



2018070126146

23/07/2018 13:03 Operador: DORTIZ  
DIVISION CONTROL FINANCIERO VALORES  
Nro. Inscrip: 1028v



Señor  
Joaquín Cortez Huerta  
Presidente  
Comisión para el Mercado Financiero  
Presente

**Ref.: Envía 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 Comisión para el Mercado Financiero, por medio de la presente vengo en acompañar la presentación informativa preparada por los accionistas Inversiones Avenida Borgoño Ltda., Rentas Tissa Ltda. e Inversiones Amal Ltda. destinada a difundir la colocación secundaria de acciones de Plaza S.A. que contiene algunos cambios menores respecto a la presentación acompañada el día 10 de julio a esta comisión. Agradeceremos considerar el documento que aquí se acompaña como presentación definitiva.

Sin otro particular, lo saluda muy atentamente,

Hernán Silva Villalobos  
Fiscal  
Plaza S.A.





# PRESENTACIÓN DE ROADSHOW

JULIO 2018

www.mauplaza.com

## Declaración de Responsabilidad

*Esta presentación ha sido preparada exclusivamente por Inversiones Avenida Borgoño Ltda., Rentas Tissa Ltda. e Inversiones Amal Ltda. (los "Accionistas Vendedores"), sobre la base de información pública divulgada por Plaza S.A. ("Plaza" o la "Compañía"). Los Accionistas Vendedores han preparado esta presentación únicamente para su uso en relación con una posible oferta de venta de sus acciones de Plaza S.A., y son los únicos responsables de su contenido. Ninguna otra persona es responsable del contenido de esta presentación. Plaza S.A. no acepta responsabilidad ni obligación alguna con respecto a esta presentación o su contenido.*

*Esta presentación hace referencia a ciertas métricas no acordes con las Normas Internacionales de Información Financiera ("IFRS"). Estas métricas no acordes con IFRS constituyen métricas no reconocidas bajo IFRS, no tienen un significado estandarizado prescrito en la normativa IFRS y, por lo tanto, es poco probable que sean comparables a medidas similares presentadas por otras compañías. Más bien, estas medidas se proporcionan por los Accionistas Vendedores como información adicional para complementar las métricas acordes a IFRS y proporcionar una mejor comprensión de los resultados de las operaciones de Plaza.*

*En consecuencia, no deben considerarse aisladamente ni en reemplazo del análisis de la información financiera de Plaza reportada bajo IFRS. Al final de esta presentación, se incluye una conciliación de todas las métricas no IFRS utilizadas en esta presentación con la métrica IFRS más comparable.*

*El área bruta arrendable ("GLA"), calculada en metros cuadrados, significa la cantidad total de espacio en los centros comerciales Mallplaza operados por Plaza. Cuando se usa para describir el GLA total de los centros comerciales Mallplaza, esta cifra incluye el 100% del espacio en los tres centros comerciales peruanos propiedad de Mall Plaza Perú S.A., en el cual Plaza tiene una inversión indirecta de 33,33%. Los tres centros comerciales peruanos propiedad de Mall Plaza Perú S.A. tienen un GLA total de 200.000 metros cuadrados.*

### **Declaración al Mercado Local**

*La información contenida en esta publicación es una breve descripción de la entidad emisora, no siendo ésta toda la información requerida para tomar una decisión de inversión. Mayores antecedentes se encuentran disponibles en la sede de la entidad emisora, en las oficinas de los intermediarios colocadores y en la Comisión para el Mercado Financiero.*

*Antes de efectuar su inversión usted deberá informarse cabalmente de la situación financiera de la sociedad emisora, los documentos de oferta que se generen en el proceso de colocación, incluidos los factores de riesgo que allí se señalen, y deberá evaluar la conveniencia de la adquisición de estos valores.*

*El intermediario que actúe por los Accionistas Vendedores deberá proporcionar al inversionista la información contenida en el Prospecto presentado por la Compañía con motivo de la solicitud de inscripción al Registro de Valores, antes de que efectúe su inversión.*

### **Declaración al Mercado Internacional**

*Esta presentación no constituye una oferta de venta ni solicitud de ofertas de compra de valores de Plaza S.A. ("Plaza" o la "Compañía"), ni habrá venta alguna de valores de la Compañía en jurisdicción alguna en que la oferta, solicitud de ofertas o venta de acciones sea ilegal sin previo registro o exención de registro conforme a las leyes de valores de la jurisdicción del caso. Las acciones no han sido, ni serán, registradas bajo la Ley de Títulos Valores de 1933 de Estados Unidos de América y sus modificaciones (Securities Act of 1933 o el "Acta"), ni bajo ninguna ley de valores estatal. En consecuencia, las acciones descritas en este documento se ofrecerán en los Estados Unidos de América sólo a inversionistas institucionales calificados como se los define bajo la Regla 144A del Acta y fuera de los Estados Unidos de América sólo a inversionistas no estadounidenses según los define la Regulación S del Acta. Los valores no pueden ofrecerse ni venderse en los Estados Unidos de América a menos que se encuentren registrados o exentos de registro según dicha Acta.*

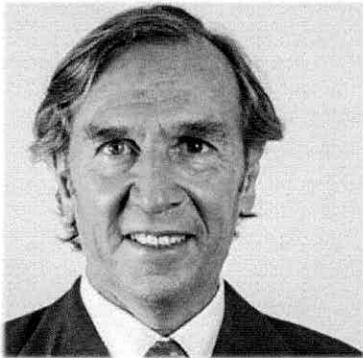
# Presentadores



**Fernando de Peña Yver**

Vicepresidente  
Ejecutivo

---



**Pablo Cortés De Solminihac**

Gerente Corporativo de Administración  
y Finanzas

---



**Agustín Richards Tello**

Gerente de Planificación Estratégica  
y Advanced Analytics

---



## Resumen de la oferta

Emisor	■ Plaza S.A.
Accionistas vendedores	■ Inversiones Avenida Borgoño Ltda. / Rentas Tissa Ltda. / Inversiones Amal Ltda.
Tamaño de la transacción	■ Mínimo un 12,25% de las acciones de Plaza S.A. (equivalente a 240 millones de acciones)
Composición de la oferta	■ 100% secundaria
Ticker / Bolsa	■ MALLPLAZA / Bolsa de Comercio de Santiago
Periodo Lock-up	■ 180 días <sup>1</sup>
Coordinadores Globales	■ J.P.Morgan <sup>2</sup> Morgan Stanley
Coordinador Local	■  Banchile
Bookrunners	■  BTGPactual  Goldman Sachs  LarrainVial <sup>■</sup>

*Nota: J.P. Morgan Securities LLC, Morgan Stanley & Co. LLC y Goldman Sachs & Co. LLC están actuando como agentes de colocación internacional en conexión con la oferta internacional de acciones y no van a participar en la oferta de acciones en Chile incluida en esta presentación*

<sup>1</sup> Para los Accionistas vendedores de las acciones

<sup>2</sup>J.P. Morgan Corredores de Bolsa participará como Coordinador Local en Chile

## Cronograma Indicativo de la Transacción

Julio				
M	T	W	T	F
2	3	4	5	6
9	10	11	12	13
16	17	18	19	20
23	24	25	26	27
30	31	-	-	-

Julio  
**5 - 10**  
Roadshow Local

Julio  
**11**  
Reunión Ampliada

Julio  
**12 - 20**  
Roadshow Internacional

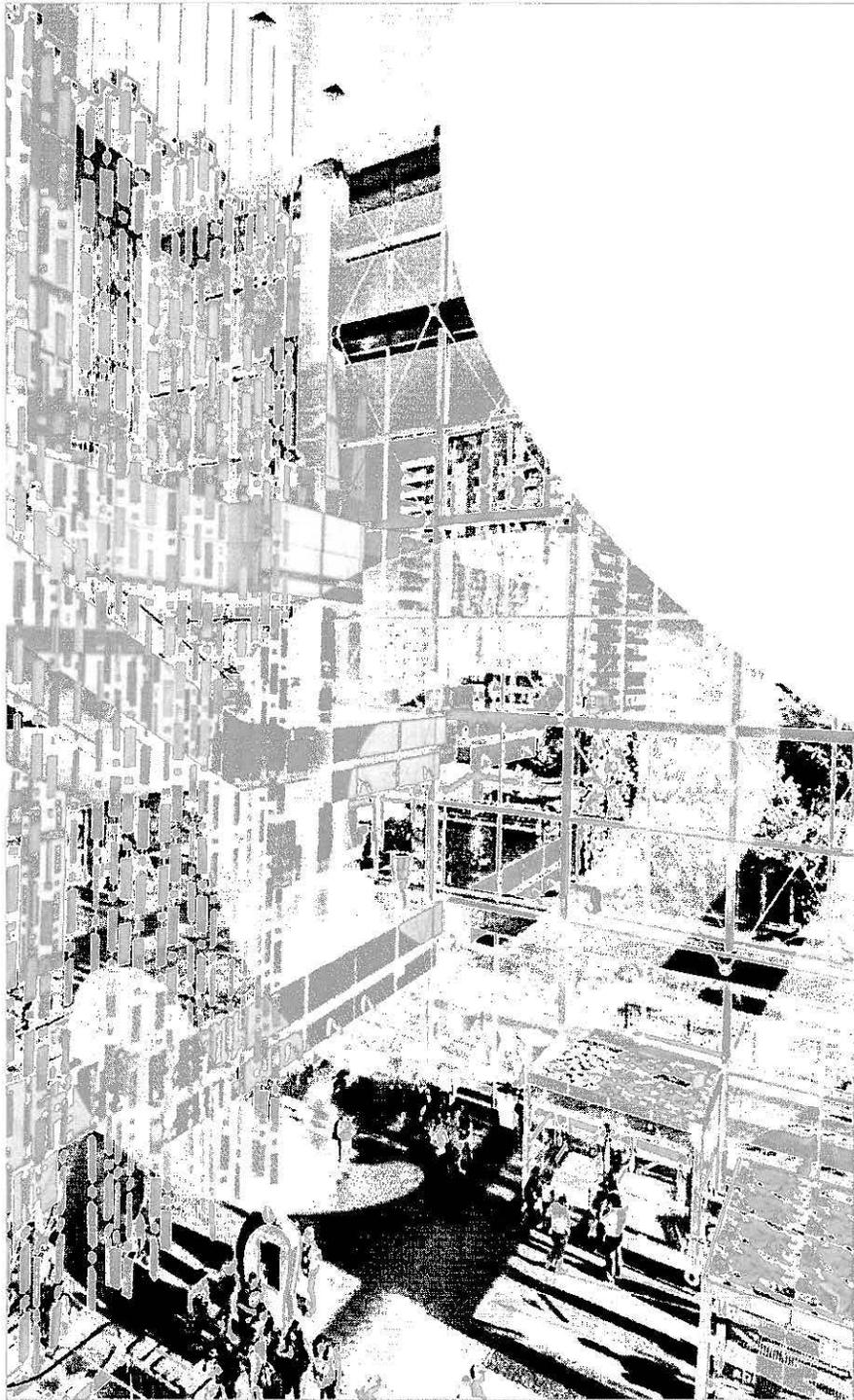
Julio  
**23**  
Apertura Libro de Órdenes

Julio  
**23 - 26**  
Armado de Libro

Julio  
**26**  
Cierre del Libro / Pricing

Julio  
**27**  
Adjudicación de la subasta y trading day

Julio  
**31**  
Liquidación



1

Descripción de la Compañía

## Resumen operacional de Mallplaza

Operamos  
**21**  
centros  
comerciales en  
Latinoamérica



Chile

17 centros comerciales<sup>1</sup>



Perú

3 centros comerciales<sup>2</sup>

1 centro comercial en  
construcción



Colombia

1 centro comercial

2 centros comerciales en  
construcción

**1.604.000**

m<sup>2</sup> de GLA<sup>3</sup>

**75.700**

m<sup>2</sup> GLA promedio  
por mall

**96%**

tasa de ocupación

**US\$5,64bn**

en ventas de arrendatarios

**271**

millones de visitas al año



Nota: Basado en Últimos Doce Meses (UDM) con tipo de cambio CLP/USD 603,4; COP/USD 2.780,5 y PEN/USD 3,224 al 2 de abril de 2018

<sup>1</sup> Numero de centros comerciales en Chile y GLA total incluye la apertura de Mallplaza Arica en abril de 2018

<sup>2</sup> Numero de centros comerciales de Mall Plaza Perú S.A., operados por Plaza S.A

<sup>3</sup> Incluye centros comerciales operados en Chile, Colombia y Perú

## Resumen financiero de Mallplaza

Ingresos

**US\$474mm**

EBITDA<sup>1</sup>

**US\$375mm**

Utilidad neta

**US\$179mm**

Ratings<sup>3</sup>



Humphreys

CLASIFICADORA DE RIESGO

**AA+ (CL)**

FitchRatings

**AA (CL)**

CAGR ingresos  
2015 - UDM1T18

**6,6%**

Margen EBITDA

**79%**

FFO<sup>2</sup>

**US\$267mm**



*Nota: Basado en Últimos Doce Meses (UDM) con tipo de cambio CLP/USD 603,4; COP/USD 2.780,5 y PEN/USD 3,224 al 2 de abril de 2018. En sus estados financieros, Plaza S.A. consolida operaciones de Chile y Colombia, y considera las operaciones en Perú como un ingreso proporcional por su participación de 33,3% en la asociada Mallplaza Perú S.A.*

<sup>1</sup> EBITDA calculado como margen bruto menos gastos de administración excluyendo depreciación y amortización

<sup>2</sup> FFO total consolidado ajustado por la propiedad de Mallplaza (excluyendo FFO de intereses minoritarios e incluyendo FFO de asociados en las operaciones Peruanas)

<sup>3</sup> Corresponde a clasificaciones de riesgo local

## Mallplaza cuenta con 28 años entregando valor a sus accionistas



**Mallplaza cuenta con una vasta experiencia habiendo desarrollado 18 proyectos greenfield y 60+ proyectos brownfield en 28 años, estableciéndose como el líder de la industria e introduciendo conceptos innovadores en Latinoamérica**

Nota: La línea de tiempo no considera centros comerciales que fueron removidos del portafolio de Perú en el proceso de la reestructuración del 2016

<sup>1</sup> Centros comerciales adquiridos por Plaza S.A.

<sup>2</sup> Mallplaza Arequipa fue incorporado a Plaza S.A. en 2014, pero fue expandido y reinaugurado en el 2016

# 2



Aspectos destacados de inversión

## Aspectos destacados de inversión



1

- Plataforma líder de centros comerciales en Latinoamérica, con propiedades premium

2

- Reputada trayectoria de crecimiento apalancado sobre una gran experiencia en proyectos greenfield y brownfield

3

- Equipo gerencial con experiencia, que ha guiado a Mallplaza a lo largo de su exitoso crecimiento

4

- Ingresos, arrendatarios y bases geográficas altamente diversificadas con una oferta innovadora de 'retail-tainment'

5

- Marca única y 'Top of Mind' en la región

6

- Gran eficiencia operacional, rentabilidad y generación de caja, con un apalancamiento conservativo

7

- Modelo robusto de sustentabilidad de largo plazo consistiendo de seis pilares fundamentales

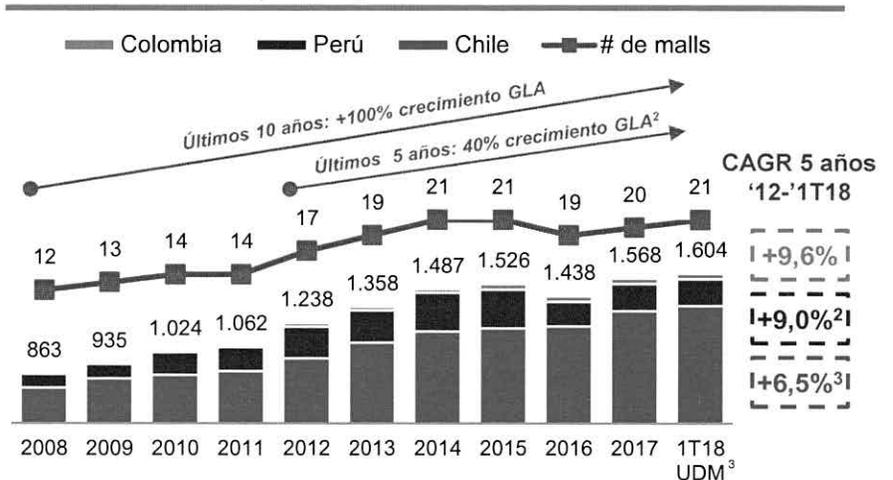




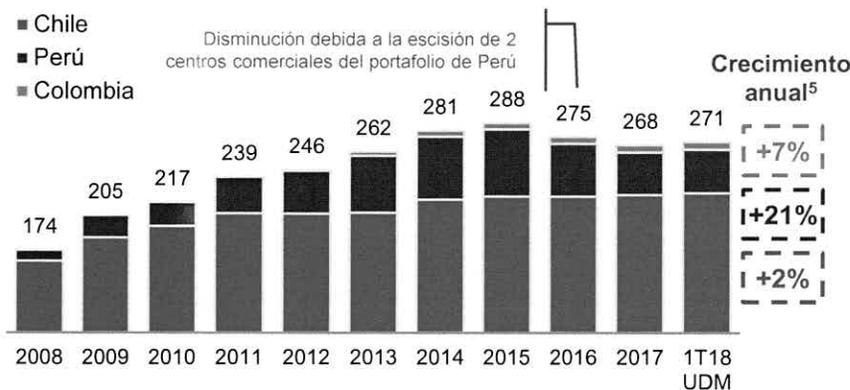
# Reputada trayectoria de crecimiento constante...

- 28 años de vasta experiencia en el desarrollo de 18 proyectos greenfield y más de 60 proyectos brownfield
- Escala permite crecimiento continuo a través de inversiones de tamaño considerable manteniendo solidez financiera y operacional
- Crecimiento sólido y continuo del GLA<sup>1</sup>
- Incorporación de 9 centros comerciales al portafolio en los últimos 10 años

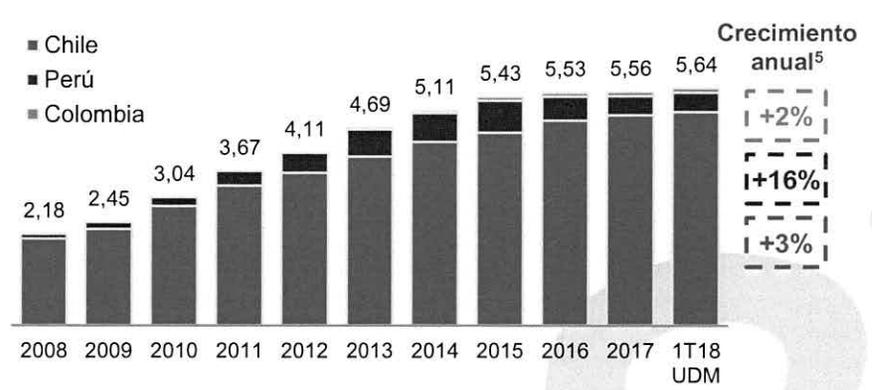
Evolución de GLA ('000 m<sup>2</sup>)



Visitas (millones de visitas)



Ventas de Arrendatarios (US\$bn)<sup>4</sup>



<sup>1</sup> Crecimiento continuo de GLA a excepción del 2016 debido a la escisión de 2 centros comerciales del portafolio de Perú como parte de un proceso de reestructuración

<sup>2</sup> Ajustado para excluir los 2 centros comerciales escindidos del portafolio como parte de un proceso de reestructuración de Perú en 2016

<sup>3</sup> GLA ajustado para incluir la apertura de Mallplaza Arica en abril del 2018

<sup>4</sup> La evolución de ventas de arrendatarios considera CLP/USD 603,4 al 2 de abril del 2018

<sup>5</sup> Crecimiento anual en base a UDM 1T18 vs. UDM 1T17



Mallplaza tiene una estrategia de expansión a largo plazo que ha probado ser exitosa a lo largo de su trayectoria

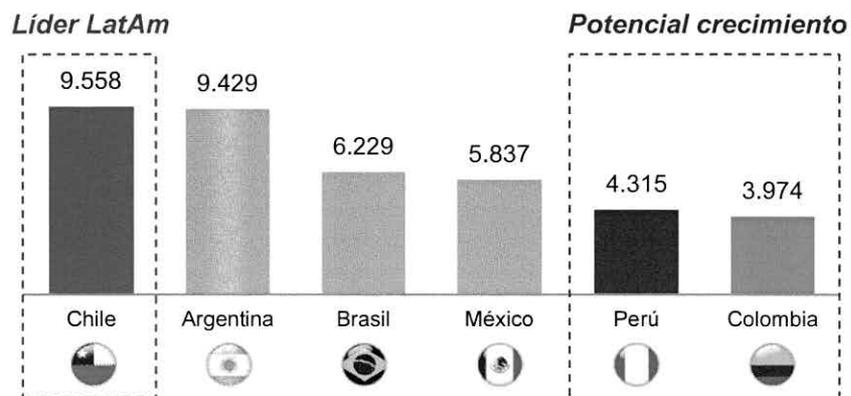


- 1 *Continuar creciendo a través de considerables inversiones greenfield y brownfield, apalancándonos sobre una reputada experiencia de desarrollo*
- 2 *Consolidación en Chile con presencia en grandes ciudades y mercados de gran potencial económico con baja penetración*
- 3 *Reforzar la expansión en Perú con foco en grandes ciudades de alta población y crecimiento económico estable*
- 4 *Expansión en Colombia con foco en fortalecer el portafolio con ubicaciones atractivas en regiones y ciudades clave*
- 5 *Permanentemente explorar posibles oportunidades de adquisición que complementen el portafolio actual*
- 6 *Enfoque disciplinado hacia estructuras de capital y ratios de apalancamiento*

# Chile, Perú y Colombia tienen bases sólidas que ofrecen oportunidades de crecimiento únicas



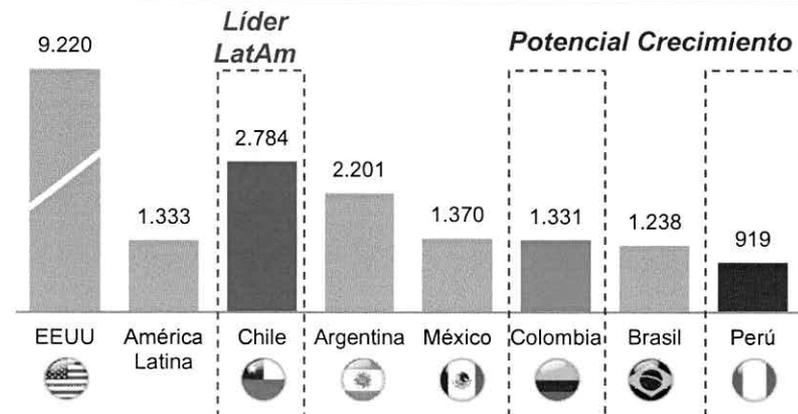
Gasto privado por cápita, 2017 (US\$)



Fuente: BMI

Nota: Gasto familiar en bienes y servicios en la economía (sin considerar gasto público)

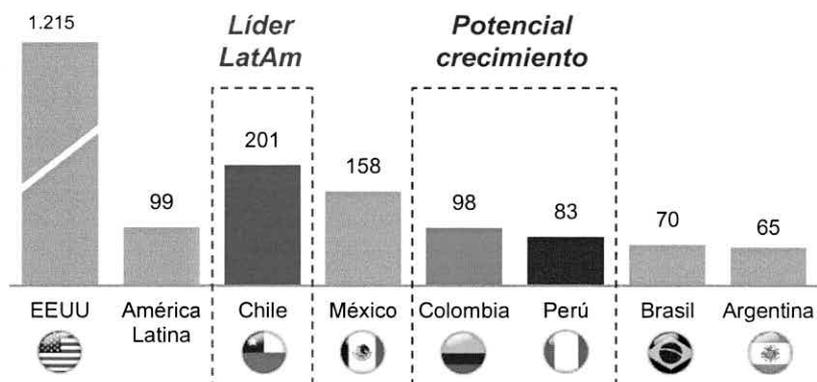
Gasto en retail por cápita, 2016 (US\$)



Fuente: Euromonitor, ICSC

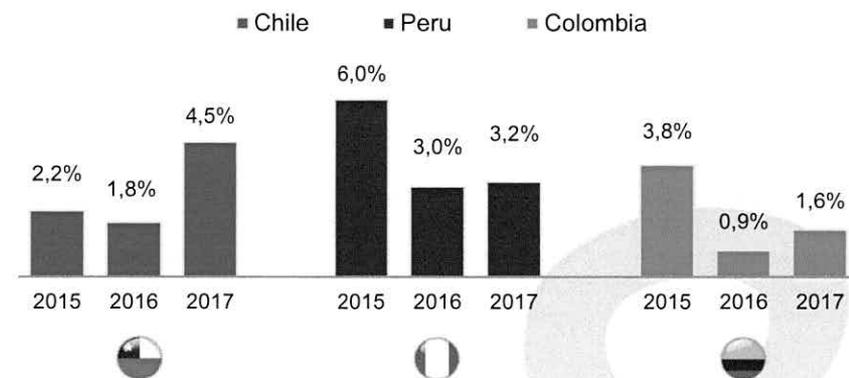
Nota: Excluye vendedores especializados o vehículos motorizados, motocicletas, partes de automóviles y gasolina. También excluye alimentos, arriendos y alquiler, y ventas mayoristas

GLA por cada 1.000 habitantes (m<sup>2</sup>)



Fuente: ICSC

Crecimiento de ventas retail (%)



Fuente: Planet Retail, BMI (en términos reales)

Nota: Crecimiento 2017 para Perú es estimado

# Los centros comerciales continúan siendo muy relevantes en Latinoamérica, mientras el e-commerce continúa creciendo

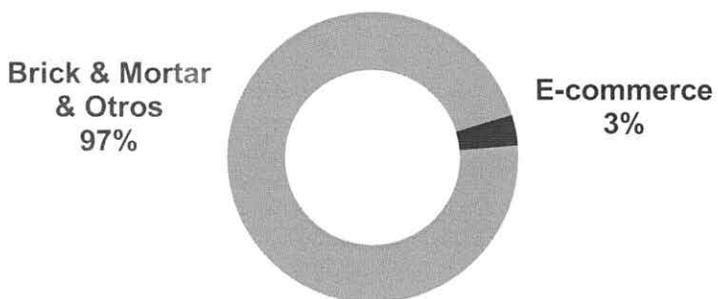


## Desafíos clave que limitan el crecimiento del e-commerce en Latinoamérica:

- Falta de infraestructura
  - Altos costos de logística/envío que son transferidos al consumidor
  - Altos tiempos de entrega y alta tasa de atrasos
- Baja penetración bancaria
- Burocracia e ineficiencias en el sistema complican las opciones de crecimiento y dominación de mercado de algún participante

Fuente: reportes de analistas de research sobre la industria

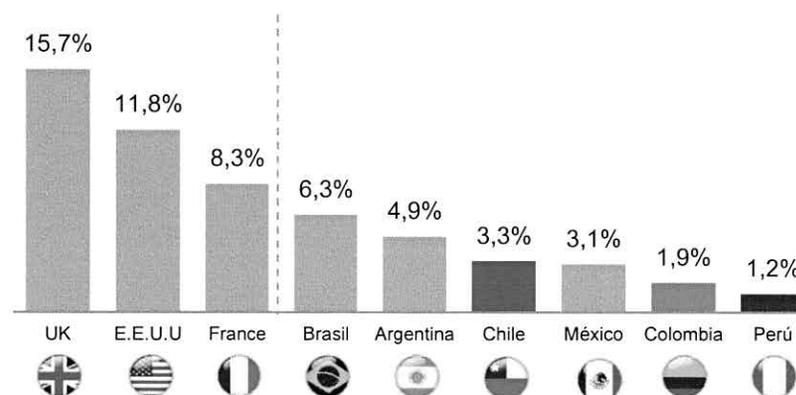
## Ventas de e-commerce en Latinoamérica como % de ventas totales retail, 2016



Fuente: ICSC

Nota: Otras incluyen ventas sin internet ni tienda (3,5%) como ventas directas, órdenes por correo y ventas en dispensadoras

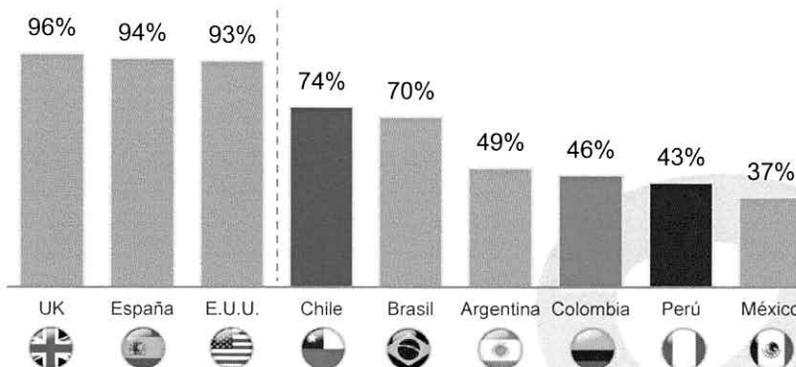
## Penetración del e-commerce, 2017 (% de ventas retail)



Fuente: Euromonitor

Nota: Colombia y Perú son estimados

## Penetración bancaria, 2017 (%)

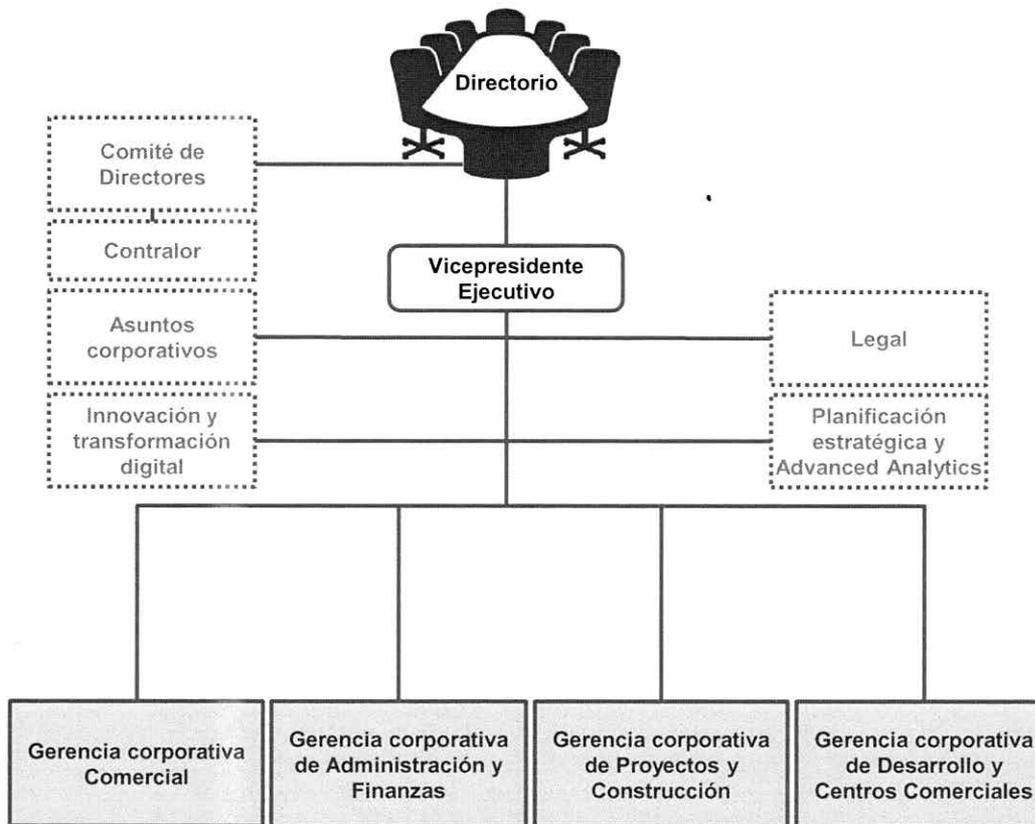


Fuente: Global Findex Database del World Bank (encuesta del 2017)



# Sólido Gobierno Corporativo con responsabilidades claras

## Estructura del Gobierno Corporativo



## Principales responsabilidades



### Accionistas

- Elige al Directorio
- Aprueba memorias anuales, políticas de dividendos y auditores de la sociedad



### Directorio

- Define los objetivos, estrategias y políticas de la Compañía
- Designa al Vicepresidente Ejecutivo



### Vicepresidente Ejecutivo

- Vela por el funcionamiento y organicidad del Gobierno Corporativo
- Propone objetivos estrategia y políticas al Directorio



### Gerentes Corporativos

- Administran las áreas que componen la Cadena de Valor de Mallplaza
- Participan en la definición de la estrategia a través de los distintos comités



### Comités

- Instancias en que participan los Gerentes Corporativos para proponer estrategias
- Existen 5 comités: Comité de Directores, Comité de Contraloría, Comité de Riesgos, Comité de Ética, Comité de Sostenibilidad

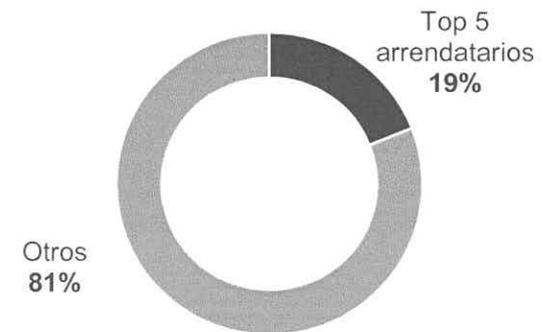
*Mallplaza mantiene una gran estructura de Gobierno Corporativo que ha sido clave para la exitosa historia de la compañía*

# Ingresos, arrendatarios y bases geográficas altamente diversificadas, con más de 3.700 tiendas...



- *Alta diversificación de arrendatarios genera estabilidad durante distintos ciclos económicos*
- *Desde sus inicios, Mallplaza ha introducido nuevos conceptos no tradicionales y de uso mixto en sus centros comerciales, como servicios de salud y educación, concesionarias de automóviles, gastronomía y entretenimiento*
- **Ingresos asociados a relacionadas no exceden el 12%**

## Desglose de ingresos de Top 5 arrendatarios (UDM 1T18)

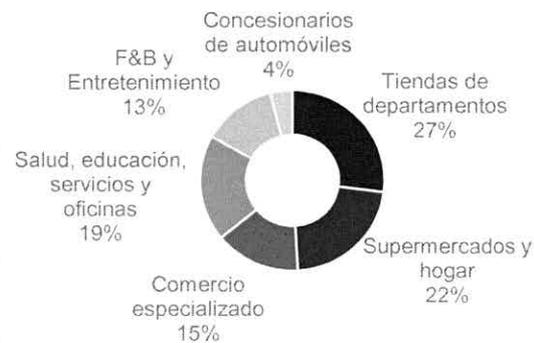


## Desglose de GLA por país

### Chile



### Perú



### Colombia



## ... con un mix variado de arrendatarios y oferta de productos

Oferta diversa de shopping, gastronomía y opciones de entretenimiento

Los centros comerciales de Mallplaza buscan ser mucho más que centros de moda, están contruidos con la idea de convertirse en un 'social hub' para sus comunidades gracias a la diversificación de su oferta en diferentes categorías



### Algunos arrendatarios de Mallplaza



3,700+ tiendas distribuidas a lo largo de 21 centros comerciales y 3 países (13 ciudades), con 30%+ de GLA destinado a usos no tradicionales

Nota: Número de centros comerciales, ciudades y GLA incluye apertura de Mallplaza Arica en abril de 2018

**Mallplaza es una marca única y ‘Top of Mind’ en la región, con una propuesta de valor que la hace relevante en sus comunidades**



### **Mall preferido en 11 de 13 ciudades<sup>1</sup>**

Mallplaza es una compañía líder en Top of Mind (TOM) y el centro comercial preferido en 11 de las 13 ciudades donde opera<sup>1</sup>

### **6.000.000 personas**

Durante el 2017, 6.000.000 de personas participaron directamente en más de 20 iniciativas culturales por Mallplaza en Chile, Perú y Colombia

### **9 años produciendo obras de teatros y conciertos**

En los últimos 9 años, Mallplaza ha ofrecido producciones musicales de teatro abiertas al público, alcanzando una participación de más de 240.000 espectadores en Chile y Perú

### **+ 2.800.000 de seguidores en redes sociales**

Mallplaza tiene una gran presencia en redes sociales, respaldada por una comunidad de más de 2.800.000 personas en Facebook (+1,3mm), Twitter e Instagram en Chile, Perú y Colombia

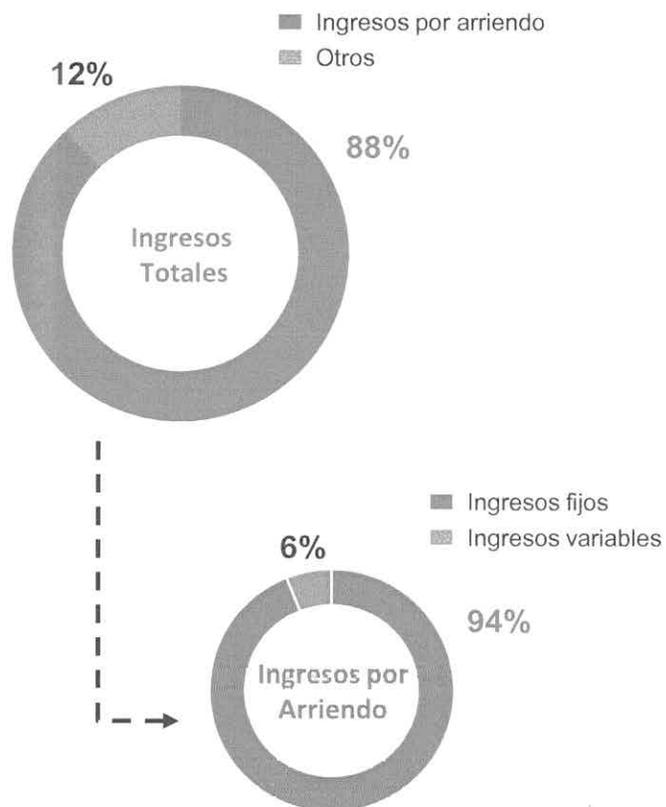


<sup>1</sup> Designación TOM basada en estudio GfK Adimark y otras agencias

# Alta estabilidad y duration en los arriendos que aseguran flujo de caja en el largo plazo



## Composición de ingresos (UDM 1T18) – Plaza S.A.



Promedio de duración remanente de contratos de arriendos

Costo de ocupación (UDM 1Q18)<sup>1</sup>

**7 años**

**9,7%**

Contratos de arrendatarios indexados a la inflación de Chile, Perú y Colombia

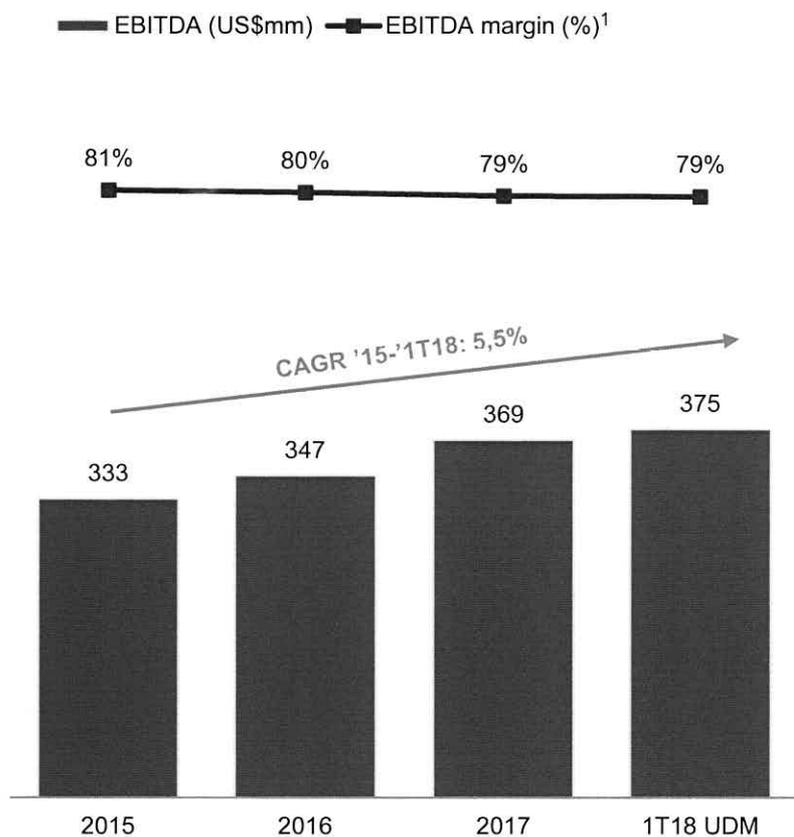


Nota: Ingresos y EBITDA de Plaza S.A. representan sólo las operaciones consolidadas de Chile y Colombia

<sup>1</sup> Calculado en base a los ingresos por arriendo dividido entre las ventas de arrendatarios para el período, sin considerar áreas de uso mixto como centros médicos, edificios de educación o concesionarias de automóviles

## Alta eficiencia operacional y sinergias a lo largo de la plataforma...

### EBITDA y margen EBITDA



<sup>1</sup> Calculado como EBITDA dividido por Ingresos para el periodo



**Alcance regional**

*Economías de escala, inversión en tecnología, transferir 'know-how' y acelerar **implementación de buenas prácticas** en toda la cadena*



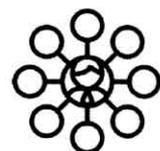
**Gestión de operaciones centralizada**

*Sala de control unificada con conexión a sistemas de 16 centros comerciales*



**Marca regional única y reconocida**

*Campañas de marketing a través de medios masivos y digitales, obteniendo altos niveles de recordación y preferencia*

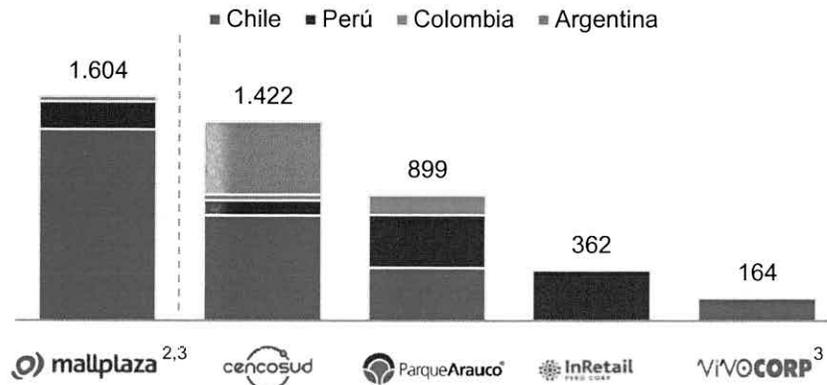


**Administración centralizada**

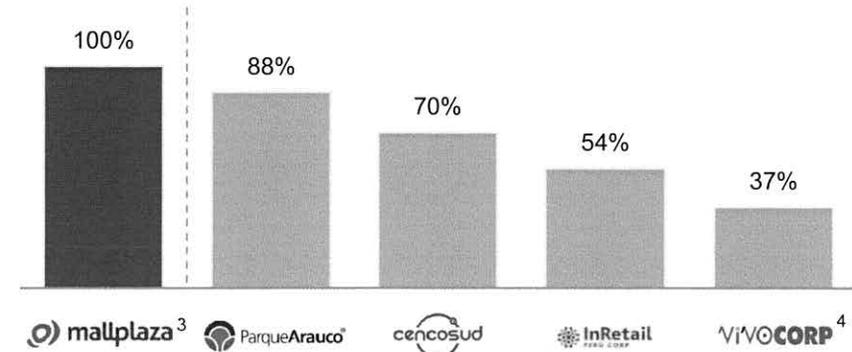
*Servicios y procesos compartidos y estandarizados en Chile, Perú y Colombia*

## ... con sólidas métricas operacionales a lo largo de la región...

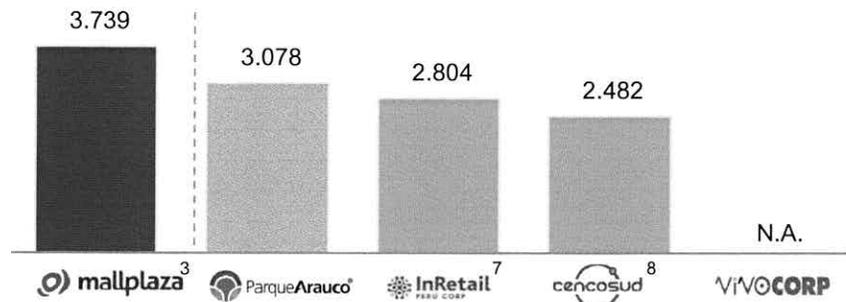
### Desglose de GLA regionales por país (GLA, '000 m<sup>2</sup>)<sup>1</sup>



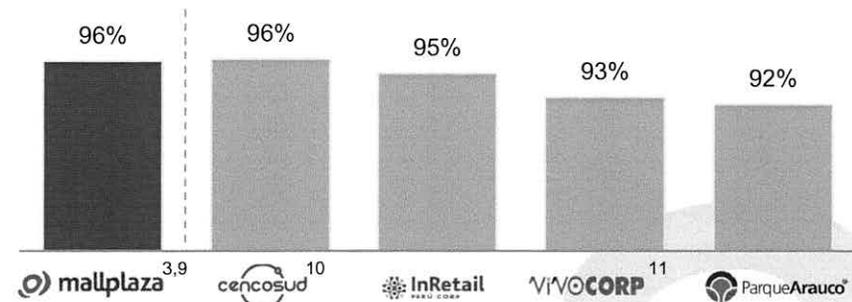
### GLA de malls regionales/vecinales como % del GLA total de retail<sup>5</sup>



### Ventas de arrendatarios por m<sup>2</sup> (1T18 UDM, US\$/m<sup>2</sup>)<sup>6</sup>



### Tasa de ocupación (1T18, %)



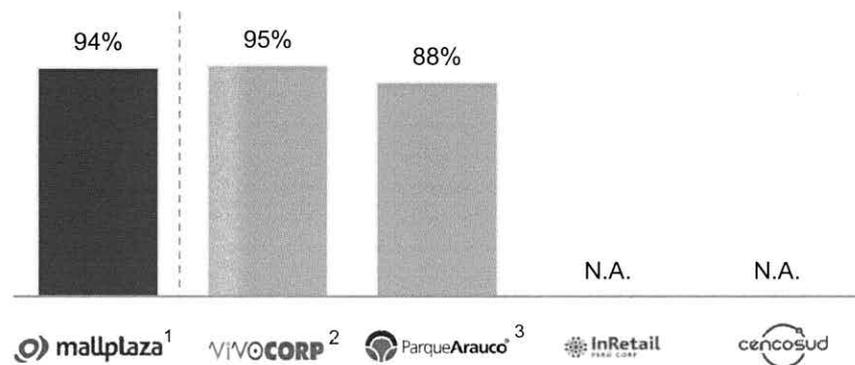
Fuente: Reportes por compañía

<sup>1</sup> Solo considera GLA de centros comerciales regionales o de vecindario y excluye Outlets, Strip/Power centers y tiendas independientes; <sup>2</sup> GLA ajustado para incluir la apertura de Mallplaza Arica en abril de 2018; <sup>3</sup> Considera 100% de GLA de operaciones en Perú, en donde Plaza S.A. tiene una participación del 33,3% <sup>4</sup>Vivocorp considera únicamente centros comerciales propios (no considera el GLA de los centros comerciales que administra de los cuales no es dueño); <sup>5</sup> Centros retail considera centros comerciales regionales y vecinales mientras que GLA total también considera Power centers, Outlets, Strip centers y otros formatos más pequeños; <sup>6</sup> Calculado como ventas de arrendatarios UDM 1T18 sobre promedio de GLA 1T18/1T17; <sup>7</sup> Basado en las ventas de arrendatarios del 2016 (últimas disponibles); <sup>8</sup> Solo considera ventas de arrendatarios en Chile y Argentina (mayores mercados) debido a limitada información disponible; <sup>9</sup> Representa ocupación 1T18 UDM; <sup>10</sup> Considera únicamente ocupación de GLA de terceras partes (no relacionadas) reportado; <sup>11</sup> Considera únicamente ocupación de centros comerciales (excluye Outlets o Strip Centers)

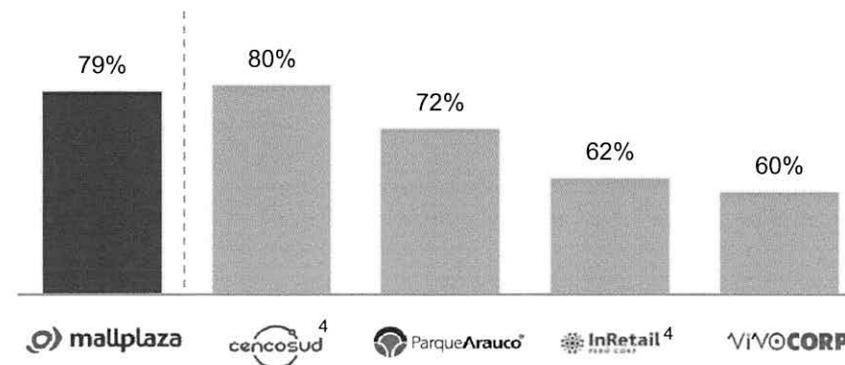
... y con gran rentabilidad y flujo de caja, manteniendo un apalancamiento conservativo para la industria



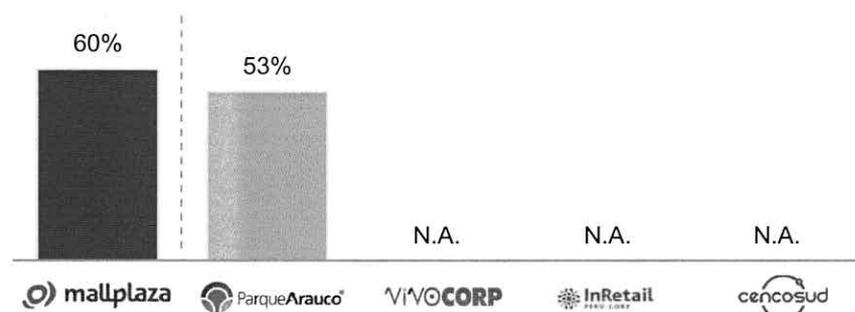
Porción de ingresos fijos por arriendos (%)



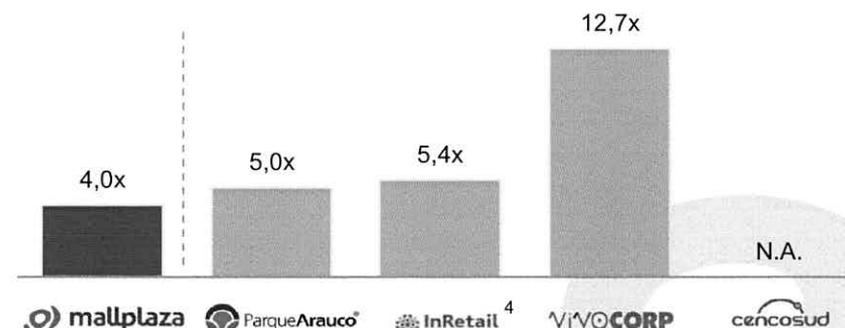
Margen EBITDA (1T18 UDM, %)



Margen FFO Consolidado incl. asociadas (1T18 UDM, %)<sup>5</sup>



Apalancamiento (1T18, Deuda Neta / EBITDA UDM)



Fuente: Reportes por compañía

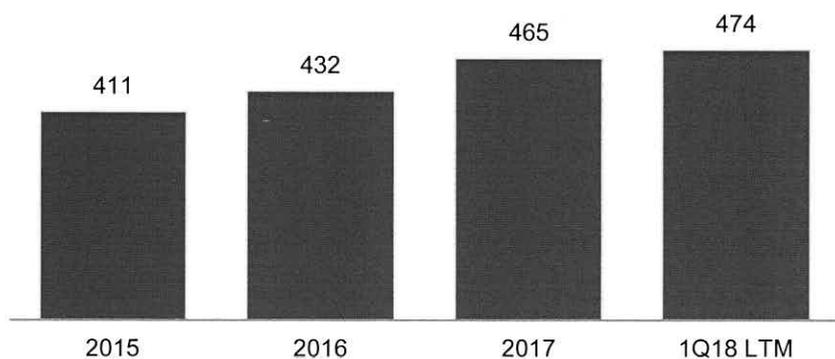
<sup>1</sup> Basado en el periodo UDM 1T18; <sup>2</sup> Basado en 4T17 (última publicación disponible); <sup>3</sup> Basado en el periodo 1T18; <sup>4</sup> Considera solo el segmento reportado de centros comerciales, Cencosud incluye formatos menores como Outlets, Strip/Power centers y tiendas independientes; <sup>5</sup> Calculado como Ingresos Netos + Depreciación & Amortización + Otros ingresos/costos + Participación de los Asociados en las ganancias (pérdidas) + Diferencias de tipo de cambio + Ingresos (pérdidas) de activos y pasivos indexados + Ganancias (pérdidas) debidas a la diferencia entre el valor de libros y el valor razonable de los activos financieros, + Impuestos diferidos + FFO ajustado a las asociadas contabilizadas

# Solvencia y posición financiera sólida permite crecimiento con menor riesgo

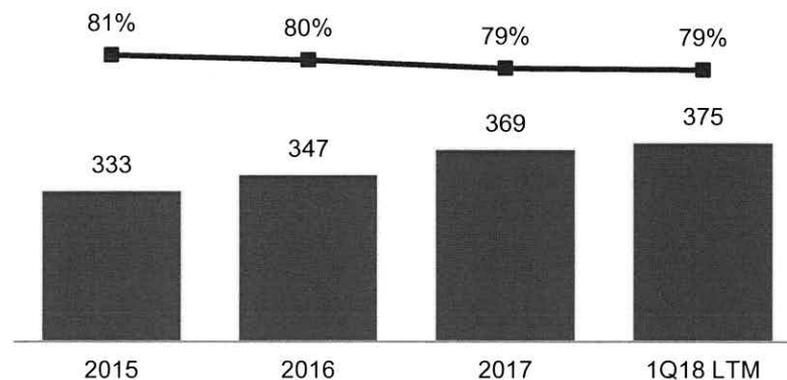
## Indicadores financieros relevantes – Plaza S.A.



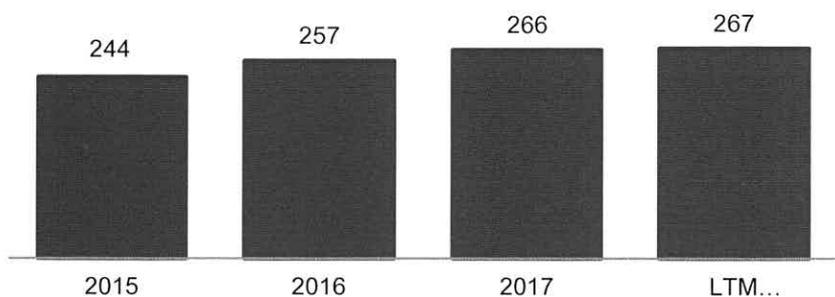
Ingresos (US\$mm)



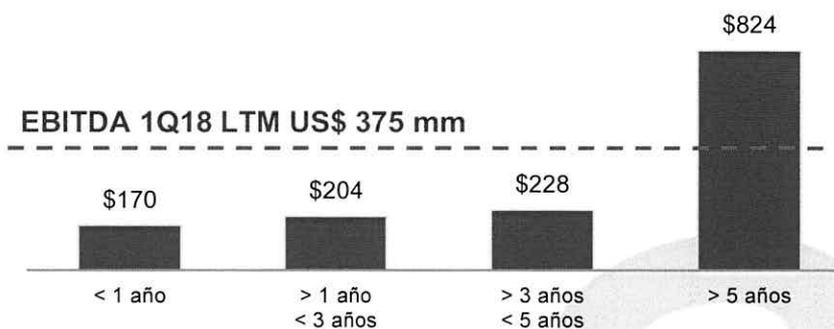
EBITDA (US\$mm) y margen EBITDA (%)<sup>1</sup>



FFO Total Consolidado ajustado por participación (US\$mm)<sup>2</sup>



Perfil de deuda financiera (US\$mm)



Nota: Asumiendo un cambio de CLP/USD 603,4 al 2 de abril del 2018

<sup>1</sup> El margen EBITDA disminuyó en los últimos años debido a la apertura de nuevos centros comerciales e incremento natural en los ingresos

<sup>2</sup> Este flujo excluye los conceptos que no representan flujo de caja o que no son recurrentes (otros ingresos y gastos por función) de los estados financieros

# Mallplaza cuenta con seis pilares estratégicos fundamentales para su modelo sustentable de largo plazo



## Colaboradores

Aportar al crecimiento sostenible de Mallplaza, a través de una experiencia memorable de trabajo

## Cultura

Potenciar el acercamiento a la cultura de calidad, masificando el alcance de las distintas iniciativas impulsadas por Mallplaza

## Socios comerciales y Proveedores

Promover prácticas sostenibles entre nuestros socios comerciales y proveedores a través de experiencias de valor



## Medioambiente

Gestionar los impactos medioambientales generados y promover buenas prácticas ambientales, en nuestros centros urbanos en operación y en desarrollo

## Gobernanza y Riesgo

Fortalecer la Ética y Transparencia Corporativa  
Modelo de riesgo basado en COSO y ERM

## Comunidad y Clientes

Construir relaciones de confianza y generar valor sostenible en las comunidades donde operamos

## Reconocimientos de sustentabilidad



### 3er Lugar

Sello Platino en Ranking Nacional de Sustentabilidad Empresarial



### Certificación LEED

Nivel Gold, Mallplaza Egaña, Chile  
Nivel Plata, Mallplaza Arequipa, Perú  
Mallplaza Copiapó, Chile (en proceso)  
Mallplaza Los Dominicos, Chile (en proceso)  
Mallplaza Arica, Chile (en proceso)



### Eficiencia Energética

Todos nuestros centros comerciales en Chile, a excepción de las aperturas recientes Mallplaza Los Dominicos y Arica



### Gestión Ambiental

Todos los centros comerciales en Chile, a excepción de las aperturas recientes Mallplaza Los Dominicos y Arica



### Categoría sustentable

"Best of the Best Viva Awards 2016",  
(Mallplaza Egaña, Chile, 2016)  
International Council of Shopping Centers (ICSC)



### 34º Lugar

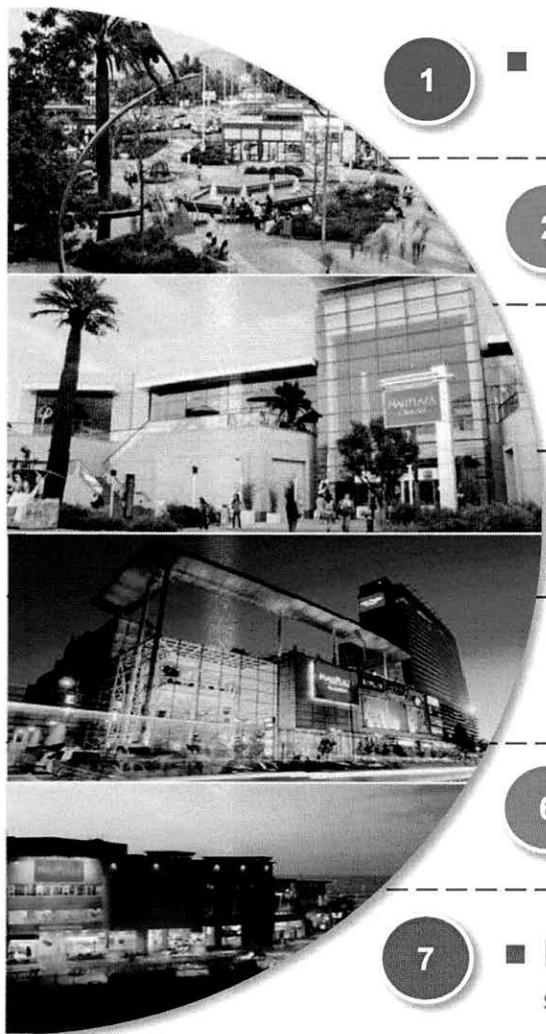
Ranking 2017 - Buen lugar para trabajar (Chile)



### 21º Lugar

Mejores empresas para Millennials para trabajar (Chile)

## Aspectos destacados de inversión



1

- Plataforma líder de centros comerciales en Latinoamérica, con propiedades premium

2

- Reputada trayectoria de crecimiento apalancado sobre una gran experiencia en proyectos greenfield y brownfield

3

- Equipo gerencial con experiencia, que ha guiado a Mallplaza a lo largo de su exitoso crecimiento

4

- Ingresos, arrendatarios y bases geográficas altamente diversificadas con una oferta innovadora de 'retail-tainment'

5

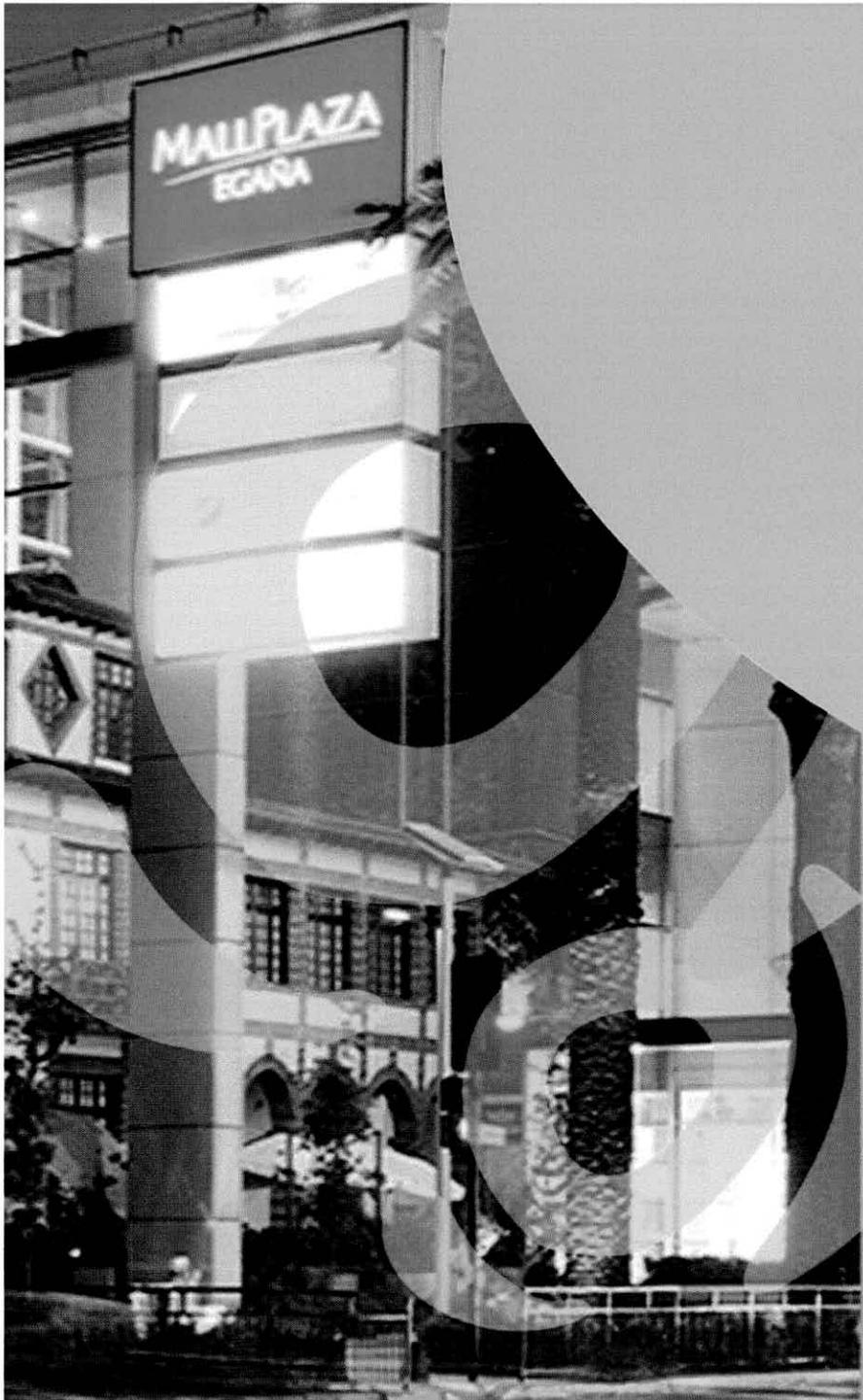
- Marca única y 'Top of Mind' en la región

6

- Gran eficiencia operacional, rentabilidad y generación de caja, con un apalancamiento conservativo

7

- Modelo robusto de sustentabilidad de largo plazo consistiendo de seis pilares fundamentales



Apéndice

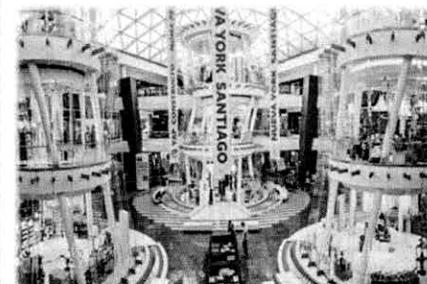
# Malls exitosos en EEUU se están adaptando para ser más atractivos para sus visitantes, un modelo utilizado por Mallplaza desde sus inicios



Actual propuesta de 'Retail-tainment'

Mallplaza ha sido un pionero en el desarrollo de malls que privilegian la experiencia del cliente, un modelo exitoso demostrado en el largo plazo

Centro comercial	Restaurantes – Food courts	Restaurantes independientes	Salas de cine	Zona de juegos	Bibliotecas públicas / salas de exposiciones / teatros y conciertos
Vespucio	✓	✓	✓	✓	✓
Oeste	✓	✓	✓	✓	
Trébol	✓	✓	✓	✓	✓
Tobalaba	✓	✓	✓	✓	✓
La Serena	✓	✓	✓	✓	
Los Ángeles	✓	✓	✓	✓	✓
Norte	✓	✓	✓	✓	✓
Antofagasta	✓	✓	✓	✓	✓
Calama	✓	✓	✓	✓	
Alameda	✓	✓	✓	✓	
Sur	✓	✓	✓	✓	✓
Biobío	✓	✓	✓	✓	✓
Iquique	✓	✓	✓	✓	
Egaña	✓	✓	✓	✓	✓
Copiapó	✓	✓	✓	✓	
Los Dominicos	✓	✓	✓	✓	
Bellavista	✓	✓	✓	✓	
Trujillo	✓	✓	✓	✓	
Arequipa	✓	✓	✓	✓	
El Castillo	✓	✓	✓	✓	



- Los consumidores están cambiando sus preferencias de gastos en bienes a gastos en entretenimiento y experiencias
- 45% de los consumidores consideran que la presencia de arrendatarios 'non-retail' aumenta el tiempo en el mall, mientras que 38% asegura que los incita a visitarlos con más frecuencia
- Operadores de centros comerciales de EEUU están añadiendo más arrendatarios 'non-retail' como respuesta directa al cambio en el comportamiento y nuevas preferencias de los consumidores

Fuente: ICSC (basado en 2018 Mall Survey)

## Directorio con experiencia y una gerencia de primer nivel, son los responsables del exitoso crecimiento de Mallplaza



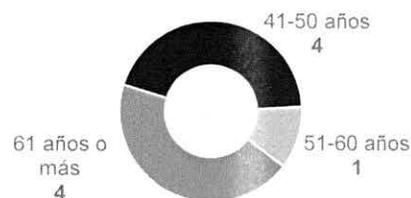
### Directorio

Miembro	Cargo	Con la posición desde...
Sergio Cardone Solari	Presidente	2008
Tomás Müller Benoit	Director	2008
Paul Fürst Gwinner	Director	2008
Carlo Solari Donaggio	Director	2008
Juan Pablo Montero Schepeler	Director	2014
Thomas Fürst Freiwirth	Director	2008
Pedro Donoso Pinto	Director	2010
José Pablo Arellano Marín	Director	2010
Pablo Eyzaguirre Court	Director	2017

### Gerencia

Miembro	Cargo	Se unió a Mallplaza en...
Fernando de Peña Yver	Vice Presidente Ejecutivo	1990
Pablo Cortés De Solminihac	Gerente Corporativo de Administración y Finanzas	2008
Cristián Muñoz Gutiérrez	Gerente Corporativo Comercial	2004
Oscar Munizaga Delfin	Gerente Corporativo de Desarrollo y Centros Comerciales	1992
Cristián Somarriva Labra	Gerente Corporativo de Proyectos y Construcción	1992
Agustín Richards Tello	Jefe de Planificación y Análisis Avanzado	2012
Marina Tannenbaum Embeita	Gerente de Planificación Estudios y Sostenibilidad	2018
María Irene Soto Layseca	Jefe de Asuntos Corporativos	2018
Hernán Silva Villalobos	Fiscal	1999
Eduardo Peñailillo Henríquez	Contralor	2016

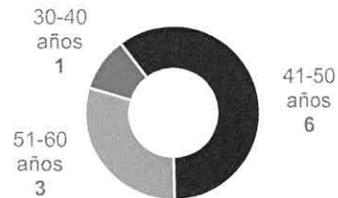
#### Rango de Edad



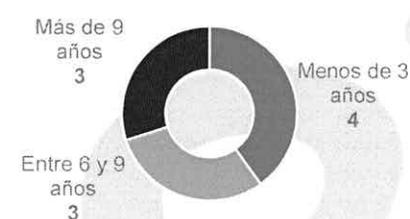
#### Antigüedad en el cargo



#### Rango de Edad



#### Antigüedad en el cargo

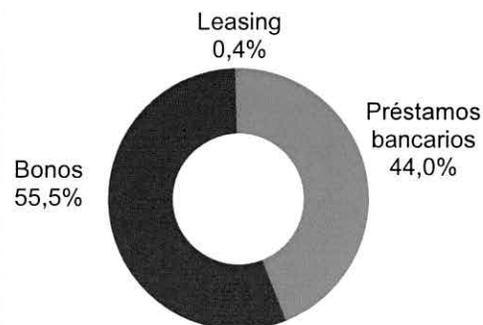


*Un equipo de liderazgo con mucha experiencia, responsable del éxito de Mallplaza desde sus inicios*

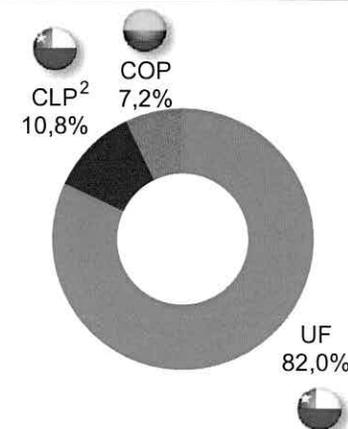
## Síntesis de la deuda financiera

- Deuda financiera total de US\$1.462mm
  - US\$792mm en bonos locales
  - US\$634mm en préstamos bancarios y leasing
- Clasificación de riesgo local:
  - Fitch: AA (cl)
  - Humphreys: AA+ (cl)
- Perfil de maduración de la deuda (58% madura en 5+ años<sup>1</sup>)
- 100% de la deuda pendiente está indexada a inflación, consistente con los ingresos por arriendo
- 100% de la deuda mantiene una tasa fija de interés

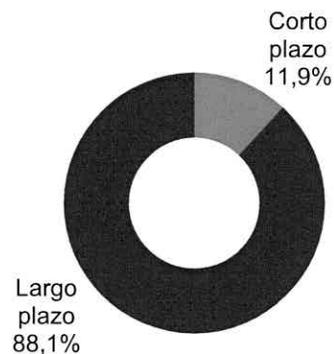
Desglose por tipo<sup>1</sup>



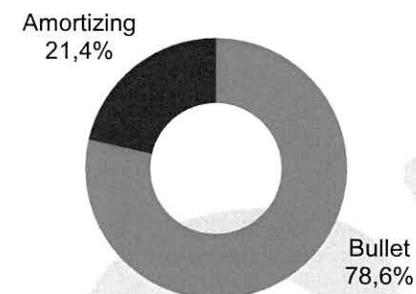
Desglose por moneda<sup>1</sup>



Desglose por periodo<sup>1</sup>



Desglose por estructura<sup>1</sup>



Nota: Síntesis de la deuda financiera al 31 del marzo de 2018, asumiendo CLP/USD 603,4 a 2 de abril del 2018

<sup>1</sup> Excluyendo derivados de cobertura

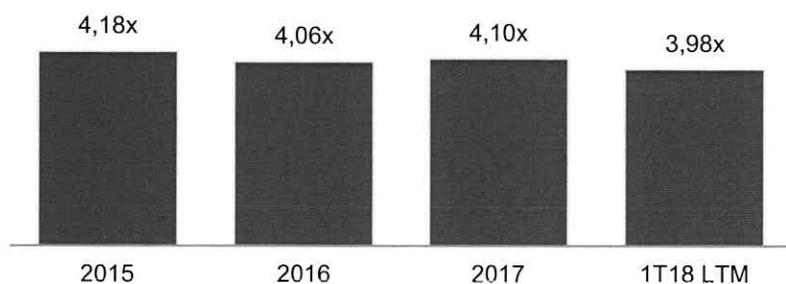
<sup>2</sup> Indexado a inflación a través de derivados de cobertura

# Solvencia y posición financiera sólida permite crecimiento con menor riesgo

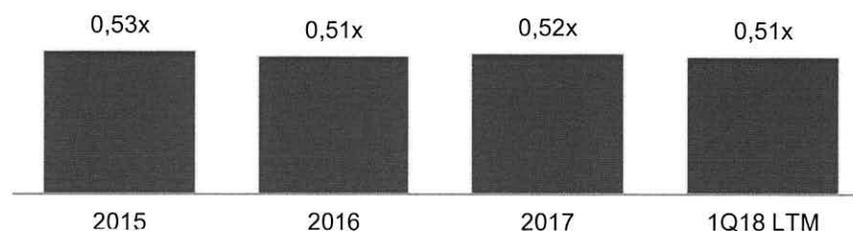
## Indicadores financieros relevantes – Plaza S.A.



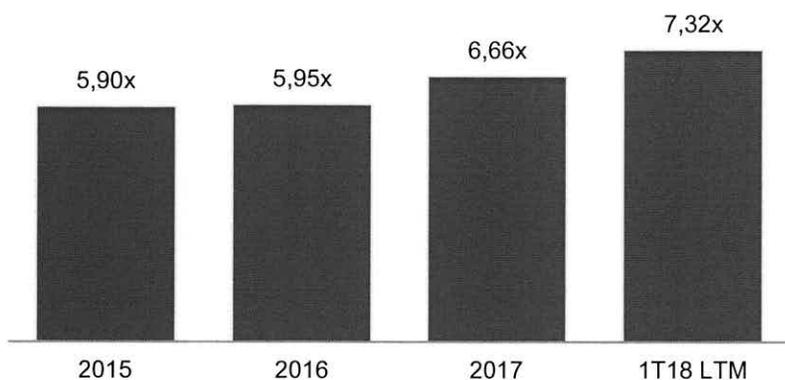
**Deuda neta / EBITDA**



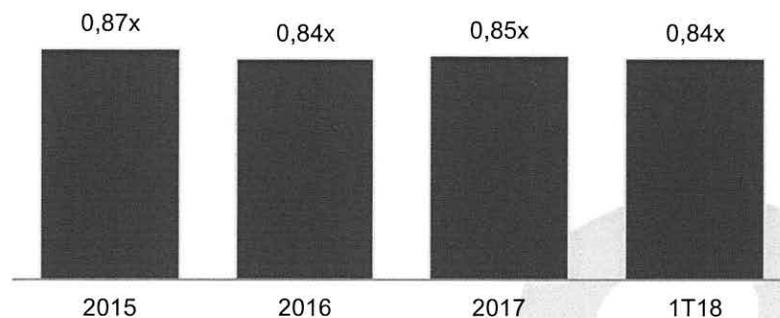
**Deuda neta / Patrimonio<sup>1</sup>**



**Cobertura de gastos financieros<sup>2</sup>**



**Pasivos totales / Patrimonio<sup>1</sup>**



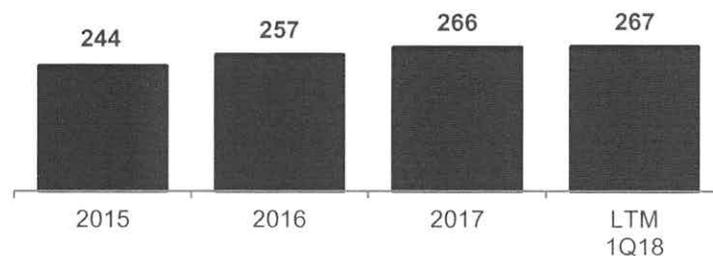
<sup>1</sup> El patrimonio total incluye intereses no controladores (US\$203mm al 31 de marzo del 2018)

<sup>2</sup> EBITDA / interés pagado por el período

## FFO - Funds from Operation

- 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
- FFO UDM 1T18 es de US\$267mm
- 37% de crecimiento entre diciembre 2013 y marzo 2018 (12 meses móviles). Tasa de crecimiento anual de 6,5% en el periodo

### FFO consolidado total ajustado por participación (US\$mm)



Nota: Asumiendo un cambio de CLP/USD a 603,4, al 2 de abril de 2018

<sup>1</sup> En relación al 33,33% de propiedad de Plaza S.A. en Mallplaza Perú S.A (Utilidad de operaciones en Perú – no ajustado en la propiedad de Mallplaza - de US\$13,3mm en 2017)

### Reconciliación de FFO a Utilidad Total

US\$mm	2015	2016	2017	UDM 1T18
Utilidad Total	153	233	181	180
(+) Depreciación & Amortización	66	65	64	67
(+) Otros ingresos	(36)	(77)	(3)	(3)
(+/-) Otros costos	35	2	12	12
(+/-) Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos, utilizando el método de la participación	(4)	(2)	(4)	(5)
(+/-) Diferencias de cambio	(0)	0	0	0
(+/-) Unidades de reajuste	43	30	19	22
(+) Gastos impuestos diferidos	(6)	14	7	5
<b>FFO Plaza S.A. consolidado total</b>	<b>249</b>	<b>266</b>	<b>275</b>	<b>277</b>
(-) FFO participación de minoritarios	(11)	(14)	(15)	(16)
(+) FFO inversión en entidades no consolidadas <sup>1</sup>	6	5	5	5
<b>FFO Plaza consolidado total ajustado por participación</b>	<b>244</b>	<b>257</b>	<b>266</b>	<b>267</b>

## NOI - Net Operating Income

### NOI Consolidado (no ajustado)    NOI Consolidado (ajustado)

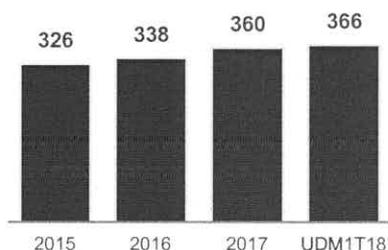
**NOI Consolidado** representa el flujo generado por el 100% de los activos operados por Plaza S.A. en Chile, Perú y Colombia. Cálculo del NOI considera los ingresos y egresos necesarios para la operación de estos activos (propiedades de inversión)

**NOI UDM 1T18** es de US\$403mm, mostrando un crecimiento de 41% en los últimos 5 años. En 1T18 su crecimiento fue 8%

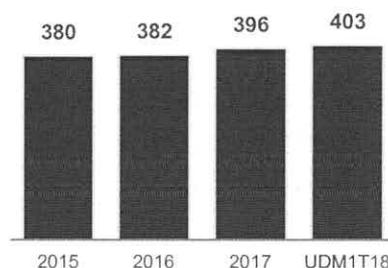
**NOI Ajustado** es el flujo generado por los activos operados por Plaza S.A. en Chile, Perú y Colombia, ponderado por su participación en la propiedad. Cálculo del NOI considera los ingresos y egresos necesarios para la operación de estos activos (propiedades de inversión)

**NOI Ajustado UDM 1T18** es de US\$366mm, aumentando 44% en los últimos 5 años. En 1T18 su crecimiento fue 7%

### NOI consolidado ajustado por participación (US\$mm)



### NOI consolidado no ajustado por participación (US\$mm)



Nota: Asumiendo un cambio de CLP/USD a 603,4, al 2 de abril de 2018

<sup>1</sup> En relación al 33,33% de propiedad de Plaza S.A. en Mallplaza Perú S.A (Ganancia de operaciones en Perú -- no ajustado en la propiedad de Mallplaza - de US\$13,3mm en 2017)

### Reconciliación de NOI a Ganancia Bruta

US\$mm	2015	2016	2017	UDM1T18
Ganancia bruta	311	329	364	369
(+) Gastos de administración y ventas	(44)	(48)	(59)	(61)
(+) Depreciación y amortización	66	65	64	67
<b>NOI total consolidado</b>	<b>333</b>	<b>347</b>	<b>369</b>	<b>375</b>
(-) NOI participación de minoritarios	(16)	(17)	(18)	(19)
(+) NOI inversión en entidades no consolidadas <sup>1</sup>	9	8	9	9
<b>NOI Plaza consolidado total ajustado por participación</b>	<b>326</b>	<b>338</b>	<b>360</b>	<b>366</b>
<b>NOI Plaza consolidado total sin ajuste por participación</b>	<b>380</b>	<b>382</b>	<b>396</b>	<b>403</b>

## Aperturas recientes de Mallplaza

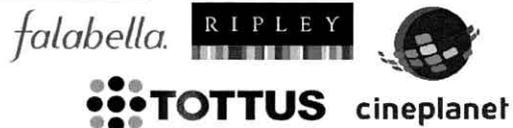
### Mallplaza Arequipa



42,000m<sup>2</sup> GLA – Dic 2016

- Ubicado en el distrito de Cayma en Arequipa
  - Zona de alto atractivo comercial y de un consumidor más sofisticado y exigente
- Variedad de marcas, incluyendo un teatro, gimnasio y el **mayor patio de comidas de la región**
  - Enfocado en ofrecer la mejor experiencia de entretenimiento, cultura y gastronómica
  - Vista panorámica de la ciudad y techo de vidrio para disfrutar del cielo de Arequipa

Arrendatarios:



Nota: GLA redondeada al millar más próximo

### Mallplaza Los Dominicos



92,000m<sup>2</sup> GLA – Sept 2017

- Ubicado en el área nororiente de Santiago
- Altamente valorado por su innovación por no solo establecer un fuerte segmento retail, sino también una **experiencia única para sus visitante**
  - Tiendas pop up, originales mercados gastronómicos, e innovaciones tecnológicas
  - Espacio para emprendedores, diseñadores, artistas y otros para potenciar esta experiencia
- **Amplia variedad de marcas (~200)**, incluyendo un teatro y gimnasio de 2,000m<sup>2</sup>



### Mallplaza Arica



34,000m<sup>2</sup> GLA – Abril 2018

- Ubicado en Arica, región en la frontera entre Chile y Perú
- **Primer proyecto de centro comercial en la región de Arica**, ubicado en una de las arterias principales de la ciudad
  - Vista al océano y próximo a la playa de Chinchorro
- **Amplia variedad de marcas (~100)**
  - Enfocado en ofrecer entretenimiento a la región a través de patios y mercados gastronómicos, un teatro y un Happyland
  - Incluye el primer cine en Arica



## Centros comerciales en desarrollo

### Mallplaza Manizales



**40,000m<sup>2</sup> GLA**

- Mallplaza Manizales estará ubicado en una de las calles principales de Manizales en el barrio de La Carola
  - Con más de 360,000 habitantes, será uno de los principales destinos de entretenimiento de la ciudad
- Primer Falabella en la ciudad, entre ~100 otras tiendas
- Apertura esperada para el 2018
- Desarrollo inmobiliario completado en un 95%
- Inversión total de US\$81mm<sup>1</sup>

**Arrendatarios:**

*falabella.*



### Mallplaza Barranquilla



**54,000m<sup>2</sup> GLA**

- Mallplaza Barranquilla estará ubicado en una de las áreas más exclusivas de Barranquilla, Buenavista
  - Puerto marítimo ubicado en la región de Atlántico de Colombia
- El proyecto incluirá diversas opciones de entretenimiento y marcas internacionales
- Apertura esperada para el 2019
- Desarrollo inmobiliario completado en un 50%
- Inversión total de US\$113mm<sup>1</sup>

*falabella.*



### Mallplaza Comas



**81,000m<sup>2</sup> GLA**

- Mallplaza Comas Esta ubicado en la zona norte de la ciudad de Lima
  - Se emplaza en capital del Perú y es el cuarto distrito mas poblado del país
- El proyecto incluirá diversas opciones de entretenimiento y marcas internacionales
- Apertura esperada para el 2020
- Desarrollo inmobiliario completado en un 6%
- Inversión total de US\$104mm<sup>2</sup>

*falabella.*   

*Nota: GLA redondeada al millar más próximo. Monto de inversión estimado a mayo 2018. Para Comas, refleja inversión total de Mallplaza Peru S.A. Mallplaza tiene un 33,3% de interés en Mallplaza Peru S.A.*

<sup>1</sup> Tipo de cambio COP/USD de 2.780,47 al 2 de abril de 2018

<sup>2</sup> Tipo de cambio PEN/USD de 3,2240 al 2 de abril de 2018, refleja inversión total de Mallplaza Peru S.A. Mallplaza tiene un 33,3% de interés en Mallplaza Peru S.A.

## Descripción detallada de los centros comerciales

Chile



-  Operativo
-  En desarrollo

<sup>1</sup> Población total basada en el Censo más reciente de Chile (2017), Instituto Nacional de Estadística ("INE")

Mallplaza Arica



Mallplaza Iquique



Mallplaza Calama



Desarrollo propio	Si	No (M&A)	No (M&A)
Ubicación	Arica, región XV	Iquique, región I	Calama, región II
Apertura/Año de adquisición	2018	2013	2009
GLA ('000 m <sup>2</sup> )	34	24	77
Participación accionaria	77,5%	76,2%	77,5%
Área de influencia	Arica	Iquique	Calama, San Pedro de Atacama
Población total <sup>1</sup>	221.364	191.468	176.727

## Descripción detallada de los centros comerciales (continuación)

Chile



-  Operativo
-  En desarrollo

Mallplaza Antofagasta



Mallplaza Copiapó



Mallplaza La Serena



Desarrollo propio	Si	Si	Si
Ubicación	Antofagasta, región II	Copiapó, región III	La Serena, región IV
Apertura/Año de adquisición	2006	2014	1998
GLA ('000 m <sup>2</sup> )	78	46	49
Participación accionaria	100,0%	77,5%	100,0%
Área de influencia	Antofagasta	Copiapó	La Serena, Coquimbo
Población total <sup>1</sup>	400.526	153.937	448.784

<sup>1</sup> Población total basada en el Censo más reciente de Chile (2017), Instituto Nacional de Estadística ("INE")

## Descripción detallada de los centros comerciales (continuación)

Chile



-  Operando
-  En desarrollo

**Mallplaza Vespucio**



**Mallplaza Oeste**



**Mallplaza Tobalaba**



<b>Desarrollo propio</b>	Si	Si	Si
<b>Ubicación</b>	La Florida, Santiago, RM	Cerrillos, Santiago, RM	Puente Alto, Santiago, RM
<b>Apertura/Año de adquisición</b>	1990	1994	1998
<b>GLA ('000 m<sup>2</sup>)</b>	169	155	77
<b>Participación accionaria</b>	100,0%	100,0%	100,0%
<b>Área de influencia</b>	La Florida, Puente Alto, La Granja, San Joaquín, Peñalolén, Macul, San Ramón	Maipú, Cerrillos, Lo Espejo, El Bosque, Pedro Aguirre Cerda, La Cisterna, Peñaflor	Puente Alto, La Florida
<b>Población total<sup>1</sup></b>	1.587.118	1.145.262	935.022

<sup>1</sup> Población total basada en el Censo más reciente de Chile (2017), Instituto Nacional de Estadística ("INE")

## Descripción detallada de los centros comerciales (continuación)

Chile



-  Operando
-  En desarrollo

Mallplaza Norte



Mallplaza Alameda



Mallplaza Sur



<b>Desarrollo propio</b>	Si	Si	Si
<b>Ubicación</b>	Huechuraba, Santiago, RM	Santiago, Santiago, RM	San Bernardo, Santiago, RM
<b>Apertura/Año de adquisición</b>	2003	2008	2008
<b>GLA ('000 m<sup>2</sup>)</b>	119	60	77
<b>Participación accionaria</b>	100,0%	77,5%	77,5%
<b>Área de influencia</b>	Huechuraba, Conchalí, Quilicura, Recoleta, Colina	Estación Central, Santiago, Maipú, Pudahuel	San Bernardo, Buin, Calera de Tango
<b>Población total<sup>1</sup></b>	740.094	1.303.456	423.319

<sup>1</sup> Población total basada en el Censo más reciente de Chile (2017), Instituto Nacional de Estadística ("INE")

## Descripción detallada de los centros comerciales (continuación)

Chile



-  Operando
-  En desarrollo

**Mallplaza Egaña**



**Mallplaza Domínicos**



<b>Desarrollo propio</b>	Si	Si
<b>Ubicación</b>	La Reina, Santiago, RM	Las Condes, Santiago, RM
<b>Apertura/Año de adquisición</b>	2013	2017
<b>GLA ('000 m<sup>2</sup>)</b>	92	92
<b>Participación accionaria</b>	77,5%	77,5%
<b>Área de influencia</b>	La Reina, Peñalolen, Macul, Ñuñoa	Las Condes, La Reina
<b>Población total<sup>1</sup></b>	417.558	387.625

<sup>1</sup> Población total basada en el Censo más reciente de Chile (2017), Instituto Nacional de Estadística ("INE")

## Descripción detallada de los centros comerciales (continuación)

Chile



-  Operando
-  En desarrollo

<sup>1</sup> Población total basada en el Censo más reciente de Chile (2017), Instituto Nacional de Estadística ("INE")

	Mallplaza Trébol	Mallplaza Mirador Bío Bío	Mallplaza Los Ángeles
			
<b>Desarrollo propio</b>	Si	Si	Si
<b>Ubicación</b>	Talcahuano, región VIII	Concepción, región VIII	Los Ángeles, región VIII
<b>Apertura/Año de adquisición</b>	1995	2012	2003
<b>GLA ('000 m<sup>2</sup>)</b>	132	45	38
<b>Participación accionaria</b>	100,0%	77,5%	100,0%
<b>Área de influencia</b>	Concepción, Talcahuano, San Pedro, Hualpén, Chiguayante	Concepción	Los Ángeles, Nacimiento, Laja, Angol, Mulchén
<b>Población total<sup>1</sup></b>	562.760	223.574	333.924

## Descripción detallada de los centros comerciales (continuación)

Perú

Mallplaza Trujillo



Mallplaza Bellavista



Mallplaza Arequipa



<b>Desarrollo propio</b>	Si	Si	No (M&A)
<b>Ubicación</b>	Trujillo, La Libertad	Bellavista, Lima	Cayma, Arequipa
<b>Apertura/Año de adquisición</b>	2007	2007	2016 <sup>2</sup>
<b>GLA ('000 m<sup>2</sup>)</b>	75	83	42
<b>Participación accionaria</b>	33,3%	33,3%	33,3%
<b>Área de influencia</b>	Trujillo, La Esperanza, Laredo, El Porvenir, Moche	Bellavista, Callao, La Perla	Cayma, Arequipa, Cerro Colorado, La Joya, Miraflores
<b>Población total<sup>1</sup></b>	757.327	537.539	372.971

 Operando

 En desarrollo

<sup>1</sup> Población total en base al Instituto Nacional de Estadística e Informática ("INEI") de Perú

<sup>2</sup> Mallplaza Arequipa integrado a Plaza S.A. en el 2014, pero fue expandido y reabierto en 2016

## Descripción detallada de los centros comerciales (continuación)

Perú

*En desarrollo*  
**Mallplaza Comas**



<b>Desarrollo propio</b>	Si
<b>Ubicación</b>	Comas, Lima
<b>Apertura/Año de adquisición</b>	Esperada 2020
<b>GLA ('000 m<sup>2</sup>)</b>	81
<b>Participación accionaria</b>	33,3%
<b>Área de influencia</b>	Comas
<b>Población total<sup>1</sup></b>	520.450

 Operando

 En desarrollo

<sup>1</sup> Población total en base al Instituto Nacional de Estadística e Informática ("INEI") de Perú

## Descripción detallada de los centros comerciales (continuación)

Colombia

**Mallplaza El Castillo**



*En desarrollo*  
**Mallplaza Barranquilla**



*En desarrollo*  
**Mallplaza Manizales**



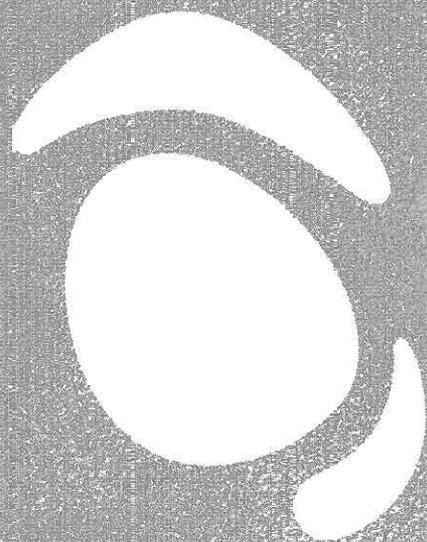
<b>Desarrollo propio</b>	Si	Si	Si
<b>Ubicación</b>	Cartagena, Bolívar	Barranquilla, Atlántico	Manizales, Caldas
<b>Apertura/Año de adquisición</b>	2012	Esperada 2019	Esperada 2018
<b>GLA ('000 m<sup>2</sup>)</b>	27	54	40
<b>Participación accionaria</b>	100,0%	65,0%	80,0%
<b>Área de influencia</b>	Cartagena de Indias	Barranquilla	Manizales
<b>Población total<sup>1</sup></b>	971.592	1.218.000	398.874



 Operando

 En desarrollo

<sup>1</sup> Población total basada en el Sistema Estadístico Nacional ("SEN") de Colombia



malplaza

