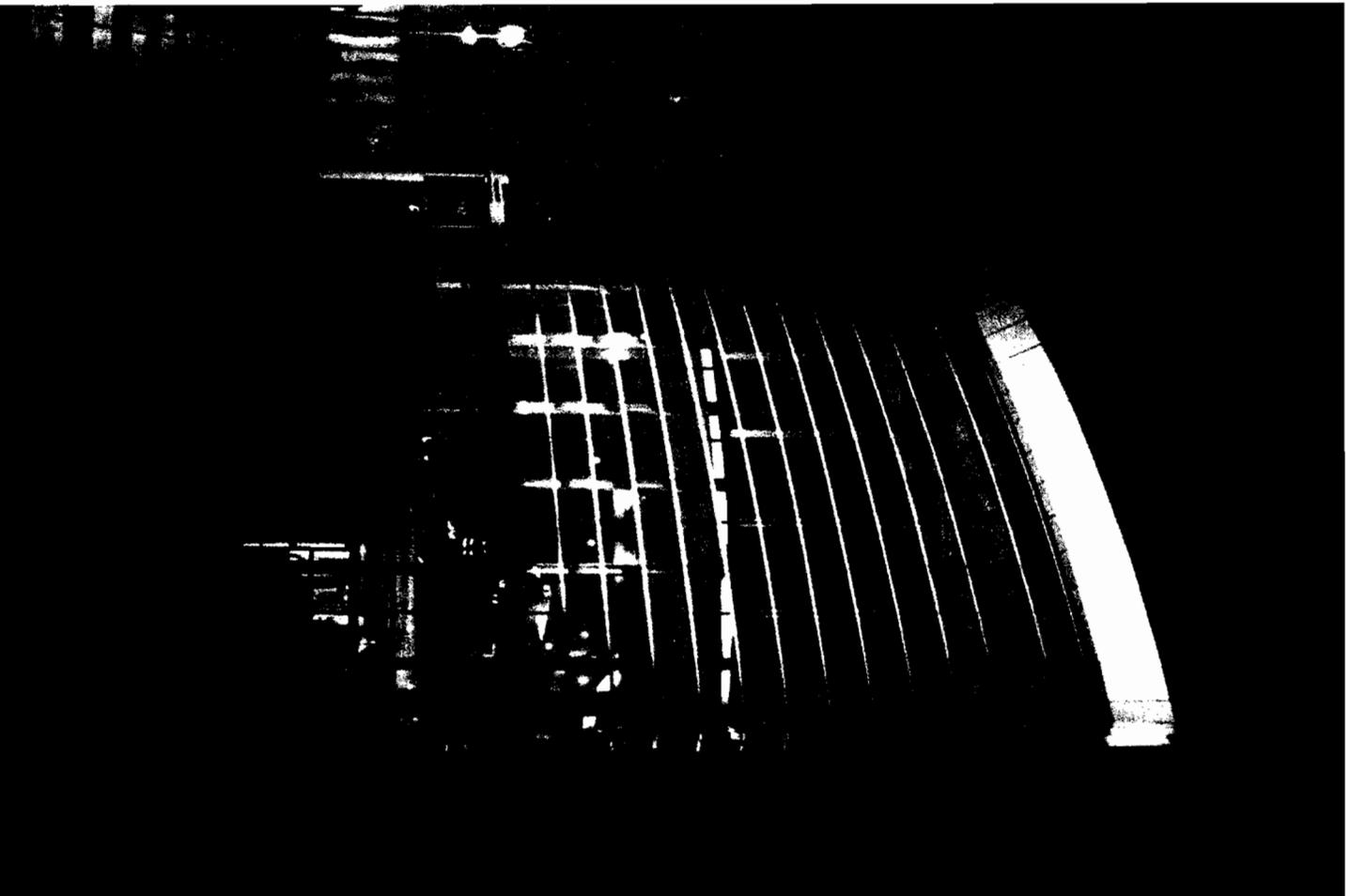
Somos todos

Agenda

1. Plaza S.A.
2. Antecedentes financieros
3. Características de la emisión
4. Consideraciones de inversión

Expone:

Pablo Cortés de Solminihac
Gerente Corporativo de Administración y Finanzas



Mall Plaza – Principales cifras (marzo 2012)

MALLPLAZA

- Cadena de Centros Comerciales con **1.077.000** m² arrendables.
- **11** Centros comerciales en Chile con **893.000** m² arrendables.
- **3** Centros Comerciales en Perú con **184.000** m² arrendables.
- **240 millones** de visitas en los últimos 12 meses (UDM) para ambas operaciones.
- Ingreso a Colombia, primer *mall* en construcción (**26.000** m² arrendables cuya apertura se espera para el cuarto trimestre de este año).

Chile

- US\$ **4.204 millones** en ventas de los operadores (UDM).
- US\$ **311 millones** de Ingresos, neto de recuperó del gasto común (UDM).
- US\$ **265 millones** de EBITDA con margen de 85% (UDM).
- US\$ **144 millones** de utilidad (UDM).

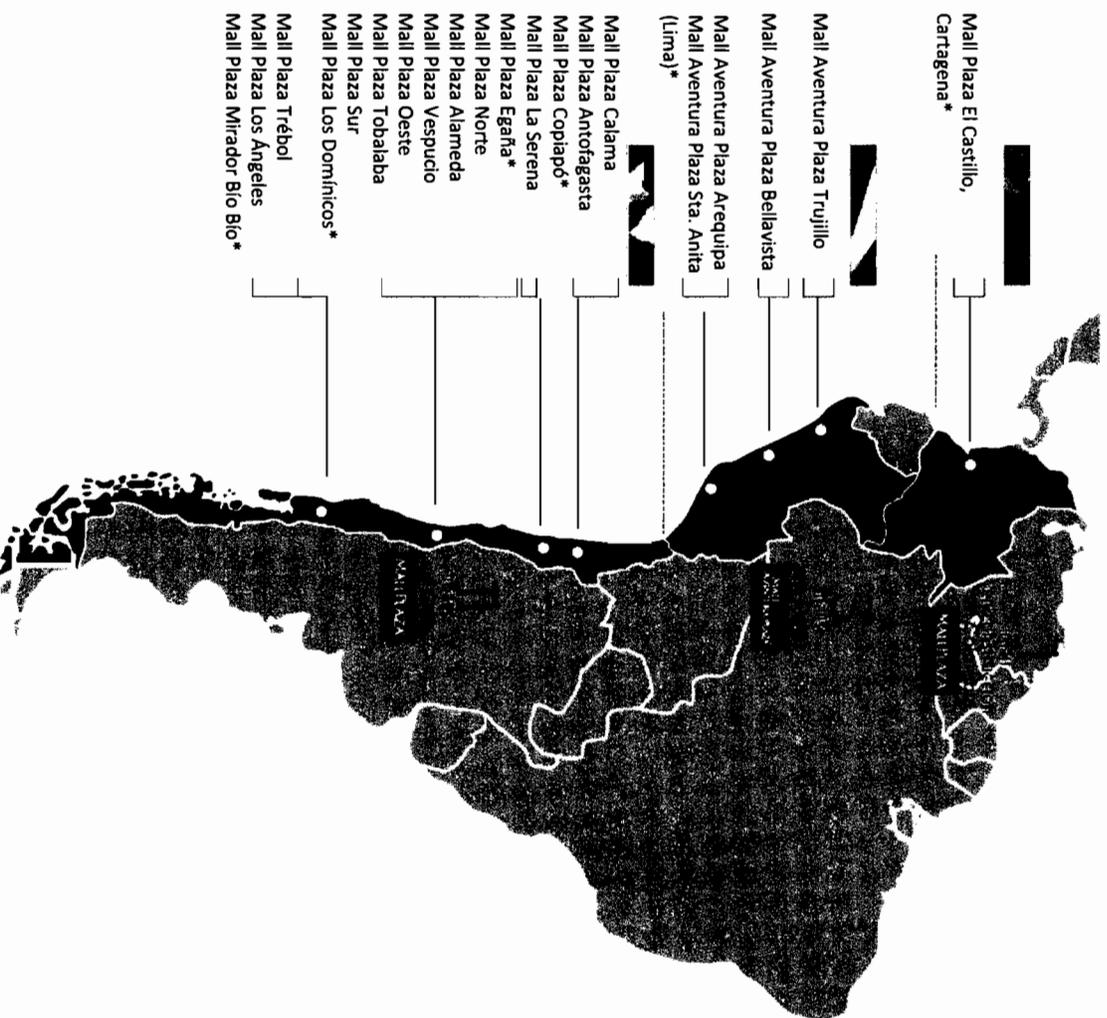


Nota: Millones de dólares al tipo de cambio de cierre de marzo 2012

Plaza S.A. – Holding de Mall Plaza

MAILPLAZA

- Plaza S.A. es el holding de todas las sociedades propietarias de 11 centros comerciales en Chile bajo la marca Mall Plaza.
- A través de la sociedad Aventura Plaza se encuentra presente en Perú desde el año 2007 y actualmente opera 3 centros comerciales en las ciudades de Lima, Trujillo, y Arequipa.
- Sus centros comerciales están ubicados estratégicamente en las principales ciudades y zonas de alto crecimiento para atender de mejor manera las necesidades de sus mercados objetivos:
 - Gran accesibilidad
 - Fuerte demanda de consumo
 - Alta concentración demográfica
- Plaza S.A. posee una estructura de gestión corporativa desde el año 1998, que le permite:
 - Maximizar su *know how*
 - Obtener economías de escala en su administración
 - Lograr grandes sinergias operativas, financieras y comerciales

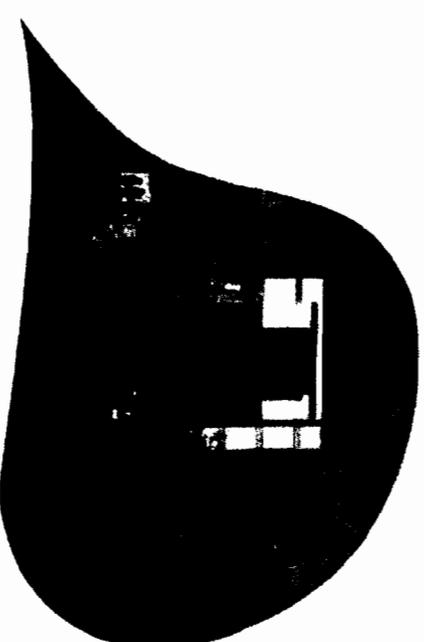


* Actualmente en construcción

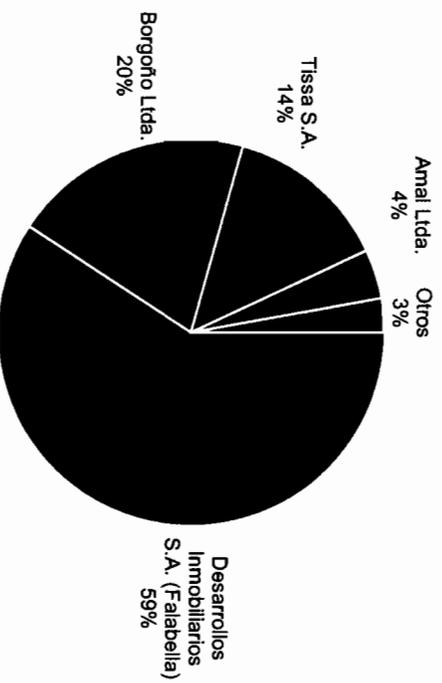
Sólido grupo controlador – Falabella

MALL PLAZA

- Los accionistas de Plaza S.A. participan de su propiedad desde su inicio en el año 1990.
- S.A.C.I. Falabella, uno de los mayores *retailers* de América Latina, mantiene el control de Plaza S.A. con un 59% de participación.
- El Directorio de Plaza S.A. se encuentra conformado por miembros con vasta experiencia en el sector *retail*.



Estructura Propiedad Plaza S.A.



Directorio

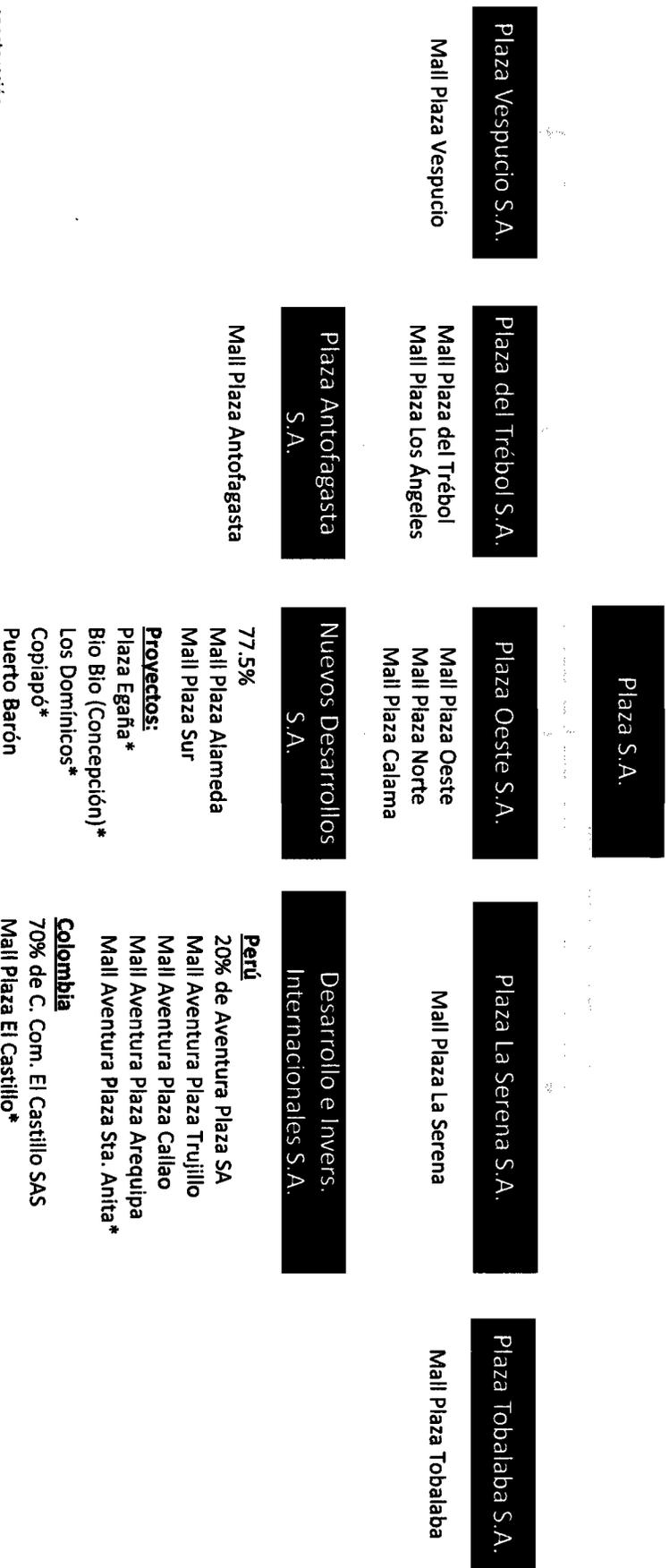
Presidente	Sergio Cardone Solari
Director	Juan Cuneo Solari
Director	Carlo Solari Donaggio
Director	José Pablo Arellano Marín
Director	Cristián Lewin Gomez
Director	Thomas Fürst Freiwirth
Director	Paul Fürst Gwinner
Director	Thomas Müller Benoit
Director	Pedro Donoso Pinto

Estructura societaria – Operaciones

MALL PLAZA



- Plaza S.A. es propietaria del 100% de 9 centros comerciales en Chile a través de sus filiales operativas.
- La filial **Nuevos Desarrollos S.A.**, donde Plaza S.A tiene el 77,5% y Ripley el 22,5% restante, es propietaria de los centros comerciales **Mall Plaza Alameda** y **Mall Plaza Sur**.
- Los nuevos **Mall Plaza Egaña**, **Mall Plaza Mirador Bío Bío**, **Mall Plaza Copiapó** y **Mall Plaza Los Dominicos**, todos actualmente en construcción, serán parte de Nuevos Desarrollos S.A.
- En Perú, **Mall Plaza** administra los centros comerciales de **Aventura Plaza S.A.**, y a través de la filial **Desarrollo e Inversiones Internacionales S.A.**, tiene un 20% de la propiedad de **Aventura Plaza S.A.** Sus otros accionistas son **Falabella (40%)** y **Ripley (40%)**.



* En construcción

Exitoso y probado modelo de negocios

MAILPLAZA

Oferta Integral

- Múltiples motivos de visita

Espacios públicos de clase mundial

- Socialización e interacción de las personas

Arquitectura para las personas

- Modernidad y amplitud

Conocimiento de la clase media

- Anticiparse a sus necesidades

Operadores de primer nivel

- Los mejores de cada rubro

Alta eficiencia y sinergias

- Estructura corporativa consolidada
- *Know how* y economías de escalas

Diversificación y alta estabilidad en flujo de caja

- Contratos de largo plazo
- Alto porcentaje de ingresos fijos
- Más de 2.200 locales en 11 malls
- Minimizar riesgo de ciclos económicos

ALTA DIVERSIFICACIÓN

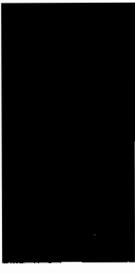
MARCA ÚNICA

Oferta
integral

GENERACIÓN DE CAJA ESTABLE

AMPLIA COBERTURA GEOGRÁFICA

Historia – Principales hitos

1990	1995	2000	2005	2011
<ul style="list-style-type: none"> • 1er centro comercial orientado al segmento socioeconómico medio de Chile. • 1er <i>food court</i> y <i>boulevard</i> de servicios en Chile. • 1os en integrar multi cines y salas de juegos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inauguración del 1er <i>mall</i> exitoso en regiones. • Centro médico, hoy 1era maternidad, ubicado dentro de un centro comercial. • Unificación de la marca Mall Plaza. 	<ul style="list-style-type: none"> • 1er canal de distribución automatiz en un <i>mall</i> (Autoplaza). • 1er centro de entretenición y cultura, incluye sala de teatro, Biblioteca Viva, sala de arte. • Incorporación de centros de educación superior. • Apertura centros gastronómico y de entretenición <i>Las Terrazas</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Inauguración de su 1er <i>mall</i> en Perú. • Apertura de Aires, sector de moda, diseño y vanguardia orientado a la mujer (Mall Plaza Trébol). • 1er <i>mall vertical</i> en Chile (Mall Plaza Alameda). • Recuperación para uso público de 10hás. de borde costero (Mall Plaza Antofagasta). • Adquisición de Mall Plaza Calama, el principal centro comercial de la zona minera. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ingreso a Colombia, inicio de construcción de Mall Plaza El Castillo, en Cartagena de Indias. • Inicio de obras de Mall Plaza Mirador Bío Bío en la ciudad de Concepción. • Inicio de obras de Mall Plaza Egaña, primer mall ecológico (Leed). • Inicio de obras de Aventura Plaza Santa Anita, Lima – Peru.
<p>Vespucio (1990)</p> 	<p>Tobalaba (1998)</p> 	<p>Los Ángeles (2003)</p> 	<p>Alameda (2008)</p> 	<p>Perú-Trujillo (2007)</p> 
<p>Oeste (1994)</p> 	<p>La Serena (1998)</p> 	<p>Norte (2003)</p> 	<p>Sur (2008)</p> 	<p>Perú-Bellavista (2008)</p> 
			<p>Calama (2009)</p> 	<p>Perú-Arequipa (2009)</p> 

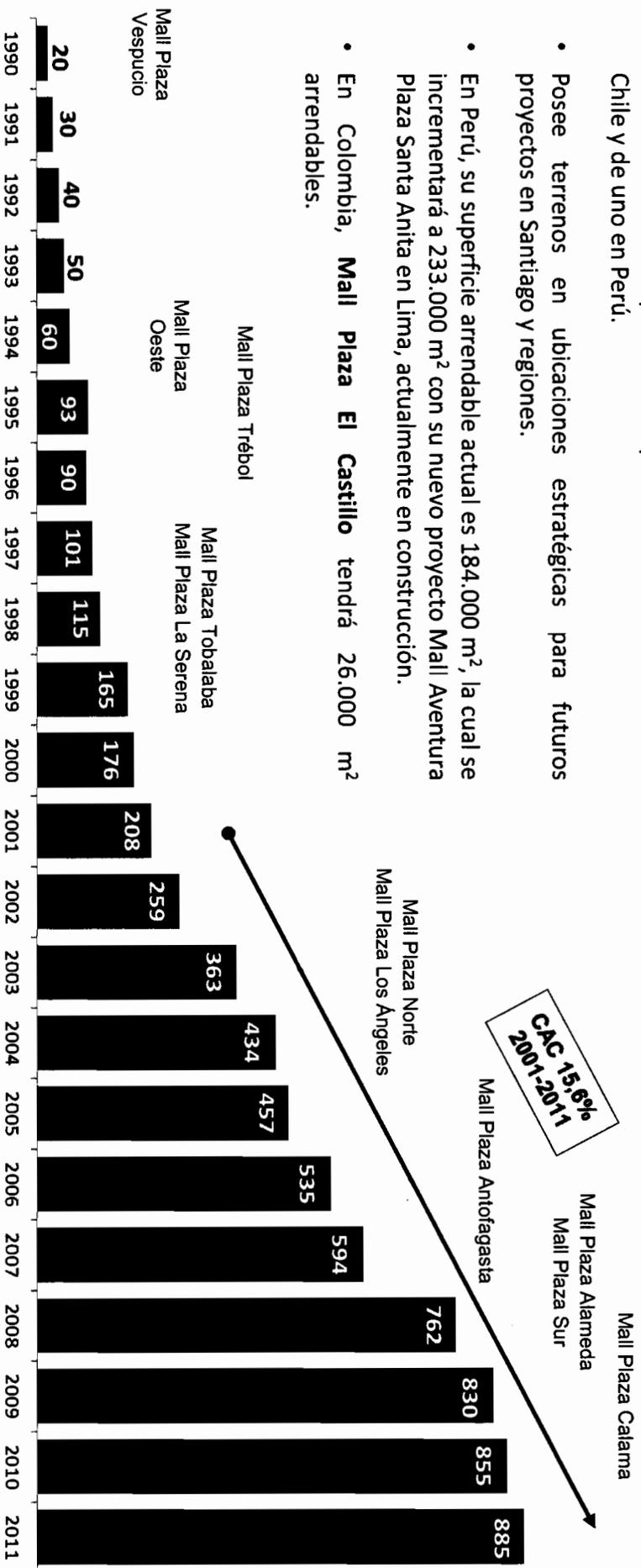
Crecimiento permanente – 21 años

- Probada capacidad de crecimiento. En Chile, Mall Plaza ha aumentado su superficie arrendable en 16% anual compuesto en los últimos 10 años, llegando a marzo de 2012 a 893.000 m² arrendables (GLA).

- Actualmente avanza en la construcción de cuatro nuevos centros comerciales en Chile (**Mall Plaza Egaña** y **Mall Plaza Los Dominicos** en Santiago, **Mall Plaza Mirador Bío Bío** en Concepción y **Mall Plaza Copiapó**), un cuarto *mall* en Perú (**Mall Aventura Plaza Santa Anita**, Lima) y la construcción del primer *mall* en Colombia (**Mall Plaza El Castillo**). Adicionalmente se están realizando ampliaciones importantes de cuatro *malls* en Chile y de uno en Perú.

- Posee terrenos en ubicaciones estratégicas para futuros proyectos en Santiago y regiones.
- En Perú, su superficie arrendable actual es 184.000 m², la cual se incrementará a 233.000 m² con su nuevo proyecto Mall Aventura Plaza Santa Anita en Lima, actualmente en construcción.
- En Colombia, **Mall Plaza El Castillo** tendrá 26.000 m² arrendables.

Evolución superficie arrendable (GLA) en Chile en miles de m²

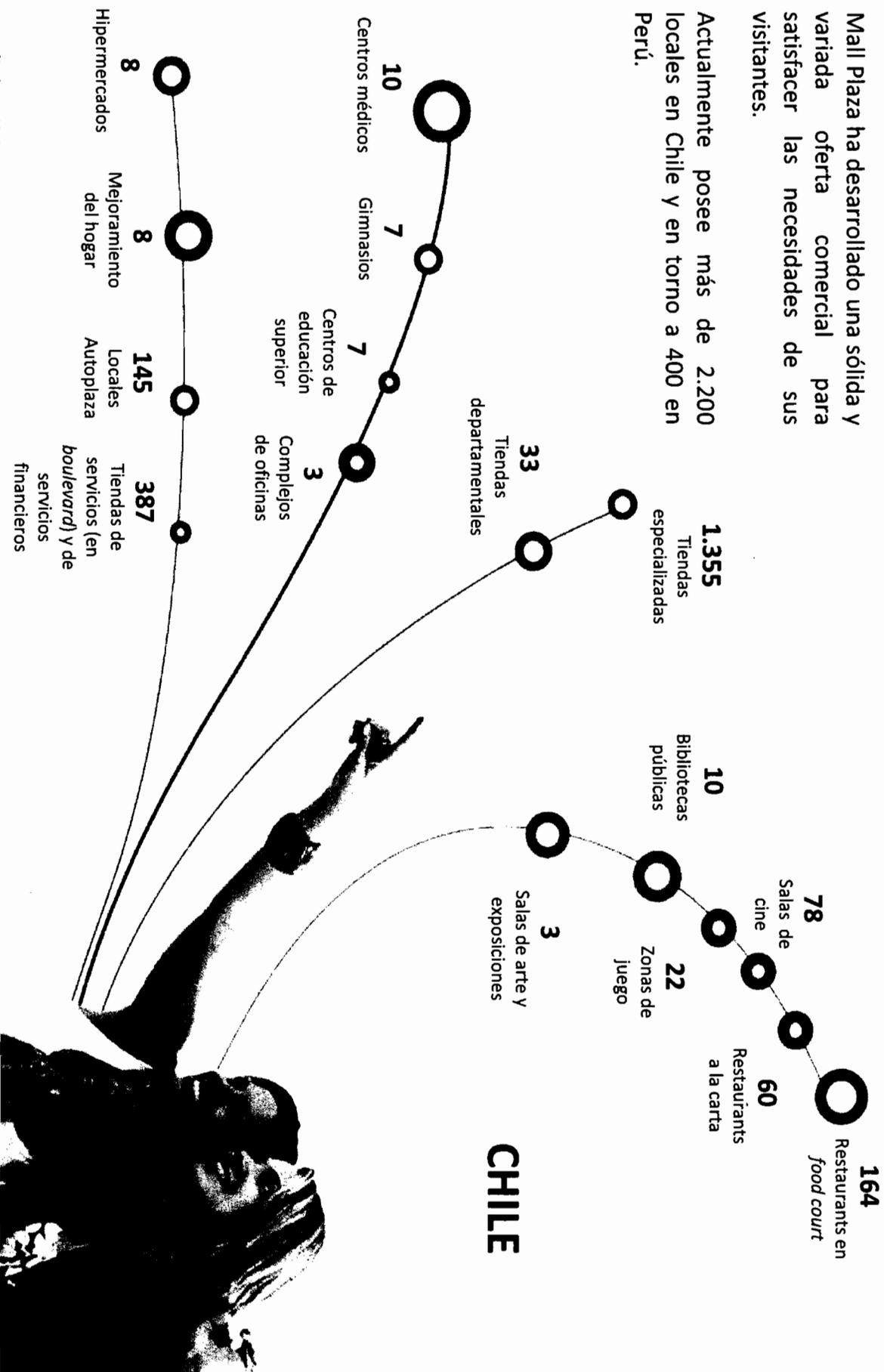


Oferta comercial – Diversificación

MALL PLAZA

- Mall Plaza ha desarrollado una sólida y variada oferta comercial para satisfacer las necesidades de sus visitantes.

- Actualmente posee más de 2.200 locales en Chile y en torno a 400 en Perú.



Fuente: Mall Plaza Chile - marzo 2012

CHILE

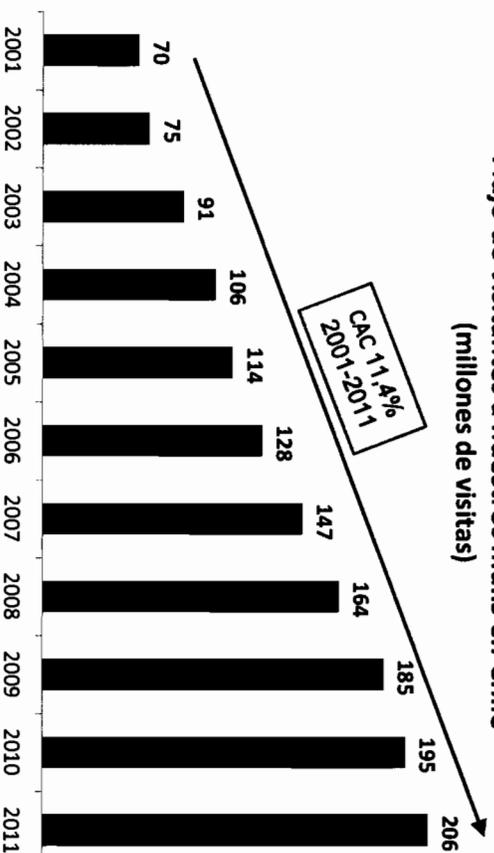


Centros comerciales – Alto atractivo

MALL PLAZA

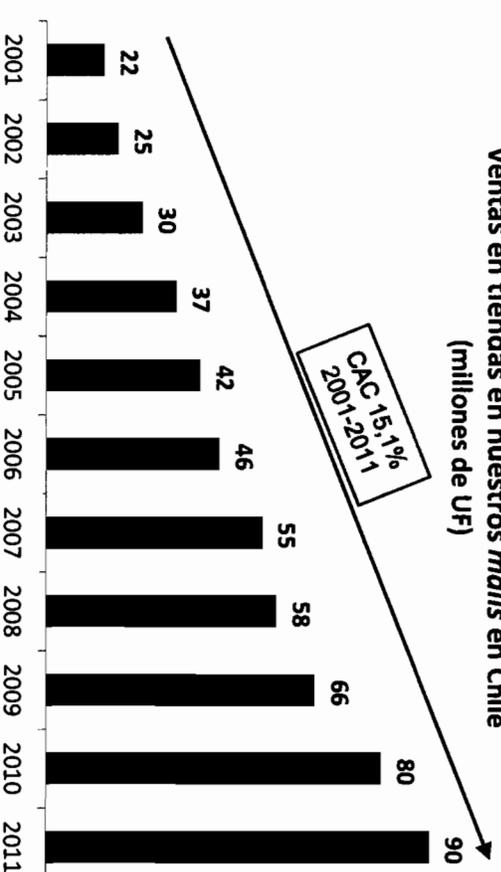
- **US\$ 4.204 millones** totalizaron las ventas de los operadores locales en los últimos 12 meses.
- **96%** de la superficie arrendable está arrendada en forma permanente.
- **12,6%** crecieron las ventas de sus operadores chilenos en términos reales el año 2011.
- **5,5%** aumentó flujo de visitas en Mall Plaza Chile durante 2011.
- Evolución desde centro comercial a centro urbano. Mediante la diversificación de los servicios ofrecidos ha permitido a operadores capitalizar el potencial de los centros comerciales Mall Plaza.
- Centros comerciales de Mall Plaza se transforman en el principal polo comercial en sus zonas de influencia, generando un cambio de hábito del lugar de compra de los consumidores.

Flujo de visitantes a nuestros malls en Chile
(millones de visitas)



Fuente: Plaza S.A.

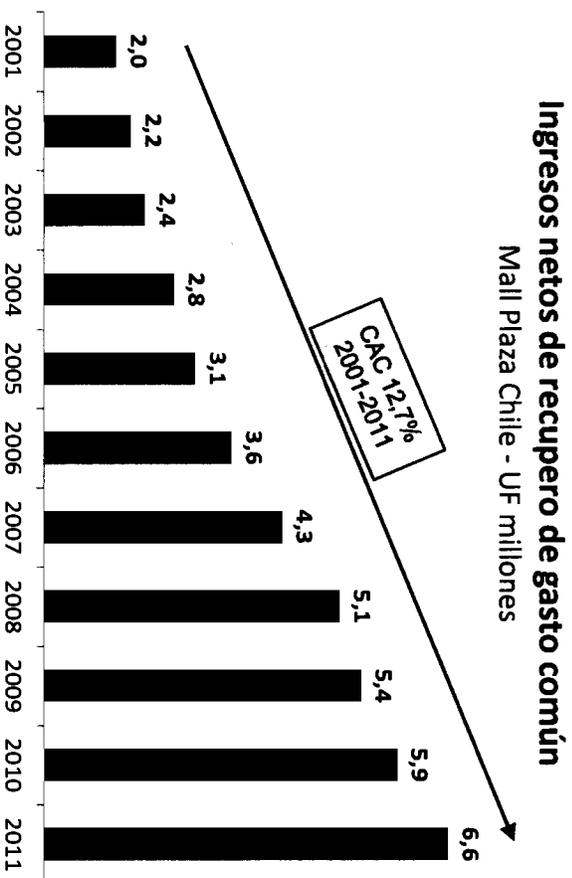
Ventas en tiendas en nuestros malls en Chile
(millones de UF)



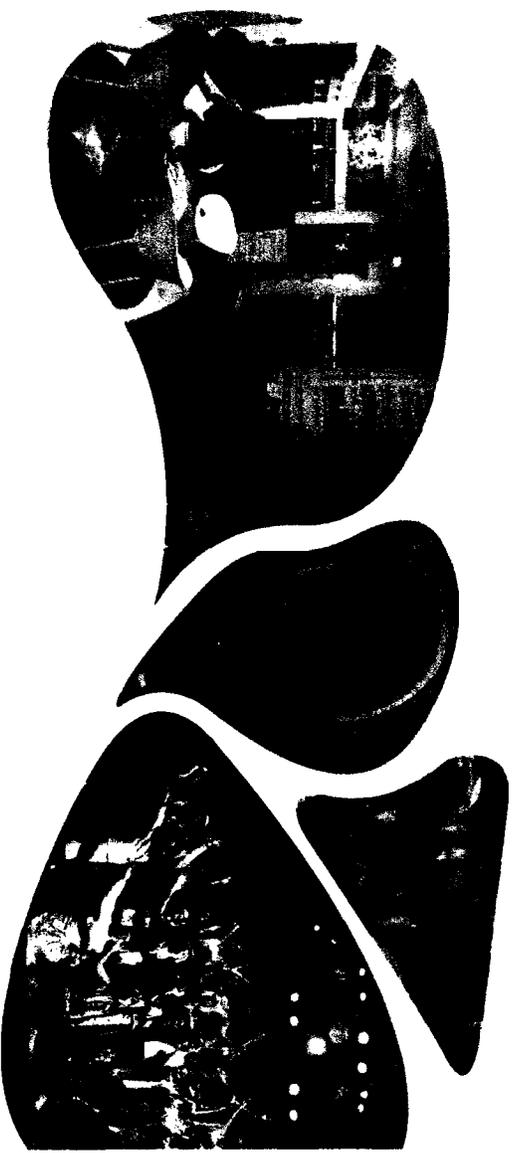
Fuente: Plaza S.A.

Ingresos – Crecimiento sostenido

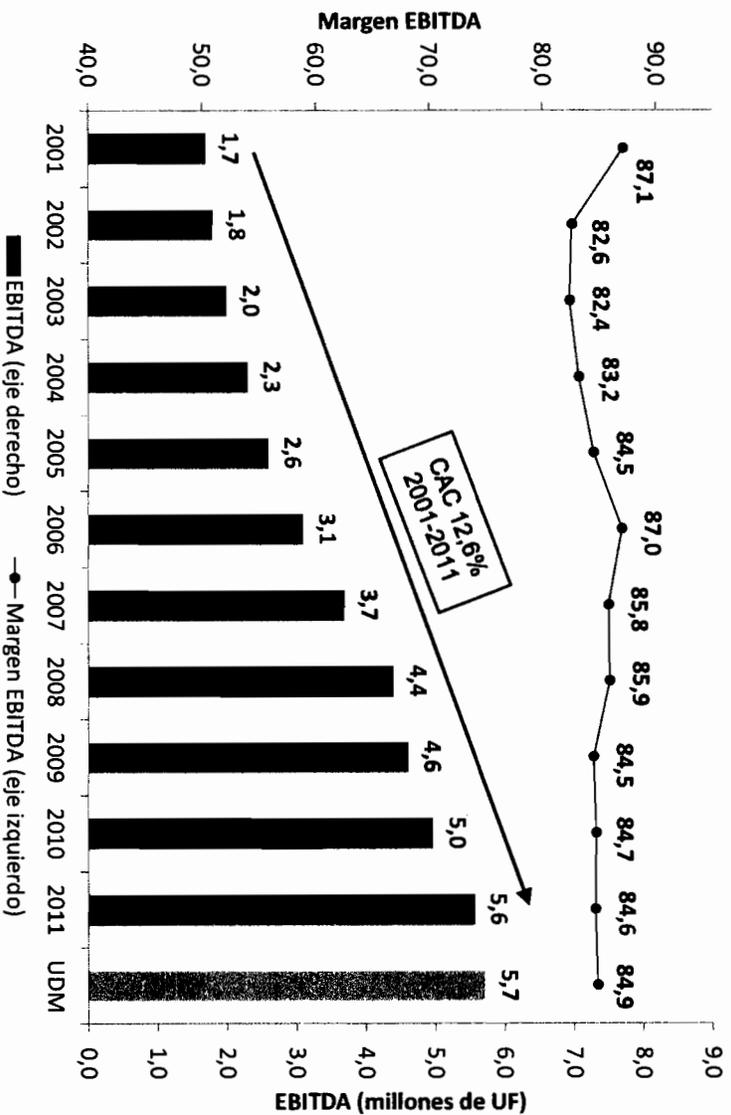
- **12%** real crecieron los ingresos netos de Plaza S.A. en Chile el año 2011.
- **93%** representan los **arriendos fijos en UF** con respecto al total de ingresos para el período enero-marzo 2012, cifra similar a la observada durante todo el año 2011.
- Sus ingresos están indexados a la **inflación (tarifas en UF)**.
- Su política comercial permite que los ingresos de Plaza S.A. tengan baja exposición al impacto de los ciclos económicos.



Fuente: Plaza S.A. Ingresos Netos incluye todos los ingresos asociados a arriendos (locales, espacios publicitarios, otros) y se excluyen los ingresos por gastos comunes



EBITDA – Crecimiento y Eficiencia



- Mall Plaza ha mantenido un margen promedio de eficiencia operacional (EBITDA/Ingresos*) **84,8%** desde el año 2001 a la fecha.

- EBITDA creciente en el tiempo. En últimos 10 años, su tasa de crecimiento real anual ha sido de **12,6%**.
- El EBITDA 2011 creció en un **12,0%**. Real respecto al año anterior, manteniendo su eficiencia operacional (EBITDA/Ingresos*) en torno al **85%**.



* Ingresos sin incluir recupero de gasto común

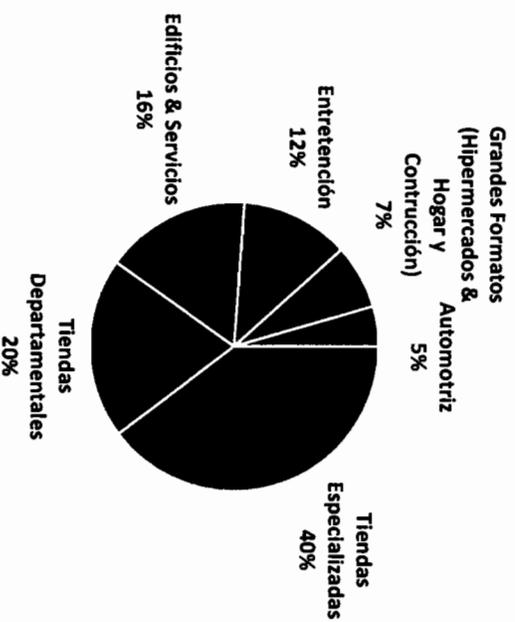
Ingresos – Diversificación de fuentes



- 40% de sus ingresos a la fecha provinieron de las tiendas especializadas, con alta atomización, siendo unos **1.300** operadores en sus **11 malls**.
- Las tiendas departamentales representan a la fecha solo un **20%** de los ingresos y cada uno de los grupos de negocio restantes concentra bajo **16%** de los ingresos.
- Su superficie arrendada muestra una baja concentración por tipo de negocio.

Ingresos consolidados por tipo de negocio

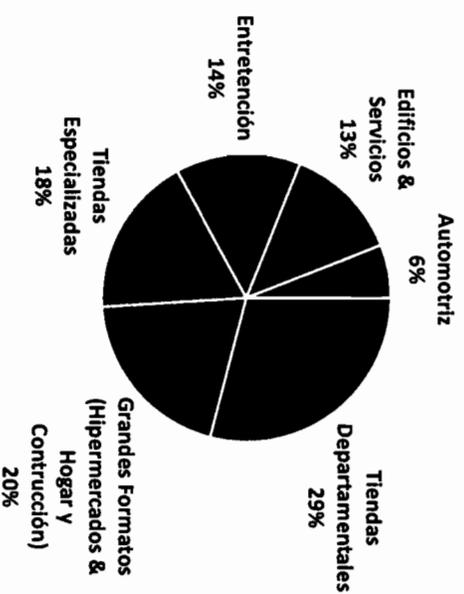
(1Q12 - Mall Plaza Chile)



Fuente: Plaza S.A. al 31 de marzo 2012
No incluye espacios publicitarios

Superficie arrendable por tipo de negocio

(Mall Plaza Chile)



Fuente: Plaza S.A. al 31 de marzo 2012
No incluye espacios publicitarios

Estrategia comercial – Ingresos

Su estrategia comercial le permite generar flujos de caja estables y de largo plazo, junto con cubrirse de los riesgos inflacionarios y mantener una variada oferta de servicios y mix de tiendas. Para el año 2011, las diferentes composiciones fueron:

Tiendas	Características del Producto	Contrato	Ingresos Fijos
Tiendas departamentales	Genera flujo de público y mejora la oferta de valor	Contratos de largo plazo (30 años)	86%
Tiendas especializadas	Permite ir renovando el mix de tiendas y maximizar el ingreso promedio en UF/m ²	5 años promedio	90%
Tiendas de entretención	Corresponden a <i>food court</i> , salas de juegos, restaurantes, etc. Rubro con alta atracción para flujo de visitas	Contratos de mediano plazo, con duración promedio de 9 años (comidas) y 15 años (entretención)	87%
Automotriz – Autoplaza	Centros de venta de automóviles nuevos multimarca. Posicionado como unos de los principales canales de distribución automotriz del país	4 años promedio	97%
Grandes formatos	Corresponden a supermercados y a tiendas para mejoramiento del hogar	Contratos a 15 años (renovables)	97%
Edificios de servicios	Corresponde a centros de salud, educación y oficinas	15 años promedio llegando hasta 20 años	99%

El plazo promedio de los contratos de arriendo vigentes, ponderado por sus ingresos, es 8 años

Estrategia comercial – Proyectos

CONSOLIDAR NUESTRO MODELO EN AMERICA LATINA

Los próximos pasos de Mall Plaza son seguir consolidando su modelo de negocios en Latinoamérica, con una sólida cartera de proyectos en nuestro principal mercado, Chile, y también en los mercados de Perú y Colombia.

PROYECTOS EN CONSTRUCCION

Mall Plaza Egaña Primer centro comercial ecológicamente sustentable de la cadena. Con una inversión de US\$ 175 millones, tendrá cerca de 80 mil m² arrendables, se espera su apertura para el primer trimestre 2013.



Mall Plaza Mirador Bío Bío: Con inversión de US\$ 80 millones y ubicado en la ciudad de Concepción, busca satisfacer las necesidades de las zonas de San Pedro de la Paz y Chiguayante, contará con 30 mil m² arrendables. Se espera su apertura para el tercer trimestre de 2012.



Mall Plaza El Castillo (Cartagena de Indias, Colombia): La filial Mall Plaza Colombia S.A.S comenzó a construir el primer centro comercial de la cadena en Colombia, en el principal destino turístico de ese país. El proyecto tendrá 26 mil m² arrendables y se espera su apertura para el primer semestre 2012.



Mall Aventura Plaza Santa Anita (Lima, Perú): En Perú, junto a sus socios Open Plaza S.A. (Grupo Falabella) e Inversiones Padebest Perú S.A. (Ripley), la compañía participa en Aventura Plaza S.A., sociedad que comenzó la construcción del cuarto centro comercial de la cadena, en la zona de Santa Anita en Lima con lo que totalizará 233 mil m² arrendables en el vecino país.

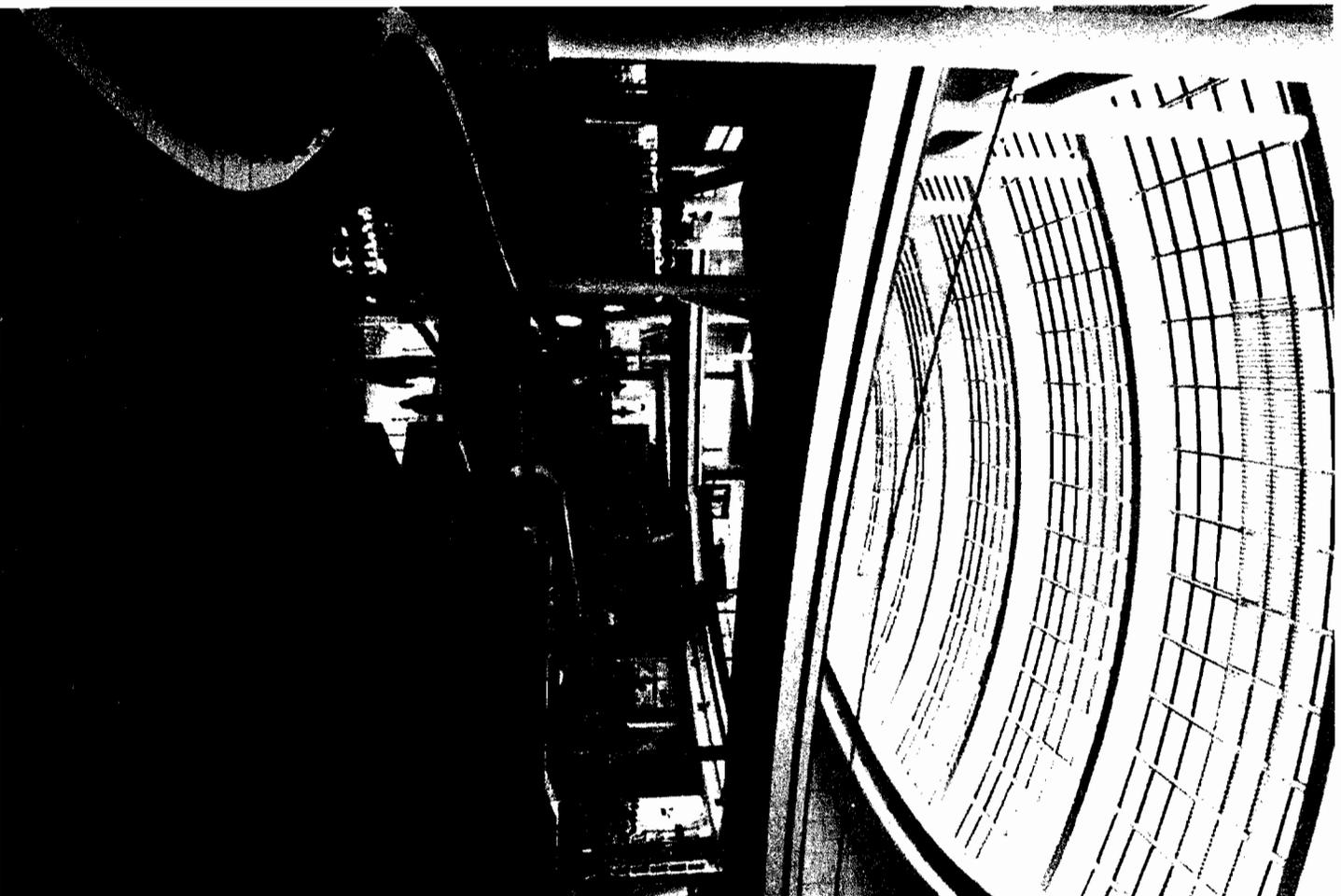


Mall Plaza Copiapó: Apertura estimada en primer semestre de 2013, con inversión de US\$ 66 millones y 37 mil m² arrendables.

Mall Plaza Los Dominicos: Apertura estimada en segundo semestre de 2014. Inversión de US\$ 218, con 87 mil m² arrendables.

Agenda

1. Plaza S.A.
2. Antecedentes financieros
3. Características de la emisión
4. Consideraciones de inversión



Estados financieros consolidados – Plaza S.A.

MAILPLAZA

Estado de situación financiera (MM\$)		mar-12	dic-11
Activos corrientes		99.698	61.437
Activos no corrientes		1.809.444	1.778.665
Total activos		1.909.142	1.840.102
Pasivos corrientes		54.082	54.153
Pasivos no corrientes		725.313	671.711
Total pasivos		779.395	725.863
Patrimonio atribuible a los controladores		1.077.167	1.062.276
Participación no controladora		52.580	51.962
Total patrimonio		1.129.747	1.114.238
Total pasivos y patrimonio		1.909.142	1.840.102

Estado de resultados (MM\$)			
	mar-12	mar-11	Δ (12-11)
Ingresos de actividades ordinarias	36.664	31.314	+ 17,1%
Costo de ventas	-5.791	-4.906	
Ganancia bruta	30.873	26.408	+ 16,9%
Gasto de administración	-4.246	-4.259	
Otros ingresos/gastos por función (neto)	-92	-76	
Costos financieros netos	-3.764	-3.469	
Participación en ganancias de asociadas	208	6	
Diferencias de cambio y reajuste	-4.160	-2.010	
Ganancia antes de impuesto	18.819	16.600	
Impuesto a las ganancias	-2.618	-2.245	
Ganancia	16.201	14.355	+ 12,9%
EBITDA	30.706	25.882	+ 18,6%

Nota: Estado de Resultados por los tres meses terminados al 31 de Marzo de 2012
 1.- últimos doce meses en peso, convertido a la UF del 31 de marzo de 2012

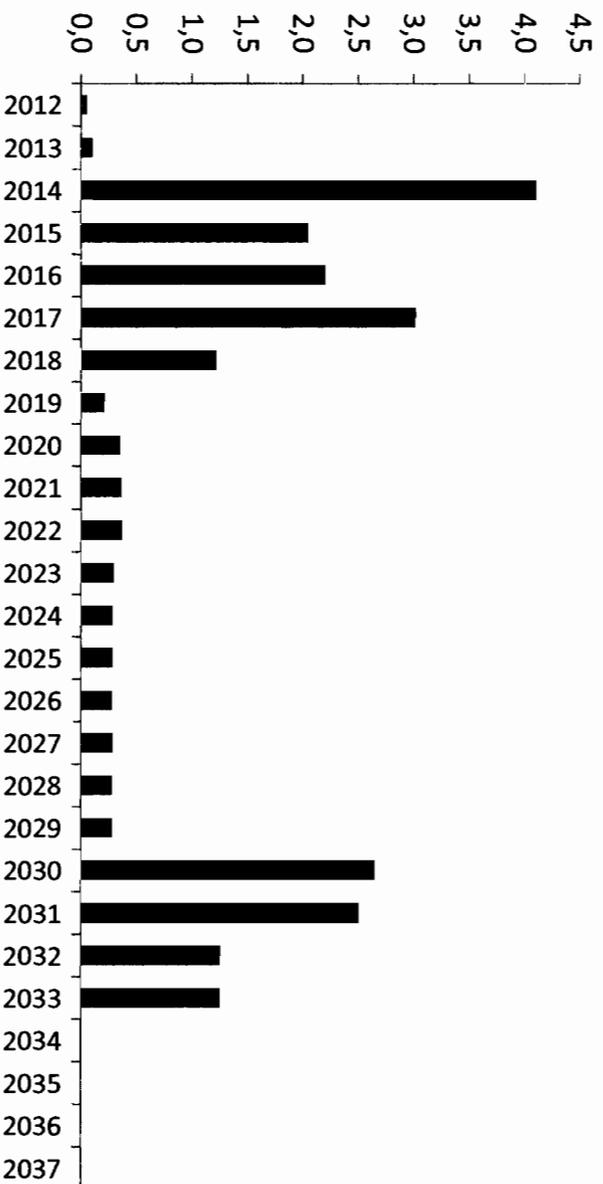
- Desde enero 2010, Plaza S.A. reporta bajo IFRS.
- **92,3%** son las propiedades de inversión con respecto al total de activos a marzo 2012.
- El criterio utilizado para las Propiedades de Inversión (malls) es de costo histórico, no revalorizándolas.
- **27,6%** es el total de pasivo financiero con respecto al total de activos.
- Generación de EBITDA fue **UF 5,6 millones** en 2011. A marzo 2012 es **UF 1,4 millones** y acumulado últimos doce meses¹, **UF 5,7 millones**.

- Clasificación de Riesgo de Plaza S.A.:
 - Fitch Ratings AA
 - Humphreys AA



Estructura deuda financiera – Amortizaciones

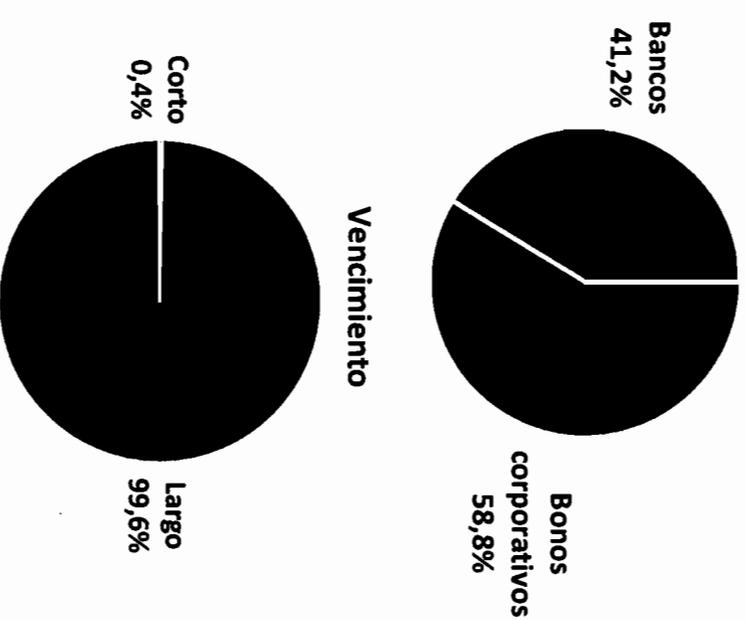
Calendario amortizaciones deuda financiera actual
(millones de UF)



Nota: Deuda consolidada Plaza S.A.

Deuda total : UF 23,5 millones
Duration : 8,6 años

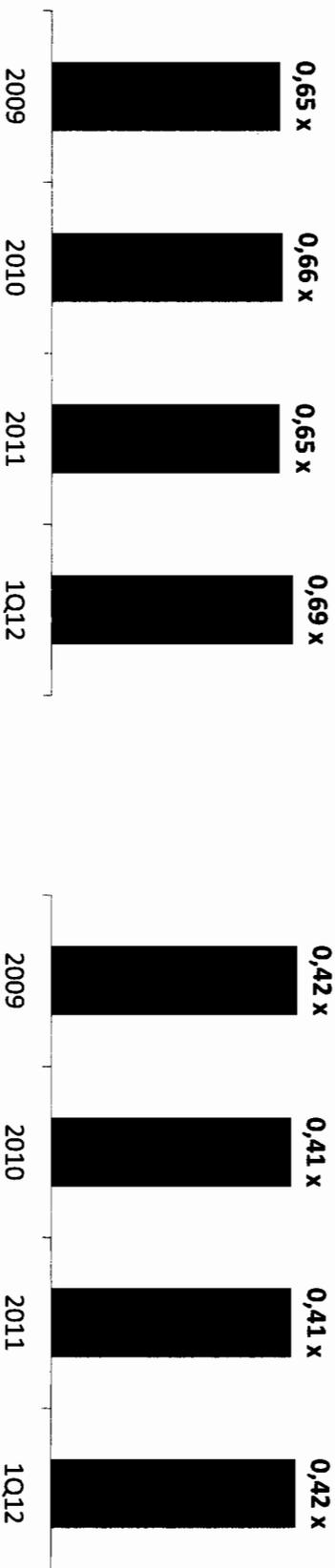
Fuente de Financiamiento



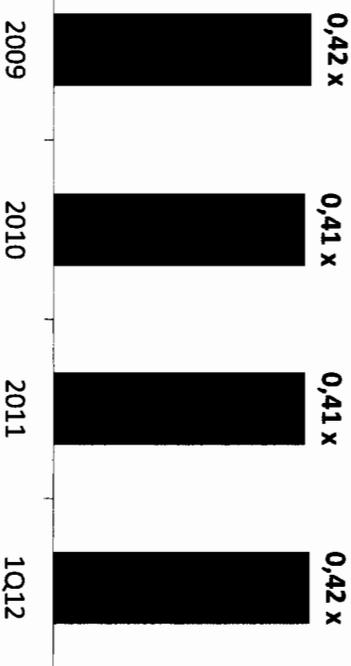
Ratios financieros de Plaza S.A. – Evolución

MALPLAZA

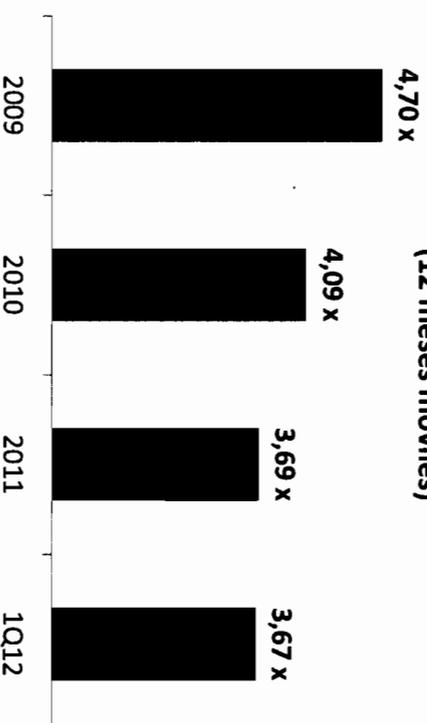
Nivel de Endeudamiento
(Pasivos / Patrimonio)



Endeudamiento Financiero Neto¹
(Deuda Finan Neta / Patrimonio)



Deuda Financiera Neta¹ / EBITDA
(12 meses móviles)



1.- Descartando efectivo y equivalente a efectivo

Agenda

1. Plaza S.A.
2. Antecedentes financieros
- 3. Características de la emisión**
4. Consideraciones de inversión



Termsheet – Principales cláusulas

MAPUPLAZA

Plaza S.A.			
Nombre Serie	Serie I	Serie J	Serie K
Monto serie	UF 2.000.000	UF 2.000.000	UF 3.500.000
Moneda	UF	UF	UF
Monto máximo a colocar	UF 4.000.000 en conjunto Series I, J y K		
Plazo serie	6 años	22 años	22 años
Vencimiento	30 de mayo de 2018	30 de mayo de 2034	30 de mayo de 2034
Amortizaciones	Tres: 30 de mayo de 2016, 2017 y 2018	30 de mayo de 2034	30 de mayo de 2034
Duration aprox.	4,64	15,04	15,04
Rescate Anticipado	A partir del 30 de mayo de 2014	A partir del 30 de mayo de 2016	A partir del 30 de mayo de 2016
Mecanismo rescate	<i>Make Whole Amount</i> / tasa referencia + 0,60%	<i>Make Whole Amount</i> / tasa referencia + 0,60%	<i>Make Whole Amount</i> / tasa referencia + 0,60%
Tasas de interés	3,50%	3,90%	3,90%
Inicio devengo de intereses	30 de mayo de 2012	30 de mayo de 2012	30 de mayo de 2012
Intereses	Semestrales		
Principales Resguardos	<ul style="list-style-type: none"> Nivel de endeudamiento menor o igual a deuda máxima. Activos esenciales de al menos 500.000 m² arrendables en Chile. <i>Cross default, Cross Acceleration, Negative Pledge.</i> 		

Calendario – Fechas relevantes

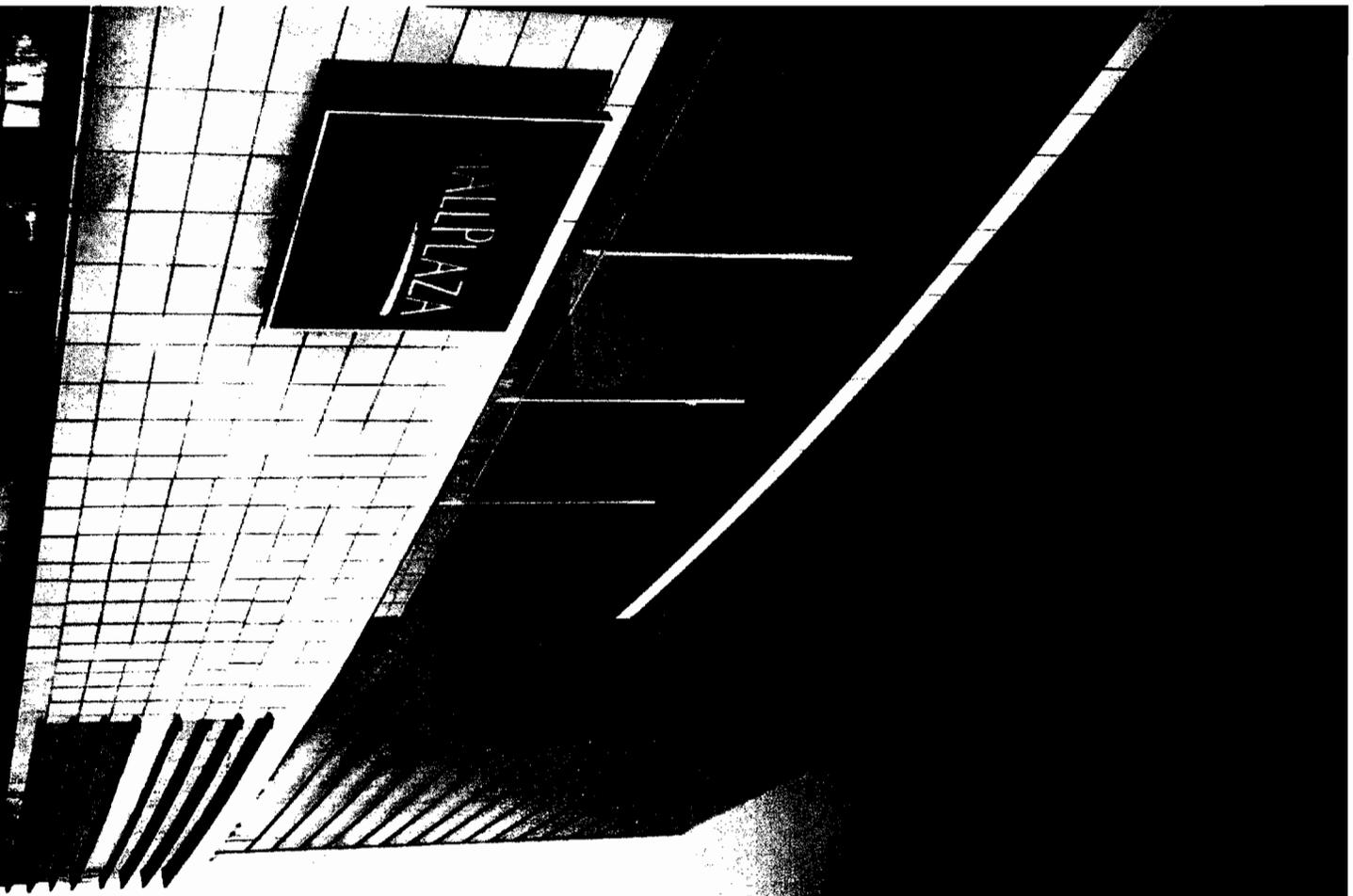
Junio						
L	M	W	J	V	S	D

				1	2	3
4	5	6	7	8	9	10
11	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	

Fecha	Hito
4-5	Construcción del libro de órdenes
7	Colocación

Agenda

1. Plaza S.A.
2. Antecedentes financieros
3. Características de la emisión
4. Consideraciones de inversión



Consideraciones de Inversión

- Operador de clase mundial.
- Empresa líder de la industria en la región y en crecimiento.
- Fuentes de ingresos diversificadas y alta eficiencia en su operación.
- Alta solvencia y generación de caja estable.
- Flujos indexados a la inflación.
- Respaldo del Accionista Controlador: Grupo Falabella.
- Clasificación de riesgo AA / AA (Fitch / Humphreys).



- Pablo Cortés de Solminihac
Gerente Corporativo de Administración y Finanzas
Plaza S.A.
pablo.cortes@mallplaza.cl
- Sergio Merino
IM Trust S.A. Finanzas Corporativas
smerino@imtrust.cl
- Pablo Zutta
Santander GBM – Debt Capital Markets
pzutta@santander.cl

