

PLAZA S.A.

Sociedad Anónima Abierta Inscrita en el Registro de Valores bajo el número de registro 1028

PROSPECTO LEGAL

EMISIÓN DE BONOS POR LÍNEA DE TÍTULOS DE DEUDA N°767

Y

BONOS SERIE U

Segunda colocación de bonos al portador desmaterializados con cargo a la línea de bonos a 30 años inscrita bajo el N°767 en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero con fecha 23 de septiembre de 2013



SEPTIEMBRE 2020

1. INFORMACIÓN GENERAL

1.1 Intermediarios Participantes

Este prospecto ha sido elaborado por Plaza S.A., en adelante también “Mallplaza”, la “Empresa”, la “Sociedad”, la “Compañía” o el “Emisor”, con la asesoría de Credicorp Capital Asesorías Financieras S.A.

1.2 Declaración de responsabilidad

“LA COMISIÓN PARA EL MERCADO FINANCIERO, EN ADELANTE LA “COMISIÓN” O “CMF”, NO SE PRONUNCIA SOBRE LA CALIDAD DE LOS VALORES OFRECIDOS COMO INVERSIÓN. LA INFORMACIÓN CONTENIDA EN ESTE PROSPECTO ES DE RESPONSABILIDAD EXCLUSIVA DEL EMISOR Y DE LOS INTERMEDIARIOS QUE HAN PARTICIPADO EN SU ELABORACIÓN. EL INVERSIONISTA DEBERÁ EVALUAR LA CONVENIENCIA DE LA ADQUISICIÓN DE ESTOS VALORES, TENIENDO PRESENTE QUE EL O LOS ÚNICOS RESPONSABLES DEL PAGO DE LOS DOCUMENTOS SON EL EMISOR Y QUIENES RESULTEN OBLIGADOS A ELLO.”

“LA INFORMACIÓN RELATIVA A LOS INTERMEDIARIOS ES DE RESPONSABILIDAD DE LOS INTERMEDIARIOS RESPECTIVOS, CUYOS NOMBRES APARECEN EN ESTA PÁGINA”.

1.3 Fecha prospecto

Septiembre 2020

2. IDENTIFICACIÓN DEL EMISOR

2.1 Nombre o Razón Social

Plaza S.A.

2.2 Nombre de Fantasía

Mallplaza

2.3 R.U.T.

76.017.019-4

2.4 Inscripción Registro de Valores

Número 1028 de fecha 30 de abril de 2009

2.5 Dirección

Av. Américo Vespucio 1737, Piso 9, comuna de Huechuraba

2.6 Teléfono

56 2 25857000

2.7 Fax

56 2 25857003

2.8 Dirección electrónica

www.mallplaza.com

2.9 Correo electrónico

inversionistas@mallplaza.com

3. ACTIVIDADES Y NEGOCIOS DE LA SOCIEDAD

3.1 Reseña Histórica

Plaza S.A. (en adelante “Mallplaza”, la “Compañía” o el “Emisor”) es una compañía regional omnicanal dedicada al desarrollo de centros comerciales con presencia en Chile, Perú y Colombia. Su propuesta de valor integra *retail*, entretenimiento, gastronomía, salud, educación, cultura y otros usos, bajo una estrategia de crecimiento sostenible, que busca aportar valor a todos sus grupos de interés, promoviendo además el desarrollo local, el acceso a la cultura y el cuidado del medio ambiente.

La Compañía fue constituida mediante escritura pública de fecha 16 de abril de 2008 como una sociedad *holding* con el fin de agrupar bajo una misma sociedad a aquellas que son propietarias de los centros comerciales (o “*malls*”) que operan bajo la marca Mallplaza, cuyos orígenes se remontan al año 1990, todas las cuales tenían como socios, a esa fecha, a los mismos accionistas.

1990 – 1993

Mallplaza se origina con la apertura de Mallplaza Vespucio, un proyecto impulsado por empresarios chilenos de los sectores retail, inmobiliario y financiero, en conjunto con Falabella, para desarrollar un centro comercial en la comuna de La Florida. La apertura de este centro comercial marcó un hito en la industria de centros comerciales en Chile, junto con impulsar el desarrollo urbano de una de las comunas con mayor potencial demográfico del país.

Plaza Vespucio S.A. inicia sus operaciones en el negocio de los centros comerciales en Chile en el año 1990 con la construcción e inauguración de un *mall* ubicado en la comuna de La Florida, siendo éste el primer centro comercial en Chile orientado a un segmento socio económico de nivel medio alto, ubicándose fuera del eje Alameda-Providencia-Apoquindo-Las Condes.

El modelo de negocios contemplaba la primera integración vertical de un *retailer* en Chile y destacó desde sus orígenes como un centro comercial pionero a nivel local, al incorporar un concepto nuevo para esta industria. Mallplaza Vespucio contó con el primer *food-court* en Chile y en 1991 agregó un *boulevard* de servicios. Al año siguiente se mantuvo en la línea de la innovación al inaugurar los primeros multicines de Chile, con 6 salas de cine operadas por Cinemark.

Durante sus primeros años de existencia, Mallplaza Vespucio se consolidó como el centro comercial más visitado del país, y llegó a convertirse en modelo para los siguientes proyectos, tanto en Santiago como en regiones.

1994 – 1995

Tras el éxito y consolidación alcanzado por Mallplaza Vespucio, sus accionistas decidieron replicar el modelo de negocios, junto con la incorporación de un nuevo socio, Almacenes París.

En el año 1994, se inaugura Mallplaza Oeste, segundo centro comercial de la cadena, en la intercomuna de Maipú-Cerrillos, y posteriormente en 1995 se inaugura, también en Chile, el primer centro comercial en regiones: Mallplaza Trébol, en la ciudad de Concepción Metropolitana.

Con estos nuevos centros comerciales la cadena Mallplaza se consolidó como la primera compañía en operar más de dos centros comerciales en Chile y como el operador líder de la industria, superando los 90.000 m² de superficie arrendable.

1998

La Compañía continuó su proceso de expansión tanto en Santiago como en otras regiones de Chile, inaugurando el cuarto y quinto centro comercial: Mallplaza Tobalaba en la comuna de Puente Alto y Mallplaza La Serena en la ciudad del mismo nombre.

A su vez, durante este mismo año se incorpora a Mallplaza Vespucio el centro médico Avansalud, hoy Clínica Vespucio, el primer centro médico ubicado dentro de un centro comercial en Chile. Al cierre del año 1998 Mallplaza contaba con alrededor de 115.000 m² arrendables.

Asimismo, por primera vez en Chile, una cadena de centros comerciales unifica su marca, para participar en diferentes mercados y ciudades bajo un mismo nombre. Mallplaza pasa a ser la marca líder de la industria, aprovechando las sinergias y su penetración en los consumidores.

2000

Se incorpora a la oferta de productos y servicios, el primer canal de distribución automatizada en centros comerciales en Chile: AutoPlaza. El primer AutoPlaza se inauguró en Mallplaza Oeste y tuvo una gran aceptación en el mercado.

2003

Estuvo marcado por el crecimiento y la innovación de Mallplaza, logrando consolidar y diferenciar a la Compañía de sus principales competidores al establecer el concepto de *town center* o centro urbano. Este nuevo modelo en Chile nació en Mallplaza Vespucio, extendiéndose rápidamente a todos los centros urbanos de la cadena, modelo que luego la industria chilena ha ido adoptando.

Por primera vez en Latinoamérica se crea una biblioteca pública al interior de un centro comercial. Biblioteca Viva fue inaugurada en el Centro de Entretenimiento, Gastronomía y Cultura de Mallplaza Vespucio, que ya contaba con una sala de exposición y recitales. Como parte del compromiso de Mallplaza en acercar la cultura a su comunidad, Mallplaza Vespucio inaugura en el mes de mayo la sala de teatro San Ginés con capacidad para 350 personas, siendo ésta la primera sala de teatro ubicada dentro de un *mall*.

A su vez, se incorporó a Mallplaza Vespucio el centro educacional Duoc UC, marcando el ingreso de los establecimientos educacionales a un centro urbano en Chile.

Este mismo año se inauguran dos nuevos centros comerciales: Mallplaza Norte ubicado en la comuna de Huechuraba, y Mallplaza Los Ángeles ubicado en la VIII región. Al año 2003 Mallplaza contaba con tres centros comerciales en regiones y cuatro en Santiago, con una superficie arrendable de 400.000 m² e ingresos brutos anuales consolidados que superaban los UF 3 millones.

2004

Se extendió la presencia de Duoc UC en los centros comerciales de Mallplaza, esta vez en Mallplaza Oeste. Este centro educacional contaba con 15 carreras profesionales y técnicas distribuidas entre las escuelas de Administración y Negocios, Diseño e Ingeniería y Construcción.

Por otra parte, este mismo año Mallplaza inauguró un moderno centro médico Integramédica, una Biblioteca Viva y un Museo Nacional de Bellas Artes en Mallplaza Norte, mientras que Mallplaza Vespucio amplió su *Boulevard* de servicios en el mes de diciembre con un gimnasio Energy y el instituto de secretariado Manpower.

2005

Mallplaza Trébol en Concepción aumentó su gama de servicios al incluir en su oferta un Autoplaza y un *bowling*, siendo éstos los primeros en abordar los mercados regionales.

Este mismo año, Mallplaza Vespucio inauguró la zona gastronómica Las Terrazas y el *boulevard* financiero, incorporando al sector bancario y de servicios financieros a su cartera de arrendatarios.

2006

La Compañía se instala en la II Región del país a través de Mallplaza Antofagasta, el primer centro comercial en la ciudad de Antofagasta, adecuando exitosamente su modelo de negocios a un nuevo público. Este *mall* ha sido un pilar importante en la recuperación del borde costero de la ciudad, habiendo sido premiado nacional e internacionalmente por su diseño y aporte urbano a la ciudad.

2007

Se produce un cambio en la estructura de propiedad de la Compañía. Almacenes París (controlada por Cencosud), vende su participación al resto de los accionistas de la Compañía de forma proporcional.

Se inaugura Aires en Mallplaza Trébol, un nuevo concepto de espacio focalizado en la moda y decoración.

Este mismo año, la Compañía inició un proceso de internacionalización incursionando en el mercado peruano a través de una asociación con los *retailers* chilenos Falabella y Ripley, quienes cuentan, cada uno, con un 40% de la sociedad Aventura Plaza S.A. El 20% restante está en manos de Plaza S.A., quien sin ser controlador tiene la administración, comercialización y operación de dicha cadena de centros comerciales en Perú. Aventura Plaza S.A. inauguró su primer *mall* en 2007 en la ciudad de Trujillo, y en 2008 inauguró un nuevo *mall* en Lima.

2008

Mallplaza inaugura 2 nuevos centros comerciales. En mayo se inauguró Mallplaza Alameda, el primer *mall* vertical del grupo con cinco niveles comerciales y de entretención, ubicado en la comuna de Estación Central, mientras que en diciembre se inauguró Mallplaza Sur, ubicado en la comuna de San Bernardo. Asimismo, se lanza Aires en Mallplaza Vespucio.

A mediados de 2008, se constituye la estructura de *holding* de Mallplaza con la creación de Plaza S.A., sociedad matriz que consolida todas las empresas del grupo y todos los centros comerciales que operan bajo la marca Mallplaza.

2009

En mayo, la compañía adquiere la propiedad de Mallplaza Calama, en el norte de Chile, siendo el principal centro comercial de la zona minera, con cerca de 51.500 m² arrendables. De esta forma, Plaza S.A. llega a 11 Centros Comerciales en Chile, con 830.000 m² arrendables.

Plaza realiza su primera emisión de bonos corporativos en Chile por un total de UF 5 millones, obteniendo el mejor spread del año hasta ese momento.

2010

Mallplaza retoma su plan de desarrollo partiendo por la expansión de dos de sus actuales centros comerciales: Mallplaza Norte y Mallplaza Calama, con el objetivo de adaptarse al crecimiento de sus áreas de influencia y responder a las nuevas necesidades de los clientes. A fines de 2010 abrió al público la ampliación de Mallplaza Norte, incorporando una completa variedad de locales comerciales que lo consolidan como el principal punto comercial de la zona Norte de la Región Metropolitana.

Plaza S.A. continuó consolidando su proceso de internacionalización, al arribar a un tercer país latinoamericano, en este caso, Colombia, mediante la constitución de la sociedad Mall Plaza Colombia S.A.S.

En octubre de este año se realizó la segunda colocación de bonos por un total de UF 5 millones a 21 años plazo.

2011

Se inaugura un nuevo centro comercial en Perú, el tercero en ese país, el cual se emplaza en la ciudad de Arequipa. Cuenta con 55.000 m² arrendables, y en él se invirtieron US\$ 56 millones. Por su parte, durante ese mismo año se abrió a público la ampliación de Mallplaza Calama.

También, continúa el avance de diversos proyectos en la región, como son: Mallplaza Egaña y Mallplaza Bío-Bío en Chile, Mall Aventura Plaza Santa Anita en Perú y Mallplaza El Castillo en Colombia.

En junio se realiza la tercera colocación de bonos, esta vez por un total de UF 3,5 millones, recursos que fueron destinados a continuar con la reestructuración de pasivos financieros de la compañía y el prepago de deudas de corto y largo plazo, logrando con esto mejorar el perfil de vencimientos de los pasivos y mejorando las tasas de interés vigentes.

2012

Mallplaza realizó a mediados de año su cuarta emisión de Bonos públicos en el mercado chileno, colocando UF 4,0 millones.

En agosto entró en operaciones Mallplaza Mirador Biobío, tercer centro comercial de la cadena en la VIII región de Chile, que se ubica en Concepción y cuya inversión totalizó US\$80 millones. Este centro comercial cuenta con 45.000 m² arrendables.

En Perú se inauguró Mall Aventura Plaza Santa Anita, ubicado en la zona este de Lima, con una inversión de casi US\$70 millones y una superficie arrendable de 50.000 m², siendo el cuarto centro comercial de la cadena en este país.

En septiembre de ese año, comenzó su operación Mallplaza El Castillo, ubicado en la turística ciudad de Cartagena de Indias, Colombia, primer centro comercial de la cadena en el país cafetero, que cuenta con una superficie arrendable de 25.000 m² y cuya inversión ascendió a US\$80 millones.

2013

En marzo Mallplaza adquirió el 74,64% de Inmobiliaria Mall Las Américas S.A., propietaria del centro comercial Mall Las Américas de Iquique, centro comercial dotado de una superficie de 23.000 m² arrendables. Al 30 de junio de 2020, Plaza S.A. mantiene una participación indirecta del 98,26344% sobre dicha sociedad.

En Mall Aventura Plaza Bellavista, Callao, Perú, se realizó una remodelación e inauguración de segundo piso y zona *retail* y de gastronomía, mientras que, en Mall Aventura Plaza Trujillo, se inauguró una nueva zona de grandes marcas.

En octubre de este año, Mallplaza colocó bonos por UF 4,5 millones, concretando así su quinta incursión en el mercado de capitales chileno.

En el mes de diciembre abrió a público Mallplaza Egaña, centro comercial ubicado en la comuna de La Reina, que representa el primer mall sustentable de Chile y que cuenta con certificación LEED GOLD. La apertura inicial, etapa uno, consideró una superficie arrendable de 47.000 m², actualmente cuenta con 94.000 m² arrendables.

2014

En Chile, Mallplaza Egaña vio consolidada su oferta comercial con la apertura de nuevas tiendas y de la zona ProSport, además de la inauguración de un centro cultural gastronómico. En Mallplaza Oeste se inauguró una innovadora propuesta de entretenimiento y áreas de esparcimiento que incluyen una laguna artificial, espacios públicos al aire libre, paisajismo y juegos para toda la familia, sumado a exclusivos restaurants en Las Terrazas, que integran esta nueva oferta junto con el sector Aires el cual reúne las últimas tendencias de la moda, con marcas internacionales. Mallplaza Trébol concretó la ampliación de su *food court*, incorporando 19 nuevos locales y 1.500 mesas adicionales.

En noviembre de este año, se inauguró Mallplaza Copiapó, el primer centro comercial sustentable de la Región de Atacama. Con una superficie arrendable de 30.500 m² en una primera etapa. La propuesta considera dos tiendas departamentales, un supermercado Tottus, *food court* y más de 100 locales. En la actualidad cuenta con 46.000 m², brindando una oferta de productos y servicios integral para la ciudad, incluyendo marcas internacionales, tiendas departamentales, gastronomía, cines, juegos y un centro médico.

En Perú se amplió Mall Aventura Plaza Bellavista, incorporando un boulevard gastronómico que potencia la oferta del centro comercial, además de su tercera Tienda Departamental, París. Mall Aventura Plaza Trujillo fue ampliado y abrió su tercera tienda departamental París, junto con 10 nuevas tiendas especializadas. Además, se incorporaron edificios de centros médicos Medicentro-Clinica Internacional en los cuatro malls de la cadena en Perú, consolidando así una potente propuesta de servicios para nuestros consumidores.

En Perú, Aventura Plaza S.A. adquirió un Power Center en el sector de Cayma, en la ciudad de Arequipa, el cual fue ampliado para transformarlo en un centro comercial tipo *Mall*. Este nuevo centro comercial posee 43.000 m² de GLA (superficie arrendable).

En Colombia, Mallplaza El Castillo se consolida en Cartagena de Indias; prueba de esto es la obtención del destacado reconocimiento FIABCI 2014, premio otorgado a los proyectos que ilustran la excelencia en desarrollo inmobiliario.

2015

En Chile, Mallplaza Egaña inaugura la Azotea Urbana con una diversa oferta gastronómica en el cuarto piso, además de su complejo de cines, incluyendo la primera sala IMAX de Chile. En Mallplaza Copiapó se completó la oferta comercial con la apertura de sus salas de Cine, Las Terrazas y el segundo piso. A finales de ese año, finalizó la remodelación y ampliación interior del Mall Las Américas, cambiando su denominación

a *Mallplaza Iquique*. También se realizaron ampliaciones en otros centros comerciales de Chile, principalmente en Mallplaza Oeste, Mallplaza Vespucio y Mallplaza Trébol.

Durante este año se completó la ampliación y remodelación de Mall Aventura Plaza Trujillo y Mall Aventura Plaza Bellavista, específicamente sus áreas de cine y patios de comidas, potenciando así su propuesta de entretención y gastronomía tanto para la ciudad de Trujillo, como para la zona de Callao en Lima.

En Colombia se iniciaron las obras de construcción de Mallplaza Manizales, centro comercial que tendrá la primera tienda Falabella de esta ciudad, con una superficie arrendable de 38.000 m².

En el ámbito de la sustentabilidad, Mallplaza obtuvo el 2° lugar, categoría "Oro", en el Ranking de Sustentabilidad Empresarial PROhumana 2015 en Chile, mientras que Mallplaza Egaña obtuvo "Oro" en los premios RECON Latinoamérica del International Council of Shopping Centers (ICSC) por diseño y desarrollo de la arquitectura de este centro urbano.

2016

En febrero la Clasificadora de Riesgo Humphreys Limitada modificó la clasificación de riesgo local de Plaza S.A. desde "Categoría AA" a "Categoría AA+", ratificando la solidez del modelo de negocios y cifras financieras de la Compañía.

En marzo, Mallplaza Egaña obtuvo el premio *Viva Awards* al centro comercial como el mejor de los mejores en la categoría sustentabilidad, otorgado a nivel mundial por el International Council of Shopping Centers (ICSC).

En Colombia se inicia a la construcción de Mallplaza Barranquilla. Este centro comercial será el tercer módulo, de un conjunto de centros comerciales que ya operan en uno de los mejores sectores de la ciudad. Su superficie arrendable será de 54.000 m².

En Perú, en el mes de julio, se materializó la escisión de Aventura Plaza S.A., donde Plaza S.A. mantenía el 20% de la propiedad, decisión adoptada por los socios el año anterior, quedando bajo la administración de Mallplaza los centros comerciales: Mallplaza Bellavista, Mallplaza Arequipa y Mallplaza Trujillo, que totalizaban aproximadamente 169.000 m² arrendables a la fecha. Los dos centros comerciales restantes (Mall Aventura Santa Anita y Mall Aventura Arequipa), quedaron en propiedad del Grupo Ripley. Adicionalmente, se hace un cambio de la marca *Aventura Plaza* por el de *Mallplaza*, como también el cambio de razón social desde Aventura Plaza S.A. a Mall Plaza Perú S.A., quedando Plaza S.A. con una participación accionaria del 33,33%.

2017

En septiembre de este año se inauguró Mallplaza Los Dominicos, ubicado en la comuna de Las Condes, siendo el segundo centro comercial de la Compañía en la zona oriente de Santiago. Se trata de un centro urbano construido con capacidad de transformarse permanentemente, articulando espacios, contenidos y experiencias en constante renovación y co-creando con las personas; un hub social. Este centro comercial cuenta con una superficie arrendable de 95.000 m².

Por otra parte, se inició la construcción de Mallplaza Arica, el cual será el primer centro comercial de la Decimoquinta región de Chile. Estará ubicado en una de las principales arterias de la ciudad y contará con una oferta comercial que incluye tiendas como Falabella, Ripley, Líder y Cinemark además de marcas de moda y tendencias en entretención y gastronomía. Una propuesta que viene a potenciar el turismo de la zona y aportará una superficie arrendable de 33.000 m².

2018

El 12 de abril, se abre al público en Chile Mallplaza Arica, el primer centro comercial en la entrada norte de Chile con una superficie arrendable aproximada de 34.000 m². Ese mismo año en Chile se inaugura la Biblioteca Viva en Mallplaza Los Dominicos, la décima en los centros comerciales Mallplaza.

El 27 de julio, con la venta de una porción minoritaria efectuada por algunos de los accionistas fundadores de la compañía, Mallplaza registró la mayor apertura bursátil en la historia de la Bolsa de Comercio de Santiago a la fecha, reflejando la confianza del mercado y de los inversionistas en la empresa. La operación recaudó 530 millones de dólares mediante la colocación de 240 millones de acciones, a un precio de \$1.431 por papel. Con ello, 12,24% de las acciones de Plaza S.A. pasaron a propiedad de inversionistas extranjeros y locales de variados segmentos.

El 16 de agosto, abre sus puertas en Colombia Mallplaza Manizales con una superficie arrendable aproximada de 38 mil m² y se inicia la construcción de Mallplaza Cali (60.000 m² de superficie arrendable).

En Perú, se inicia la construcción de Mallplaza Comas (aproximadamente 81.000 m² de superficie arrendable) en la zona norte de la ciudad de Lima.

2019

En Colombia, el 24 de octubre, se abre a público Mallplaza Buenavista, en la ciudad de Barranquilla con una superficie arrendable de 58.000 m², siendo el tercer centro comercial de la compañía en ese país. Dentro de su oferta comercial destaca la apertura del innovador formato gastronómico "El Mercado", la tienda Falabella más grande de la región Caribe, un moderno complejo de cines Cinépolis y una potente oferta de las últimas tendencias de moda, destacando la incorporación del grupo INDITEX con marcas como Bershka, Stradivarius, Pull&Bear, Zara Home y Massimo Duty.

El 20 de diciembre, Fitch Ratings subió la Clasificación de Riesgo de largo plazo de Mallplaza a “AA+” desde un “AA”, con perspectiva estable, reflejando (1) La alta diversificación geográfica y de uso mixto del espacio arrendado, otorgándole a nuestra compañía una estabilidad importante en la generación de flujo de caja a través de los ciclos macroeconómicos; (2) indicadores de endeudamientos holgados junto con niveles de eficiencia sólidos; (3) un perfil crediticio individual fortalecido, reconociendo la independencia de Mallplaza sobre su matriz Falabella para cumplir sus obligaciones. Esta clasificación reafirma nuestra posición de liderazgo en la región, teniendo clasificación “AA+” por sus tres clasificadoras, Fitch Ratings, Feller Rate y Humphreys.

2020 en adelante

En febrero del 2020 Mallplaza colocó bonos por UF 2 millones, volviendo al mercado de capitales de renta fija después de 6 años.

Luego, en junio del 2020 Mallplaza colocó bonos por UF 4 millones, concretando así su séptima incursión en el mercado de capitales chileno.

Con 30 años de experiencia en la industria chilena y un importante conocimiento del consumidor, Mallplaza administra (a junio 2020) 1.701.000 m² arrendables totales distribuidos en 23 centros comerciales en Latinoamérica (17 en Chile, 3 en Perú y 3 en Colombia), ubicándose así dentro de las principales cadenas de la región.

En el contexto de una industria en pleno crecimiento y con una sólida posición financiera, Mallplaza trabaja activamente en su proceso de consolidación en Chile y expansión de su posición en otros mercados, replicando en ellos su exitoso modelo de negocios orientado a satisfacer los más diversos intereses y necesidades de los consumidores apoyado en su ecosistema omnicanal.

Para ello, Mallplaza cuenta con un portafolio de activos de centros comerciales regionales único en Latinoamérica, que le permite ser uno de los principales centros de abastecimiento de las comunidades: Varios de sus centros comerciales son Activos Premium, teniendo Mallplaza 6 de los principales 10 centros comerciales de Chile según ingresos y superficie arrendable. Junto a lo anterior, la compañía ha continuado su proceso de consolidación de su ecosistema omnicanal, entendiendo los centros comerciales como ecosistemas omnicanales donde ocurren y se potencian múltiples interacciones para brindar una mejor experiencia de visita y compra personalizada para sus clientes, apoyado en una amplia propuesta de retail potenciada con una relevante oferta comercial complementaria a éste en todos sus centros urbanos, como son los usos mixtos, servicios y retailtainment.

Posterior al 30 de junio del 2020, en agosto, Mallplaza, a través del Compartimento Uno del Fondo de Capital Privado Mallplaza en Colombia, adquirió 66.000 m² de la superficie arrendable del Centro Comercial Calima en la ciudad de Bogotá, Colombia, añadiendo su cuarto centro urbano en Colombia, alcanzando así los 190.000 m² de superficie arrendable en ese país, uniéndose a sus centros urbanos en operación en las ciudades de Barranquilla, Cartagena y Manizales. Este centro comercial está ubicado en el corazón de Bogotá, en una zona con alto potencial de desarrollo económico y comercial, conectado a las principales vías de acceso de la ciudad y del transporte público. La incorporación de este centro comercial a la compañía forma parte de su plan estratégico para potenciar su presencia y posicionamiento en Colombia.

La propuesta comercial de Mallplaza en Calima cuenta con una tienda mejoramiento hogar Homecenter Sodimac, complejo de cines Cinépolis e hipermercado Éxito, importantes marcas de retail, gastronomía, entretención y uso mixto. La Compañía incorporará soluciones digitales y omnicanales que mejoren la experiencia de los socios comerciales y de los visitantes. Además, incluye la apertura de la primera tienda IKEA en Colombia en el año 2023.

La adquisición antes indicada asciende a un total de aproximadamente a USD128 millones. El financiamiento de la operación se estructuró aproximadamente con 20% vía aporte de capital y 80% a través de financiamiento de deuda a largo plazo (duración promedio a 11 años y período de gracia de 5 años), no generando presión a la posición financiera y liquidez actual de la compañía.

En septiembre, Mallplaza Comas inicia su operación a través de un proceso de apertura gradual por etapas, estimándose su apertura completa para finales del 2020.

3.2 Descripción del Sector Industrial

Un centro comercial nace como un ecosistema omnicanal, debiendo ser capaz de satisfacer, en un solo lugar, múltiples necesidades del consumidor (“one stop shopping”), lo que entrega distintas ventajas a los consumidores al potenciar interacciones que brindan una experiencia de visita y compra personalizada, ahorro de tiempo para la compra de productos y servicios al disminuir los traslados, poder comparar fácilmente distintos productos y servicios antes de tomar la decisión de compra, además de facilitar el acceso y seguridad, entre otras.

Los espacios comerciales se clasifican en distintos segmentos dependiendo de una serie de características, entre las cuales podemos destacar: propósito, superficie construida, número y porcentaje de GLA de tiendas ancla, número y tipo de tiendas menores, entre otros¹.

¹ Clasificación según ICSC.

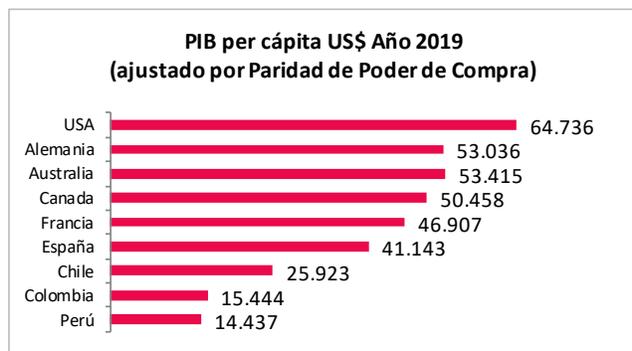
Tipo de Mall	Superficie Construida (m ²)	Número de Tiendas Anclas	Porcentaje Tienda Ancla sobre GLA Total (%)	Número de Tiendas
Uso General				
Super Regional Mall	74.000 +	3+	50% - 70%	No Aplica
Regional Mall	37.000 - 74.000	2+	50% - 70%	40-80
Centro Comercial Comunal	11.500 - 37.000	2+	40% - 60%	15-40
Centro Comercial de Barrio	2.500 - 11.500	1+	30% - 50%	5-20
Strip Center	< 2.500	0	No Aplica	No Aplica
Uso Específico				
Power Center	23.000 - 55.000	3+	70% - 90%	No Aplica
Estilo de Vida	14.000 - 46.500	0-2	0% - 50%	No Aplica
Outlets	4.500 - 37.000	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Centros Temáticos / Festivales	7.500 - 23.000	No Aplica	No Aplica	No Aplica
Propósito Acotado				
Retail en Aeropuertos	7.000 - 28.000	No Aplica	No Disponible	No Disponible

El hecho que los centros comerciales sean administrados con independencia de los operadores de las tiendas (menores, departamentales, etc.) representa importantes ventajas para la operación de estos y permite resolver los distintos conflictos de interés que puedan aparecer. Por una parte, permite decidir el mejor *mix* de productos y servicios, así como la distribución de las tiendas dentro del centro comercial para ubicarlas estratégicamente de modo de maximizar el flujo de público. Asimismo, permite lograr una mejor coordinación y eficiencia en su promoción.

En general, el modelo de un centro comercial Mallplaza en Chile se inclina hacia el concepto de *town center*, en donde se concentra un gran número de tiendas comerciales, centros de cultura (bibliotecas, salas de concierto y teatro), servicios (financieros, utilidad pública), servicio automotriz, entretención (*food courts*, cines, restaurants), salud (centros médicos, maternidades), educación y oficinas, todo bajo un ambiente seguro que mejora la experiencia de compra de los clientes.

Esto se diferencia del concepto usado en USA. en donde el gran tamaño de mercado da espacio para que existan centros comerciales más especializados, por ejemplo, centros comerciales dedicados exclusivamente al deporte, la tecnología y la moda.

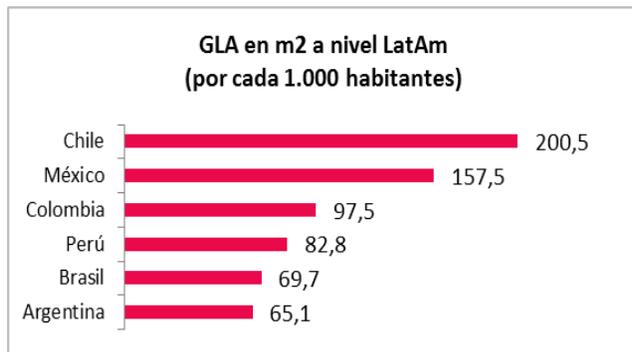
En cuanto al desarrollo de los malls a nivel mundial y a nivel sudamericano, se observa un alto potencial de crecimiento para este negocio dados los actuales niveles de penetración y poder adquisitivo. Lo anterior se debe a que el poder comprador es aún bajo en comparación al de países desarrollados, siendo que, al mismo tiempo en esos países desarrollados, la penetración de los centros comerciales por cada mil habitantes es mucho mayor.



Fuente: Estimaciones FMI. World Economic Outlook Database, 2019



Fuente: ICSC Country Fact Sheets (2016-2018)
GLA (Gross Leasable Area o Superficie Arrendable)



Fuente: ICSC (2017)
GLA (Gross Leasable Area o Superficie Arrendable)



Fuente: ICSC (2017)

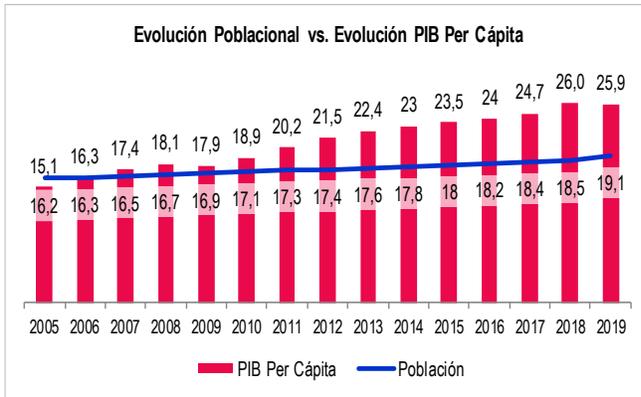
En el futuro, el crecimiento de la industria debiera estar determinado por diferentes factores tales como el incremento en el ingreso per cápita y concentración demográfica como también la accesibilidad y diseño de los centros comerciales. Mirando hacia adelante, la importancia de la experiencia también será un factor clave en el crecimiento de la industria: el tener un *mix* comercial diversificado, con negocios enfocados a usos mixtos, servicios y entretenimiento, como el *retailtainment* y gastronomía, entre otros, permitirán al centro comercial generar motivos de visitas adicionales y entregar experiencias personalizadas a todos sus visitantes de la mano de la disponibilidad de data que permite entender integralmente al consumidor y brindar una respuesta personalizada a sus requerimientos y necesidades, abriendo oportunidades para los arrendatarios e influyendo en la preferencia por parte de los consumidores para hacer de los centros comerciales la mejor alternativa.

3.2.1 La Industria en Chile

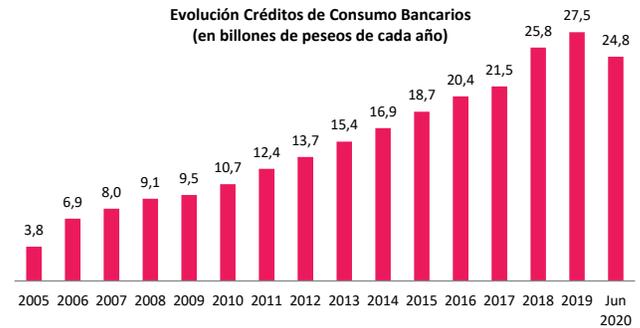
Hasta principios de la década de los '80s, gran parte de la actividad comercial en Chile se desarrollaba en los centros de las ciudades. A partir de esa época, esto ha ido cambiando en forma creciente, trasladando la actividad comercial hacia centros comerciales que aglomeraban en un solo lugar una cartera de *retailers* y servicios funcionando bajo una infraestructura común.

En un comienzo el desarrollo de centros comerciales era periférico en el sentido que las nuevas oportunidades de desarrollo de proyectos estaban estrechamente relacionadas a la expansión de la ciudad. Sin embargo, en los últimos años este patrón de desarrollo ha ido cambiando, y la mayoría de los nuevos centros comerciales han sido construidos en zonas consolidadas con alta densidad poblacional. La razón fundamental detrás de este cambio en el patrón de localización de los nuevos centros comerciales es que gran parte de las ventas son a hogares que están ubicados en los alrededores de éstos, y a medida que la economía crece y los hogares gastan más, menor es el área requerida para generar el volumen de ventas que permite sustentar las inversiones. Por otro lado, la congestión vehicular ha aumentado en las principales ciudades, dificultando el traslado a centros comerciales más alejados de los lugares de residencia.

El consumo en Chile ha crecido fuertemente en las últimas décadas gracias a factores como el crecimiento económico, el incremento en los niveles de ingreso disponible, la expansión y densificación de las principales ciudades del país, y el mayor acceso al crédito de las personas, especialmente de niveles socioeconómicos medios y bajos. Los créditos de consumo han experimentado un fuerte crecimiento en las últimas décadas y, hoy en día, no sólo son otorgados por bancos, sino que también por casas comerciales, supermercados, compañías de seguros, cajas de compensación y cooperativas de ahorro y crédito, entre otros.



Fuente: Estimaciones FMI. World Economic Outlook Database, diciembre 2019. Población en millones de personas. PIB per cápita en miles de dólares a paridad de poder de compra.



Fuente: SBIF. Datos a junio 2020

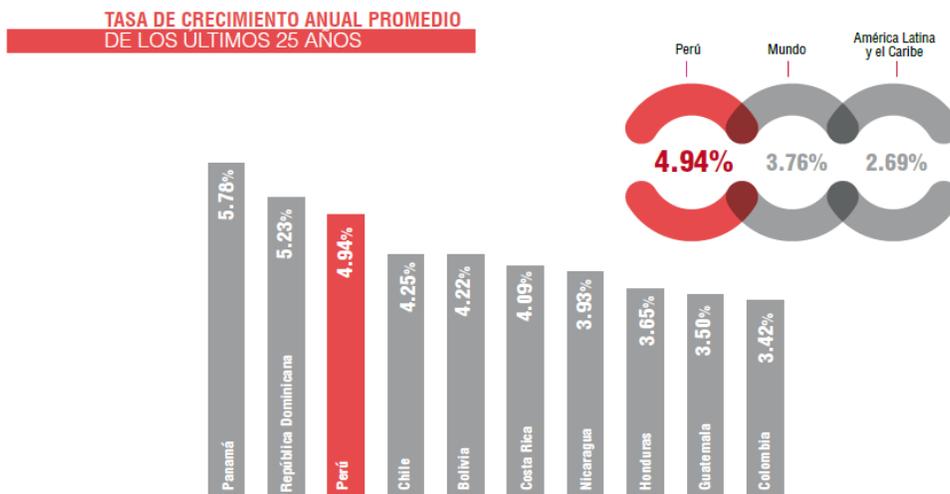
Este desarrollo del consumo se ha canalizado, en gran parte, a través del desarrollo de nuevos centros comerciales a lo largo del país. Según se reporta en un estudio del International Council of Shopping Centers (ICSC), hacia 1997 los centros comerciales en Chile generaban un 15% de las ventas totales del sector comercio (“share of wallet”). En cambio, el 2017 este indicador alcanzó un 25%, según la Cámara Chilena de Centros Comerciales, dando cuenta de la mayor importancia de los centros comerciales en el gasto total de las familias.

Sin embargo, los centros comerciales en Chile aún tienen espacio para seguir creciendo. Al examinar variables como el número de *shopping centers*, incidencia de los *shopping centers* en las ventas del sector *Retail* y metros cuadrados arrendables por cada mil habitantes y desagregándolas por país, es posible apreciar que la industria de centros comerciales en Chile tiene grandes oportunidades para continuar con su proceso de crecimiento.

Durante sus etapas iniciales, el desarrollo de la industria de los centros comerciales en Chile se caracterizó por la participación de las grandes compañías de *retail*, las cuales buscaban incrementar su número de tiendas por departamento y cobertura geográfica. Hoy en día esto se confirma al analizar quienes son algunos de los principales operadores de centros comerciales: Mallplaza (filial del Grupo Falabella), Cencosud Shopping Center (filial del Grupo Cencosud) y Parque Arauco.

3.2.2 La industria en Perú

De acuerdo a datos a diciembre de 2019 del Fondo Monetario Internacional (FMI), la economía peruana presenta un crecimiento de 4,94% en promedio por año, durante los últimos 25 años. Con respecto a la tasa de crecimiento, Perú se ubica en el tercer lugar, siendo superado solo por Panamá (5,78%) y República Dominicana (5,23%), y registrando un crecimiento superior al de Latinoamérica y el Caribe, y el mundo.



FUENTE: FMI

Fuente: Los centros comerciales en el Perú – ACCEP 2019

Con respecto a las ventas de los centros comerciales, de acuerdo al informe anual 2019 presentado por la Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú (ACCEP), éstas alcanzaron los 27.465 millones de soles en 2018, lo que permitió lograr un crecimiento anual del 7,1%. Para el 2019, se estimaron ventas de S/29.569, lo cual significa un crecimiento del 7,0% vs 2018.

Este crecimiento se debió en parte al aumento del número de visitas a los centros comerciales. En promedio, 66 millones de personas visitaron los diferentes centros cada mes durante 2018 y se estimó 71 millones de visitas mensuales promedio para 2019.

Indicador	2015	2016	2017	2018	2019¹
Ventas brutas de los centros comerciales (millones de soles)	22,879	23.894	25,647	27,465	29,569
Tasa de crecimiento de las ventas	9,5%	4,4%	7,3%	7,1%	7,0%
Visitas mensuales promedio a los centros comerciales (millones de personas)	55	60	62	66	71
Evolución del área arrendable (miles de m²)	2,469	2,696	2,764	2,827	3,037
Tasa de vacancia (en porcentaje)	3,6%	3,3%	4,0%	5,7%	4,6%
Número de centros comerciales	72	77	79	83	85
Número de tiendas	7,049	8,049	8,056	7,550	8,144
Empleos generados directos e indirectos*	-	138,167	156,207	170,810	179,935

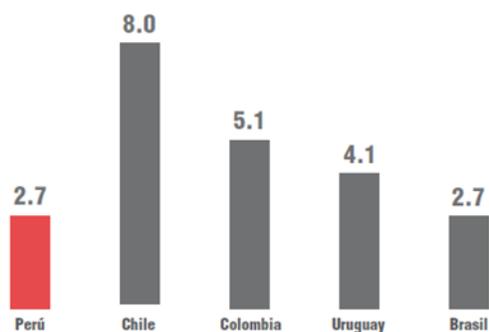
Fuente: Los centros comerciales en el Perú - ACCEP 2019

No se cuenta con información para Boulevard de Asia, Open Plaza y Urbanova

(1) Proyección

Perú presenta una baja penetración de centros comerciales (2,7 por cada millón de habitantes), en comparación con otros países de la región, como Chile y Colombia. El Perú se mantiene como un destino atractivo para la inversión en *retail*.

CENTROS COMERCIALES POR MILLÓN DE HABITANTES



FUENTE: Acep, Cámara de Comercio de Chile, Colliers International Colombia, Guía Práctica del Administrador y Abrasco.

Con respecto a la concentración por número de malls, Real Plaza, Inmuebles Panamericana, Open Plaza y Parque Arauco son los 4 operadores que administran el 63% del total de centros comerciales asociados a ACCEP. Si se analiza por grupo económico, Real Plaza, Falabella (Mall Plaza y Open Plaza) y Parque Arauco (Parque Arauco e Inmuebles Panamericana) concentran el 66% de ellos.

INFORMACIÓN CONSOLIDADA AL 2018

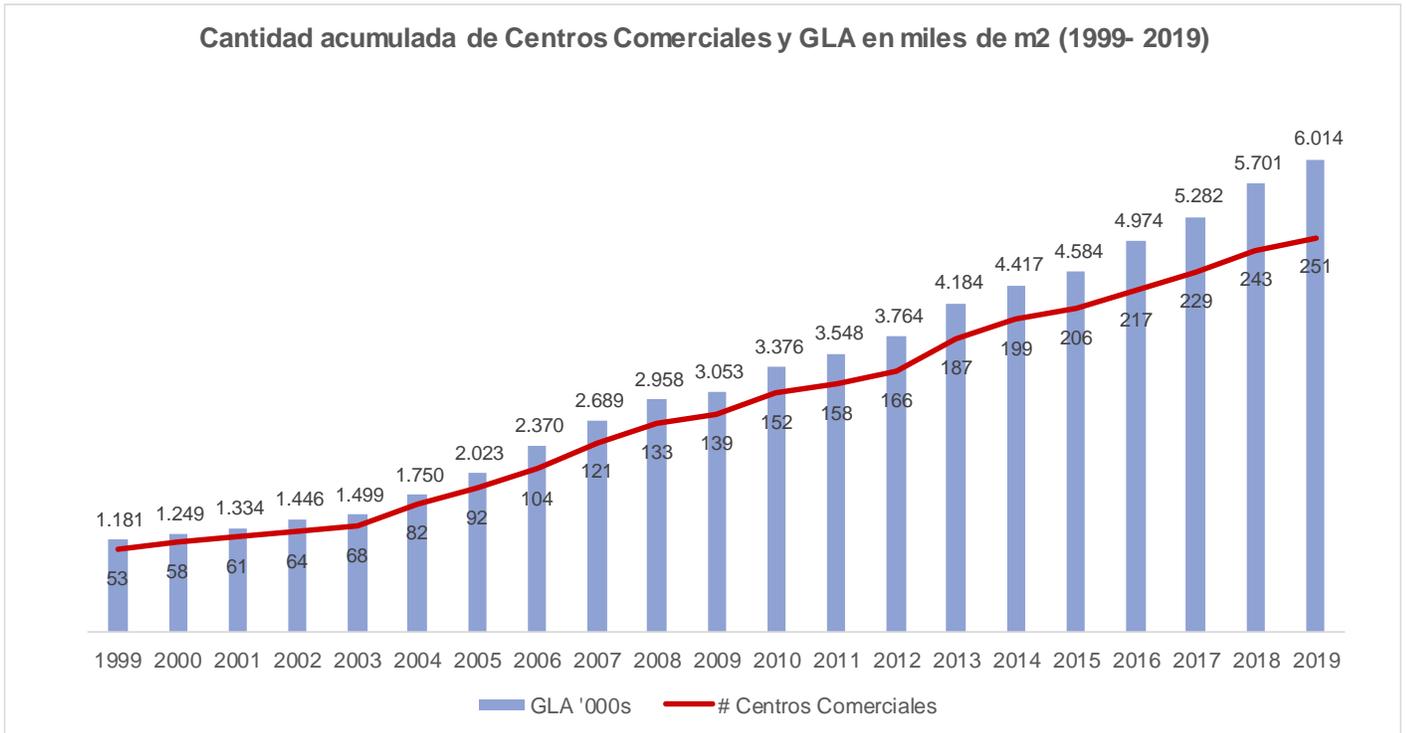
Operador		En Lima	En Provincia	Total
ACCEP	Administradora Jockey Plaza Shopping Center	1	0	1
	Boulevard de Asia	1	0	1
	Cencosud Shopping Centers	2	1	3
	Centenario Renta Inmobiliaria	1	0	1
	Corporación E. Wong	2	0	2
	Grupo Patio	2	4	6
	Inmuebles Panamericana	4	7	11
	Mall Aventura	1	1	2
	Mallplaza ¹	1	2	3
	Open Plaza	4	7	11
	Parque Arauco	7	3	10
	Plaza San Miguel	1	0	1
	Real Plaza	8	12	20
	Urbanova	9	0	9
Viva GyM	1	1	2	
Total Acep	45	38	83	
OTRO	Penta Realty Group	2	1	3
	Centro Comercial Caminos del Inca	1	0	1
	El Polo	1	0	1
	Royal Plaza	1	0	1
	Centro Comercial Riso	1	0	1
	Qhatu Plaza	1	0	1
	InRetail	1	2	3
	Total otros	8	3	11
Total Perú		53	41	94

FUENTE: Acep
(1) Mall Plaza pasó a llamarse Mallplaza a partir del 2018.

3.2.3 La industria en Colombia

Al cierre del año 2019, la economía colombiana reportó un crecimiento en el PIB del 3,4% respecto del año 2018, En total, el comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas; transporte y almacenamiento; alojamiento y servicios de comida contribuyeron 1,6% al PIB del 2019. Desde el enfoque del gasto, la formación bruta de capital (inversiones privadas) creció 4,3%, en tanto que el gasto en consumo final tuvo un incremento real de 4,6% en 2019.

En términos de inflación, durante todo el 2019 se observó un comportamiento estable del nivel de precios de la economía, con cifras dentro del rango meta del Banco de la República. Durante 2019 la política monetaria se mantuvo inalterada; la tasa de intervención se mantuvo en 4,25% durante todo 2019.



Cifras a diciembre 2019
Fuente: ACECOLOMBIA (Asociación de Centros Comerciales de Colombia)

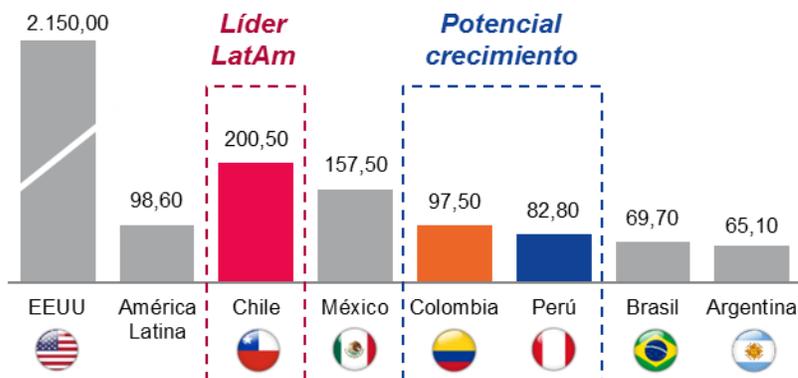
Centros Comerciales en Colombia

	#Centro		M2 GLA		# Locales	
	#	%	#	%	#	%
Grandes (GLA>40.000m2)	40	15,9%	2.371.563	39,4%	11.925	29,0%
Mediados (GLA 20.000 – 39.999m2)	70	27,9%	1.984.514	33,0%	12,947	31,5%
Pequeños (GLA 5.000 – 19.999m2)	141	56,2%	1.657.502	27,6%	16.236	39,5%
	251	100%	6,013,579	100%	41,108	100%

Cifras a diciembre 2019
Fuente: ACECOLOMBIA (Asociación de Centros Comerciales de Colombia)

Según la Asociación Colombiana de Centros Comerciales (Acecolombia), para el 2019 se registraron ventas cercanas a los 46 billones de pesos con presencia en 57 ciudades del país. Durante este mismo año, Colombia completó 251 centros comerciales con un GLA total de 6.013.579 m².

GLA por cada 1,000 habitantes (m²)



Fuente: ICSC (2017)

Respecto al panorama futuro de centros comerciales en Colombia, comparativamente en el continente, Colombia aún tiene capacidad de desarrollo comercial por encima del 50%, pues la saturación comercial en Chile y México duplica la situación actual del comercio en Colombia. En Colombia los complejos comerciales siguen concentrando la mayoría del comercio nacional. Según un informe de Euromonitor en el país, por cada tienda a pie de calle existen 10 en centros comerciales en el país.

Por último, es importante destacar el aporte que tiene los centros comerciales al desarrollo del país. Según ACECOLOMBIA, los centros comerciales son responsables de generar más de 300.000 empleos directos (que se caracterizan por ser formales y estables), generan espacios de mayor seguridad respecto que otros espacios (bajos índices de hurtos, homicidios, etc.), traen consigo desarrollo para la comunidad donde se ubican, y generan mayores recursos para los gobiernos locales producto de la valorización que aportan a los hogares cercanos, lo que redundará en mayores ingresos por prediales.

3.3 Descripción de las Actividades y Negocios

Plaza S.A. es el holding que opera en Chile, Perú y Colombia los centros comerciales bajo la marca Mallplaza, que, a junio de 2020, totaliza 1.701.000 m² de superficie arrendable.

En Chile agrupa las sociedades que construyen, administran, explotan y arriendan los locales y espacios publicitarios de sus 17 centros comerciales Mallplaza. Entre sus arrendatarios destaca una oferta diversificada de productos y servicios, siendo relevantes las tiendas por departamentos, tiendas especializadas, entretenimiento y cultura, salas de cine, juegos para niños, bibliotecas Viva, restaurantes y comida rápida, supermercados, venta de automóviles, oficinas, salud y educación. También se incluye el arriendo de espacios para publicidad en sus centros comerciales. Estas operaciones alcanzan 1.374.000 m² arrendables. A junio 2020 las 3 ampliaciones de Mallplaza Norte, Mallplaza Oeste y Mallplaza La Serena se mantienen en desarrollo. En conjunto, agregarán un total de 29.000 m² a la superficie arrendable actual.

Plaza S.A. a través de su filial Mall Plaza Colombia S.A.S., posee centros comerciales en operación en las ciudades de Cartagena de Indias, Manizales, y Barranquilla, así como un cuarto proyecto localizado en la ciudad de Cali. Al 30 de junio, la superficie arrendable en Colombia asciende a 122.000 m².

Además, Plaza S.A. administra 3 centros comerciales en Perú pertenecientes a Mall Plaza Perú S.A., de la cual posee un 33,33% de su propiedad. Estos malls totalizan 205.000 m² arrendables en conjunto y están ubicados en las ciudades de Lima, Arequipa y Trujillo. A 30 de junio de 2020, Mallplaza Comas se encuentra en etapa de término estimándose su apertura para el segundo semestre del 2020.

Centros Comerciales Mallplaza



Fuente: Plaza S.A. (a junio 2020)

Nota: Información no incorpora la adquisición de Centro Comercial Calima en Bogotá, Colombia, realizada el 05 de agosto 2020, ni Mallplaza Comas, que comenzó su apertura en septiembre del 2020.

(1) Flujo visitantes, Ventas socios comerciales, Superficie arrendable y Centros urbanos operados en Chile, Perú y Colombia al cierre de junio 2020.

(2) Últimos 12 meses al cierre de junio 2020. Cifras presentadas en pesos chilenos (CLP).

(3) Ventas de socios comerciales o arrendatarios presentada en pesos chilenos (CLP) al tipo de cambio de cierre de junio 2020.

Plaza S.A. posee el 33,3% del Mallplaza Perú S.A. siendo una subsidiaria no consolidada en sus estados financieros.

Por último, Plaza S.A. se encuentra desarrollando nuevos proyectos que suman más de 168.000 m² con una inversión de 376 millones de dólares en Chile, Perú y Colombia durante los próximos años, descritos a continuación:

Proyectos en Desarrollo Mallplaza



Fuente: Plaza S.A. (a junio 2020)

En sus estados financieros, Plaza S.A. consolida las operaciones de Chile y Colombia. Plaza S.A. incorpora a Mall Plaza Perú S.A., donde posee 33,3% de su propiedad, como Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación

(1) Valores inversión estimada a tipo de cambio del cierre de junio 2020. MMUSD (millones de dólares)

3.3.1 Propiedad y Estructura Societaria

El accionista controlador de Plaza S.A. es Desarrollos Inmobiliarios SpA., con un 59,28% de la propiedad, sociedad filial de Falabella S.A., uno de los mayores retailers de América Latina, con presencia en Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Perú y Uruguay, y que durante el año 2019 obtuvo ingresos por US\$12.569 millones, cifra que es un 1,6% superior a la de igual período del año anterior. Plaza S.A. es una unidad dentro del modelo de negocios de Falabella S.A., junto a los negocios de Tiendas por Departamento, Mejoramiento del Hogar, e-commerce, Supermercados, Retail Financiero, Bancos e Inmobiliario.

La composición accionaria a junio del 2020 de los 12 mayores accionistas de Plaza S.A. es la siguiente:

Accionista	Número de acciones suscritas y pagadas	% de propiedad (*)
DESARROLLOS INMOBILIARIOS SPA	1.161.849.244	59,28%
INVERSIONES AVENIDA BORGONO LIMITADA	274.704.252	14,02%
RENTAS TISSA LIMITADA	225.485.062	11,50%
CREDICORP CAPITAL SA CORREDORES DE BOLSA	56.183.882	2,87%
AFP HABITAT S A PARA FDO PENSION C	25.650.866	1,31%
AFP PROVIDA S.A. PARA FDO. PENSION C	17.754.715	0,91%
AFP HABITAT S A PARA FDO PENSION A	15.933.923	0,81%
AFP HABITAT S A PARA FDO PENSION B	13.582.167	0,69%
BANCO DE CHILE POR CUENTA DE CITI NA NEW YORK CLIE	12.328.132	0,63%
BANCO SANTANDER POR CUENTA DE INV EXTRANJEROS	11.005.228	0,56%
AFP PROVIDA S.A. PARA FDO. PENSION B	9.122.501	0,47%
AFP CUPRUM S A FONDO TIPO A	8.882.805	0,45%

Fuente: Datos de Plaza S.A. obtenidos en la CMF y Bolsa de Santiago – al 30 de junio de 2020.

La composición del grupo controlador cuya participación en Plaza S.A. es a través de Desarrollos Inmobiliarios SpA., filial de Falabella S.A. es la siguiente:

DETALLE GRUPO CONTROLADOR DE FALABELLA S.A.

GRUPO CONTROLADOR AL 31/12/2019		RUT	N° ACCIONES	%
GRUPO AUGURI	KARLEZI SOLARI MARÍA CECILIA	7.005.097-8	14,000,000	0.56%
	INVERSIONES AUGURI LTDA. (1)	78.907.330-9	37,533,331	1.50%
	LUCEC TRES S.A. (1)	99.556.440-8	267,803,642	10.67%
GRUPO BETHIA	BETHIA S.A. (2)	78.591.370-1	230,391,055	9.18%
	INBET S.A. (3)	85.487.000-9	2,678,697	0.11%
GRUPO CORSO	CORTES SOLARI JUAN CARLOS	7.017.522-3	2,081,442	0.08%
	SOLARI FALABELLA TERESA MATILDE	4.661.725-8	2,229,487	0.09%
	CORTES SOLARI MARIA FRANCISCA	7.017.523-1	2,082,186	0.08%
	INVERSIONES MAPTER DOS LTDA. (4)	76.839.460-1	6,180,193	0.25%
	INVERSIONES QUITAFAL LTDA. (3)	76.038.402-K	18,300,200	0.73%
	INVERSIONES Y RENTAS DON ALBERTO CUATRO SpA (4)	99.552.470-8	151,079,494	6.02%
	MAPCOR CUATRO SpA (4)	99.556.480-7	45,000,000	1.79%
	MAPCOR CUATRO ALFA SpA. (4)	77.112.738-K	63,247,346	2.52%
GRUPO SAN VITTO	INVERSIONES SAN VITTO LTDA. (5)	77.945.970-5	243,698,146	9.71%
	ASESORÍAS E INVERSIONES BRUNELLO LTDA. (5)	78.907.380-5	8,852,268	0.35%
	ASESORÍAS E INVERSIONES BAROLO LTDA. (5)	78.907.350-3	8,852,288	0.35%
	ASESORÍAS E INVERSIONES SANGIOVESE LTDA. (5)	78.907.390-2	8,852,248	0.35%
	BANCO SANTANDER CHILE SSS (6)	97.036.000-k	360,000	0.01%
GRUPO LIGURIA	INVERSIONES LOS OLIVOS SpA (7)	76.360.576-0	219,228,581	8.74%
GRUPO AMALFI	IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AMALFI SPA (8)	87.743.700-0	45,224,102	1.80%
	INVERSIONES VIETRI S.A. (8)	76.182.636-0	11,217,037	0.45%
GRUPO DERSA	DERSA S.A. (9)	95.999.000-K	138,024,501	5.50%
	QUILICURA S.A. (9)	76.338.077-7	22,185,599	0.88%
	EL ROQUERÍO S.A. (9)	76.338.125-0	22,185,599	0.88%
	BFD S.A. (9)	76.338.129-3	22,185,599	0.88%
	LAS MARIPOSAS S.A. (13)	76.338.144-7	5,144,938	0.21%
	INVERSIONES VITACURA S.A. (9)	88.494.700-6	5,376,695	0.21%
	INVERSIONES AUSTRAL LIMITADA (9)	94.309.000-9	14,255,119	0.57%
	INPESCA S.A. (9)	79.933.960-9	49,343,681	1.97%
	DT CARRERA S.A. (10)	76.338.127-7	35,631,421	1.42%
	DT D Y D S.A. (11)	76.338.126-9	33,875,767	1.35%
	DT PEÑUELAS S.A. (12)	76.338.177-3	33,553,807	1.34%

(1) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: María Cecilia Karlezi Solari, RUT 7.005.097-8 y Sebastián Arispe Karlezi, RUT 15.636.728-1

(2) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: Liliana Solari Falabella, RUT 4.284.210-9; Carlos Alberto Heller Solari, RUT 8.717.000-4; Andrea Heller Solari, RUT 8.717.078-0; Pedro Heller Ancarola, RUT 17.082.751-1; Alberto Heller Ancarola, RUT 18.637.628-5; y Paola Barrera Heller, RUT 15.960.799-2

(3) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: Liliana Solari Falabella, RUT 4.284.210-9; Carlos Alberto Heller Solari, RUT 8.717.000-4; Andrea Heller Solari, RUT 8.717.078-0; Pedro Heller Ancarola, RUT 17.082.751-1; Alberto Heller Ancarola, RUT 18.637.628-5; Paola Barrera Heller, RUT 15.960.799-2 y Felipe Rossi Heller, RUT 18.637.490-8

(4) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: Teresa Matilde Solari Falabella, RUT 4.661.725-8; Juan Carlos Cortés Solari, RUT 7.017.522-3 y María Francisca Cortés Solari, RUT 7.017.523-1

(5) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: Piero Solari Donaggio, RUT 9.585.725-6; Sandro Solari Donaggio, RUT 9.585.729-9 y Carlo Solari Donaggio, RUT 9.585.749-3

(6) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: Sandro Solari Donaggio, RUT 9.585.729-9

(7) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: Juan Cuneo Solari, RUT 3.066.418-3; Paola Cuneo Queirolo, RUT 8.506.868-7 y Giorgianna Cuneo Queirolo, RUT 9.667.948-3

(8) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: Sergio Cardone Solari, RUT 5.082.229-K; Ines Fantuzzi Mutinelli, RUT 6.066.811-6; Macarena Cardone Armendariz, RUT 10.091.903-6; Matias Cardone Armendariz, RUT 10.091.901-K; Valentina Cardone Armendariz, RUT 15.642.572-9; Josefina Cardone Matte, RUT 17.406.681-7; Francisco de Pablo Fantuzzi, RUT 12.265.592-K; Cristián de Pablo Fantuzzi, RUT 12.585.617-9 y Nicolas de Pablo Fantuzzi, RUT 13.550.768-7

(9) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: José Luis del Río Goudie, RUT 4.773.832-6; Bárbara del Río Goudie, RUT 4.778.798-K; Juan Pablo del Río Goudie, RUT 5.898.685-2; Felipe del Río Goudie, RUT 5.851.869-7; Ignacio del Río Goudie, RUT 6.921.717-6; Sebastián del Río Goudie, RUT 6.921.716-8 y Carolina del Río Goudie, RUT 6.888.500-0

(10) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: Felipe del Río Goudie, RUT 5.851.869-7; Mariana de Jesús Arteaga Vial, RUT 6.695.852-3; Luis Felipe del Río Arteaga, RUT 13.234.925-8; Andrés Antonio del Río Arteaga, RUT 14.118.360-5; Martín del Río Arteaga, RUT 15.642.668-7; Javier del Río Arteaga, RUT 16.605.546-6; José Pablo del Río Arteaga, RUT 17.703.172-0 y Mariana Teresita Carmen del Río Arteaga, RUT 18.641.820-4

(11) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: Juan Pablo del Río Goudie, RUT 5.898.685-2; Patricia Edwards Braun, RUT 5.711.271-9; Elisa del Río Edwards, RUT 12.628.617-1; Diego del Río Edwards, RUT 13.234.004-8; Ana del Río Edwards, RUT 13.435.488-7; Pedro del Río Edwards, RUT 15.382.612-9; Sara del Río Edwards, RUT 15.641.769-6 y Paula del Río Edwards, RUT 16.371.405-1

(12) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: Carolina del Río Goudie, RUT 6.888.500-0; Víctor Horacio Pucci Labatut, RUT 6.474.224-8; Víctor José Pucci del Río, RUT 15.643.671-2; Pablo Pucci del Río, RUT 15.637.474-1; Rodrigo Pucci del Río, RUT 16.371.133-8 y Felipe Pucci del Río, RUT 18.392.648-9

(13) Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación: Ignacio del Río Goudie, RUT 6.921.717-6

Fuente: Memoria Falabella SA 2019

Durante el año 2020 no se han producido cambios en el control de la sociedad. Al 31 de diciembre de 2019, el grupo controlador posee el 70,58% de las acciones en que se divide el capital social de Falabella S.A. Los referidos controladores tienen un acuerdo de actuación conjunta conforme al texto definitivo y refundido del Pacto de Accionistas que se suscribió con fecha 24 de septiembre de 2013. Dicho pacto contiene limitaciones a la libre disponibilidad de las acciones.

Las acciones de Plaza S.A. corresponden a una sola serie. Durante el año 2018, en la apertura de la Sociedad a la bolsa, los accionistas minoritarios vendieron 12,24% de sus acciones.

Plaza S.A. es una sociedad anónima abierta constituida el 16 de abril de 2008 con la finalidad de agrupar bajo una sociedad *holding* todos los centros comerciales que operaban bajo la marca Mallplaza. Sus principales filiales y los centros comerciales administrados al 30 de junio de 2020 se señalan a continuación:

Plaza del Trébol SpA.: Propietaria de los centros comerciales Mallplaza Trébol en Concepción Metropolitano y Mallplaza Los Ángeles. Además es controladora directa de Plaza La Serena SpA. (propietaria de Mallplaza La Serena), Plaza Antofagasta S.A. (concesionaria de Mallplaza Antofagasta) e Inmobiliaria Mall Calama SpA. (propietaria de Mallplaza Calama).

Plaza Oeste SpA.: Propietaria de Mallplaza Oeste y Mallplaza Norte. También es controladora directa de Plaza Tobalaba SpA. (propietaria de Mallplaza Tobalaba) y de Plaza Vespucio SpA., propietaria de Mallplaza Vespucio, el primer centro comercial de Mallplaza.

Nuevos Desarrollos S.A., sociedad controlada por Plaza Oeste SpA., es propietaria de Mallplaza Alameda, Mallplaza Sur, Mallplaza Mirador Biobío, Mallplaza Egaña, Mallplaza Copiapó, Mallplaza Los Dominicos, Mallplaza Arica y Mallplaza Iquique (de la propiedad de Inmobiliaria Mall Las Américas S.A., sociedad controlada por Nuevos Desarrollos S.A.

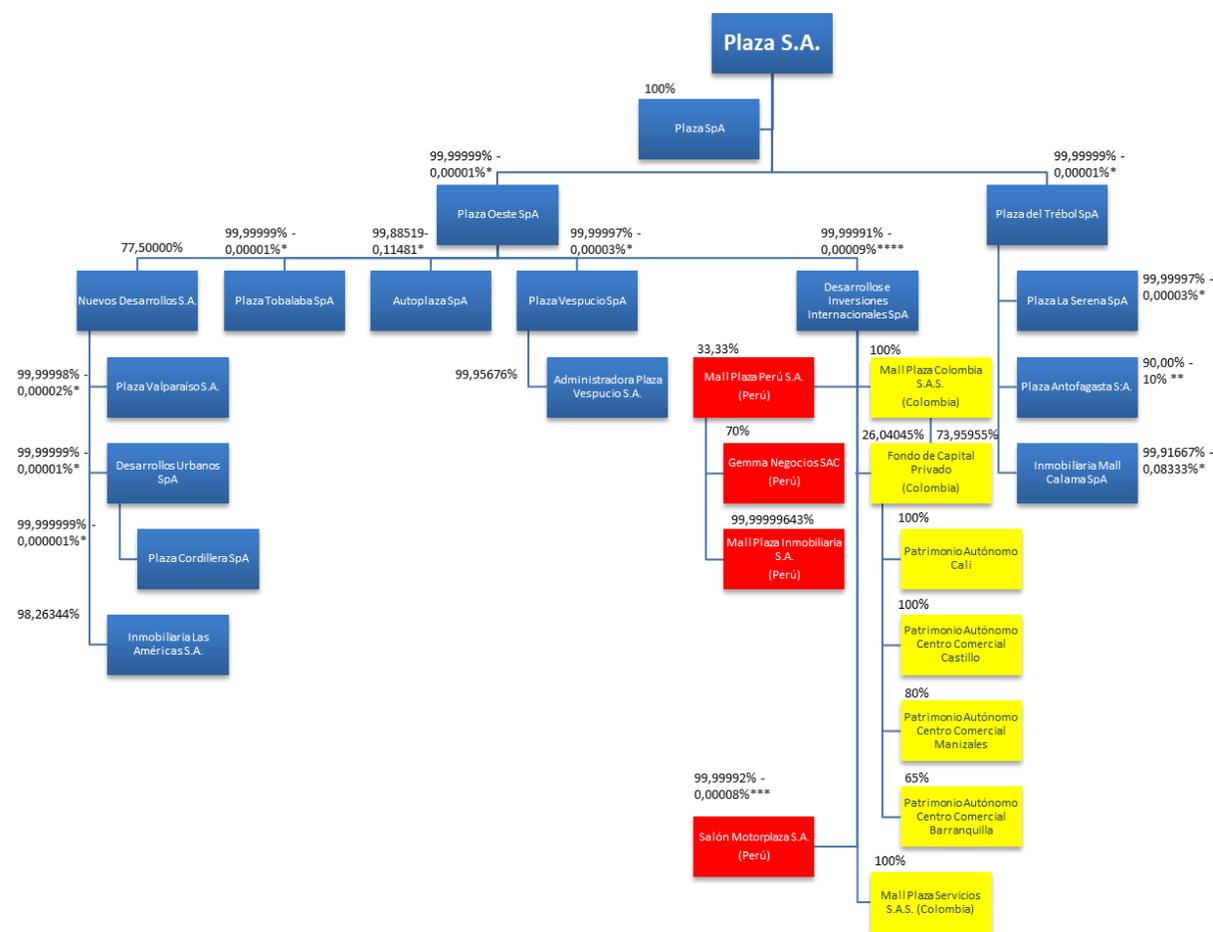
Plaza S.A. y sus sociedades controladas Plaza Oeste S.A., junto Ripley Corp. S.A. y sus sociedades filiales Ripley Retail Limitada, y junto con Falabella S.A., celebraron un acuerdo de asociación para desarrollar en conjunto el negocio de construir, adquirir, administrar, desarrollar y explotar nuevos centros comerciales en Chile, a través de

Nuevos Desarrollos S.A. y sus filiales. La propiedad de Nuevos Desarrollos S.A. se distribuye entre Plaza Oeste SpA. con 77,5% y Ripley Inversiones II S.A con 22,5%.

Desarrollo e Inversiones Internacionales SpA., filial de Plaza Oeste SpA., mantiene el control de Salón Motor Plaza Perú S.A. y el 33,33% de Mall Plaza Perú S.A., ambas sociedades con domicilio en la República del Perú. Asimismo, Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA. es propietaria de Mall Plaza Colombia S.A.S., la cual controla el Fondo de Capitales Privado, la que a su vez posee el 100% de Patrimonio Autónomo Cali, 100% de Patrimonio Autónomo Centro Comercial Castillo, 80% de Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales y 65% de Patrimonio Autónomo Centro Comercial Barranquilla.

Dado que posee un 33,33% de la propiedad de Mall Plaza Perú S.A. (Perú) y que no ejerce control sobre ésta, Plaza S.A. no consolida las operaciones que administra en Perú de acuerdo a lo indicado en la NIC 27. Los resultados de las operaciones en Perú se registran a través del método de la participación según lo normado en la NIC 28 "Inversiones en Asociadas".

Estructura Societaria Actual



* % corresponde a Plaza SpA

** % corresponde a Plaza La Serena SpA

*** % corresponde a Autoplaza SpA

**** % corresponde a Plaza del Trébol SpA

Fuente: Plaza S.A. – junio 2020

3.3.2 Administración

La administración de Plaza S.A. recae en su Directorio, el cual delega funciones en su Vicepresidente Ejecutivo (Gerente General), quien se apoya en sus gerencias corporativas.

El Directorio de Plaza S.A. tiene como tarea definir las estrategias generales de desarrollo en las áreas de negocio y responsabilidad social. Esta entidad se compone de nueve miembros, quienes aportan su valiosa y extensa trayectoria en el mundo empresarial. Los directores son elegidos por la Junta General de Accionistas por un período de tres años, renovable, y no ocupan otros cargos dentro de las sociedades de la empresa.

El gobierno corporativo está regulado, en su funcionamiento, por los Estatutos de la Sociedad y por lo dispuesto en la Ley de Sociedades Anónimas y demás normas pertinentes, en las cuales se establecen los deberes y responsabilidades de los directores.

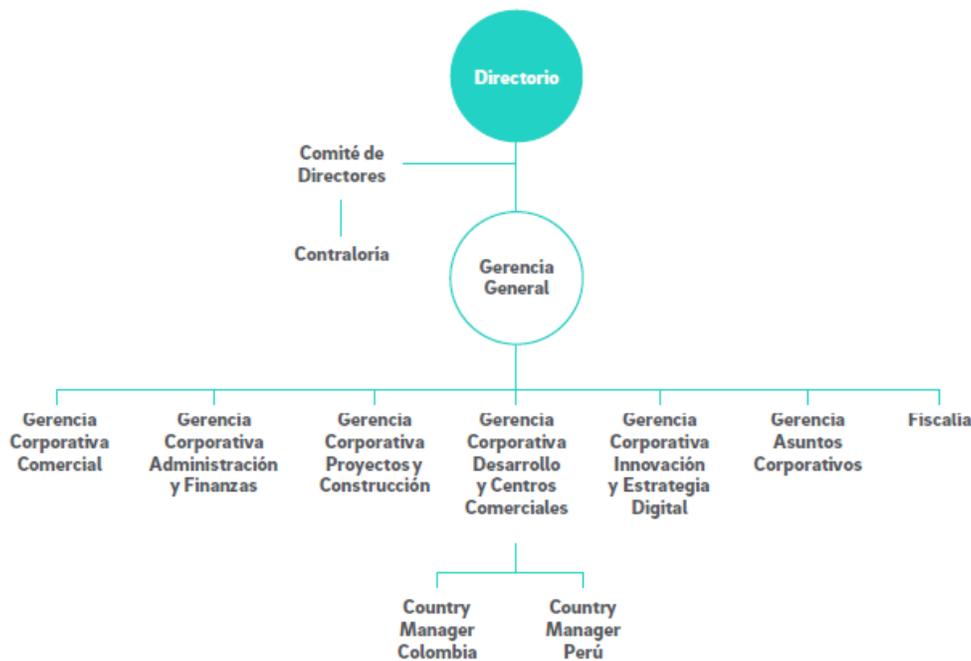
Directorio

Cargo	Nombre	RUT	Profesión
Presidente	Sergio Cardone Solari	5.082.229-K	Ingeniero Comercial
Director	Jose Pablo Arellano Marin	6.066.460-9	Economista
Director	Paul Fürst Gwinner	6.979.383-5	Ingeniero Comercial
Director	Alejandro Eduardo Puentes Bruno	8.860.493-8	Ingeniero Comercial
Director	Pablo Eyzaguirre Court	8.878.318-2	Ingeniero Civil
Directora Independiente	Claudia Manuela Sanchez Muñoz	9.306.718-5	Ingeniero Comercial
Director	Juan Pablo Montero Schepeler	9.357.959-3	Ingeniero Civil
Director	Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3	Ingeniero Civil
Director	Tomas Müller Benoit	10.994.040-2	Ingeniero Comercial

Fuente: Plaza S.A. – junio 2020

Administración

En cuanto a la administración de la compañía, esta se encuentra estructurada de acuerdo al siguiente organigrama:



Fuente: Plaza S.A. – junio 2020

Los principales ejecutivos de Plaza cuentan con una gran trayectoria en la Compañía, con un promedio de 14 años de permanencia, lo que le permite a Plaza beneficiarse de la amplia experiencia y *know-how* acumulados por éstos.

Las principales funciones de las áreas de control interno son:

Contraloría

El área de Contraloría, o Auditoría Interna de Mallplaza, es la encargada de supervisar el correcto funcionamiento de los procesos del negocio, velando porque éstos no pongan en riesgo a la compañía y sus activos. Por ello, su objetivo principal es realizar auditorías continuas y control interno a los procesos de Plaza S.A. y sus filiales, proporcionando con ello al Comité de Directores y a la Administración, un grado de seguridad razonable de la eficacia y eficiencia en las operaciones, fiabilidad en la información financiera y cumplimiento de las normativas legales, procedimientos y políticas establecidas.

Depende del Comité de Directores y por lo tanto es independiente del resto de las Gerencias Corporativas, pudiendo así cumplir su labor en forma autónoma.

Esta área se encarga del velar por el correcto cumplimiento de la Ley 20.393 de responsabilidad penal de las personas jurídicas. Para cumplir con esta ley, Mallplaza desarrolló un Modelo de Prevención de Delitos asociado a este cuerpo legal. Este logró durante el año 2012 su certificación, siendo Mallplaza una de las primeras empresas nacionales y la primera en su industria, en certificar su modelo de transparencia corporativa.

Fiscalía

La Fiscalía es el área encargada de entregar apoyo legal en forma oportuna, confiable y eficiente a los negocios tanto en Chile como en el extranjero, velando por la correcta interpretación y aplicación de las normas legales vigentes en cada país.

Esta área depende directamente del Gerente General siendo, al igual que Contraloría, independiente del resto de las gerencias en cuanto a su gestión y administración.

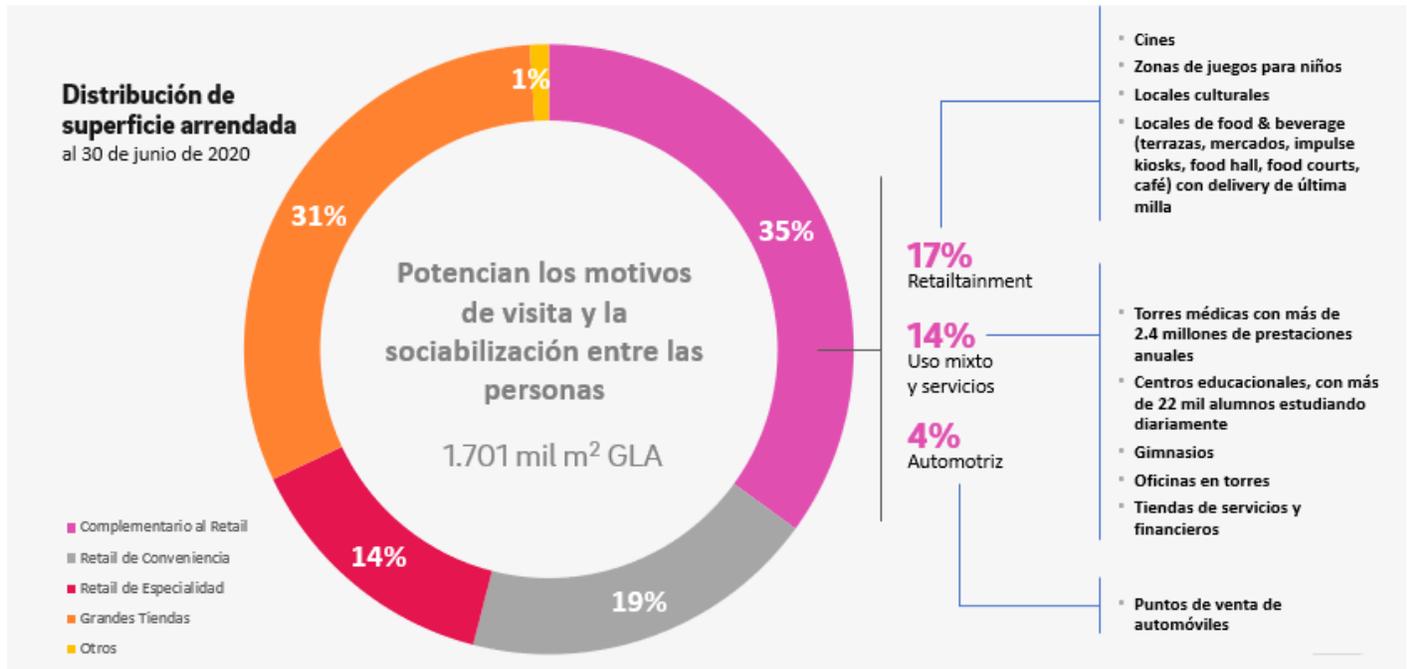
3.3.3 Estrategia de Negocio

Los centros comerciales de Mallplaza operan como una cadena unificada bajo una misma marca en cada país, esto es Mallplaza en Chile, Perú y Colombia. Esto permite a la compañía obtener importantes sinergias operativas y comerciales, en cuanto a generar un mejor posicionamiento de marca, mantener una administración común para todos los centros comerciales tener una estrategia de negociación consistente con sus arrendatarios, y generar ecosistemas omnicanales al entregar a sus clientes una experiencia de visita y compra personalizada potenciada por una importante cobertura geográfica y una amplia oferta comercial y usos mixtos.

El modelo de negocios de Mallplaza se centra en la renta inmobiliaria diversificada, siendo de esta forma menos dependiente de los ciclos económicos de los distintos mercados en que participa.

Todos los centros comerciales Mallplaza se caracterizan por concentrar una amplia diversidad de productos y servicios para satisfacer en un solo lugar las múltiples necesidades de sus usuarios y generar numerosos motivos de visita, concepto definido como *one stop shopping*. De esta manera, los centros comerciales Mallplaza han evolucionado de ser centros comerciales comunes a verdaderos centros urbanos, contando con un mix de tiendas diversificado que permite satisfacer gran parte de las necesidades de una familia promedio y, al mismo tiempo, captar una mayor proporción del gasto de éstas. Plaza S.A. ha sido el líder del mercado en innovación al incorporar nuevos productos y servicios a la oferta del comercio tradicional y ha demostrado su capacidad de anticipación a las demandas del mercado respecto del mix de tiendas y de servicios más valorados, así como también a la implementación de iniciativas tecnológicas para mejorar la experiencia de compra de sus clientes y entregar más oportunidades para sus socios comerciales.

Actualmente la mayoría de los centros comerciales Mallplaza cuentan tanto con tiendas departamentales, como especializadas, bulevares de servicios financieros, restaurantes en patios de comida, restaurantes en terrazas, AutoPlaza, salas de cine, zonas de juegos, centros médicos e hipermercados. También se han incorporado bibliotecas públicas, gimnasios, oficinas, centros de educación superior, salas de exposiciones y tiendas de mejoramiento del hogar. En términos de GLA, la distribución es la siguiente:



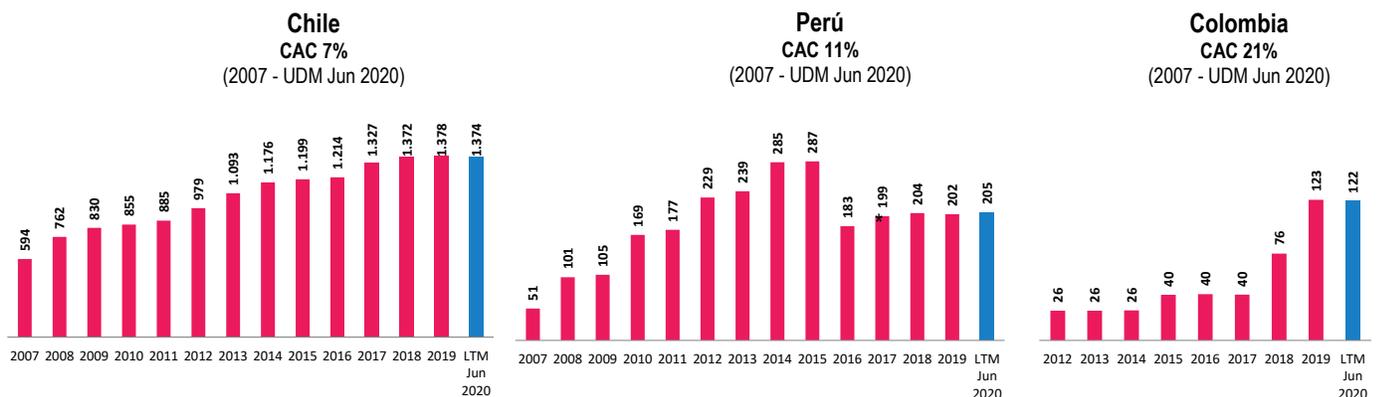
Fuente: Plaza S.A. – junio 2020

Desde la apertura de Mallplaza Vespucio en 1990, la estrategia de Mallplaza ha sido proveer espacios sociales que sean lugares de encuentro para las personas y sus familias, con una arquitectura de clase mundial y a la vanguardia del diseño que enriquezca la experiencia de visita, estimulando la interacción social, el encuentro y el esparcimiento en un lugar seguro. Por otro lado, todos los centros comerciales de Mallplaza están ubicados en localizaciones estratégicas, con un fuerte foco en los segmentos medios de la población.

Plaza S.A. está constantemente monitoreando e investigando las tendencias demográficas y los cambios en las conductas y necesidades de los consumidores. Esto le permite estar constantemente anticipándose a los cambios y responder de manera rápida y oportuna a las nuevas necesidades de los consumidores.

Durante sus 30 años de existencia, Mallplaza ha crecido a una tasa compuesta anual de 8% en su superficie arrendable a nivel regional para el periodo 2007 a junio 2020, a través de la apertura de nuevos centros comerciales y ampliaciones de los ya existentes en los tres mercados donde participa. De esta forma, a junio de 2020 Mallplaza es una de las más importantes cadenas de centros comerciales de Latinoamérica con 23 malls y 1.701.000 m² arrendables.

Evolución superficie arrendable (GLA) en miles de m²



Fuente: Plaza S.A. – junio 2020

GLA: Gross leasable area. CAC: Crecimiento anual compuesto. LTM: Últimos doce meses (por sus siglas en inglés).

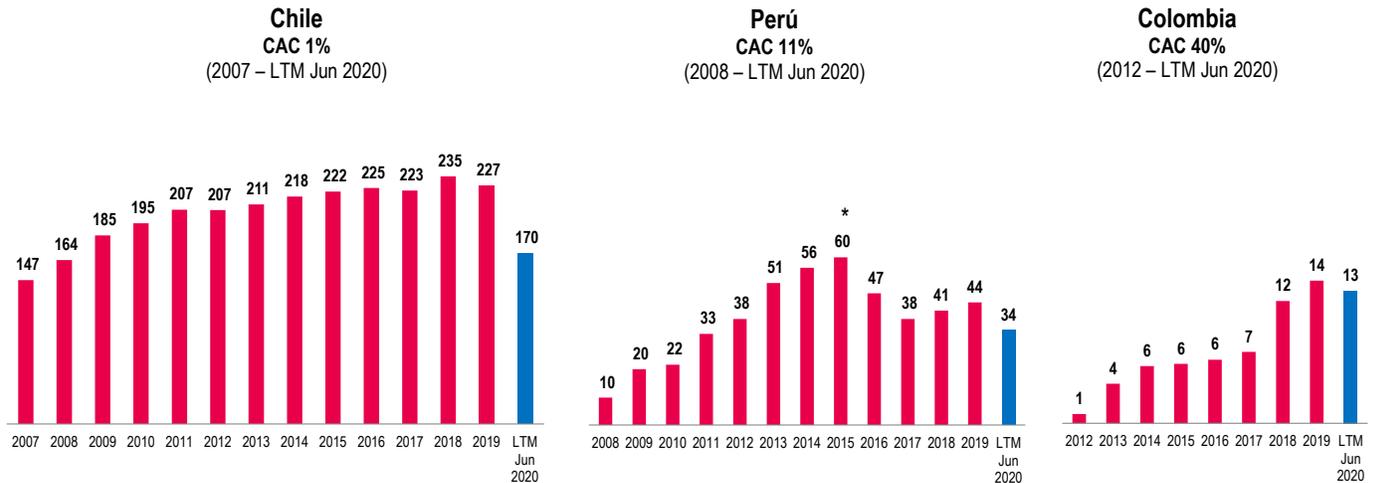
*Cifras considera Escisión a partir de julio 2016

En el caso de Perú, la baja que se aprecia en la superficie arrendable a partir del cierre del año 2016 se explica por la escisión de Aventura Plaza S.A., la cual se materializó en julio 2016, quedando a partir de esa fecha 3 centros comerciales bajo su administración, mientras que en diciembre

2015 eran 5 los malls operados. Si sólo comparamos la superficie arrendable de estos 3 centros comerciales, se aprecia un crecimiento anual compuesto del 3% entre diciembre 2016 y junio 2020.

Los centros comerciales de Mallplaza desde sus inicios han experimentado un crecimiento constante y sostenido en el número de visitantes, lo cual se explica gracias a la exitosa evolución de centro comercial a centro urbano y a la capitalización de nuevos segmentos de la población (C2 y C3), entre otros factores. Tomando en cuenta los últimos doce meses a junio 2020, los centros comerciales Mallplaza recibieron en total más de 217 millones de visitas en la región.

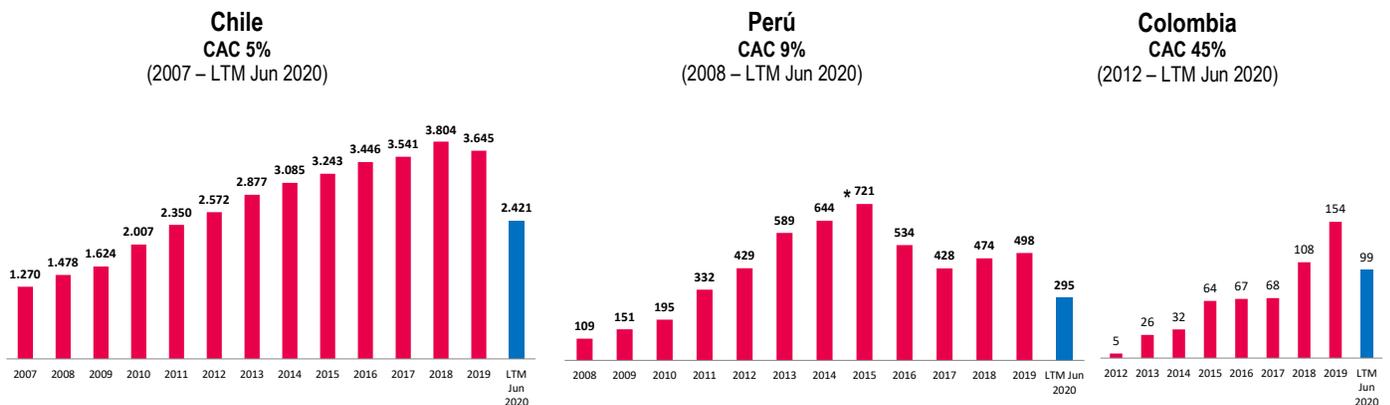
Flujo de Visitantes en millones de visitas



Fuente: Plaza S.A. – Junio 2020
 CAC: Crecimiento anual compuesto. LTM: Últimos doce meses (por sus siglas en inglés).
 *Cifras consideran Escisión a partir de julio 2016

Lo anterior también se traduce en un menor nivel de ventas de las tiendas de los centros comerciales, los cuales acumularon US\$2.815 millones en Latinoamérica, tomando en cuenta los últimos doce meses a junio 2020.

Ventas en tiendas en millones de dólares del 30 de junio 2020 (últimos doce meses)



Fuente: Plaza S.A. – Junio 2020. Millones de dólares equivalentes.
 CAC: Crecimiento anual compuesto. LTM: Últimos doce meses (por sus siglas en inglés).
 *Cifras consideran Escisión a partir de julio 2016

3.3.4 Política Comercial y Mix Comercial

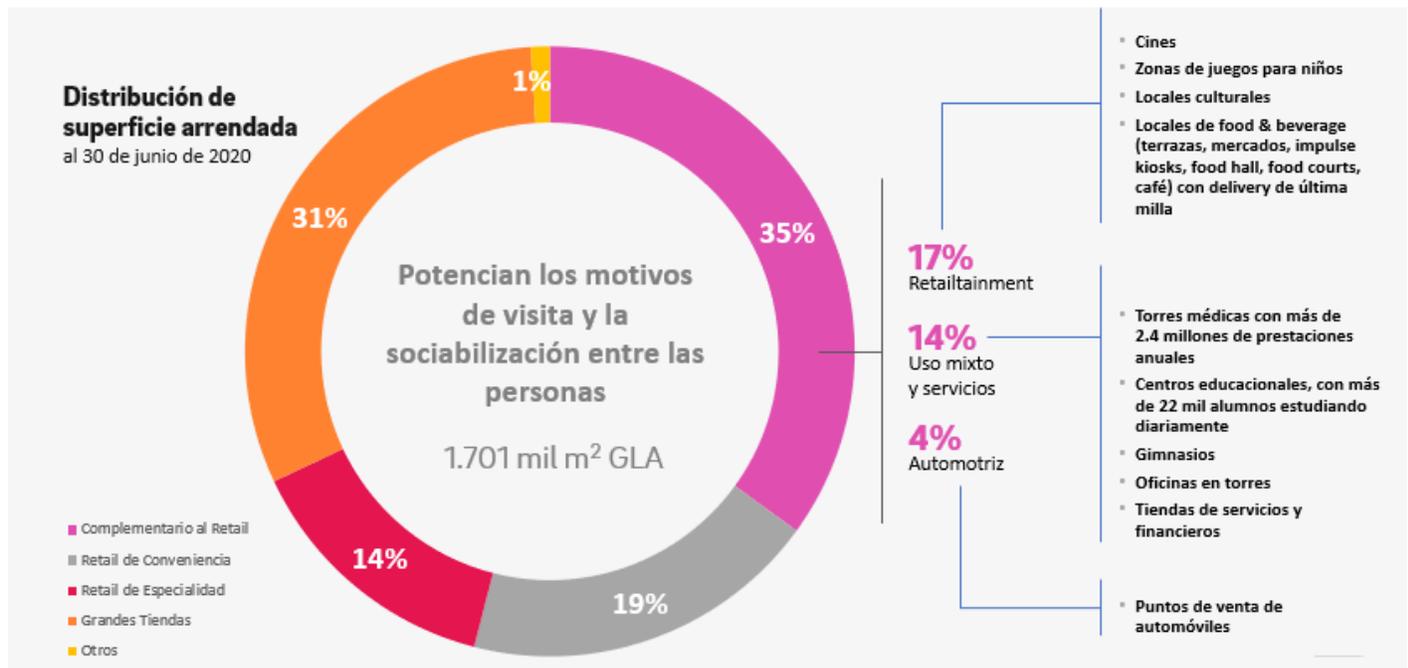
Los clientes de Plaza S.A. se pueden subdividir en 6 grupos, con una política comercial distinta según su naturaleza, que en su conjunto generan una duración remanente promedio de 8 años:

- Grandes Tiendas:** Son las “tiendas anclas” de un *centro comercial*, generan flujo de público y entregan un servicio que es altamente valorado por el cliente. En general se encuentran ubicadas de forma estratégica en el centro comercial de forma de hacer circular al público y hacerlo transitar por donde se ubican el resto de las tiendas. Los contratos que se establecen para este tipo de tiendas son a largo plazo, promediando 20 años.
- Tiendas menores:** Los contratos que se pactan con este tipo de tiendas son a períodos más cortos, promediando 5 años. La finalidad de establecer contratos de mediano plazo es contar con la posibilidad de estar constantemente renovando el mix de tiendas y oferta del centro comercial a sus consumidores.
- Retailtainment:** Corresponden a cines, *food-courts*, salas de juegos, *bowlings* y restaurantes. Contratos se realizan a mediano plazo, entre 6 y 10 años.
- Automotriz:** AutoPlaza son nuestros centros de venta de autos multimarca que se ha posicionado como unos de los principales canales de distribución automotriz de Chile en los últimos años. Los distribuidores de automóviles arriendan un espacio en este centro, con contratos a un plazo promedio de 3 años.
- Tiendas de Conveniencia:** Corresponden a supermercados, tiendas para mejoramiento del hogar y construcción. Los contratos son a largo plazo, en torno a los 15 años.
- Usos Mixtos & Servicios:** Corresponde a centros de salud, educación, oficinas y tiendas de servicios. Sus contratos son a 12 años plazo promedio.

La diversidad de rubros en los cuales Mallplaza participa y su estrategia comercial permiten que la Compañía presente una generación de flujo bastante diversificado. Al cierre de junio 2020, un 35% del GLA está destinado para negocios complementarios al retail, abarcando desde *retailtainment*, gastronomía, entretenimiento, usos mixtos y servicios, lo que permite generar múltiples motivos de visita para el consumidor, que potencia el flujo de visitantes a nuestros malls, los que son capitalizados por nuestros socios comerciales como altas ventas en sus negocios.

El número de clientes está altamente atomizado, teniendo sobre 900 clientes y más de 4.000 locales en los distintos rubros.

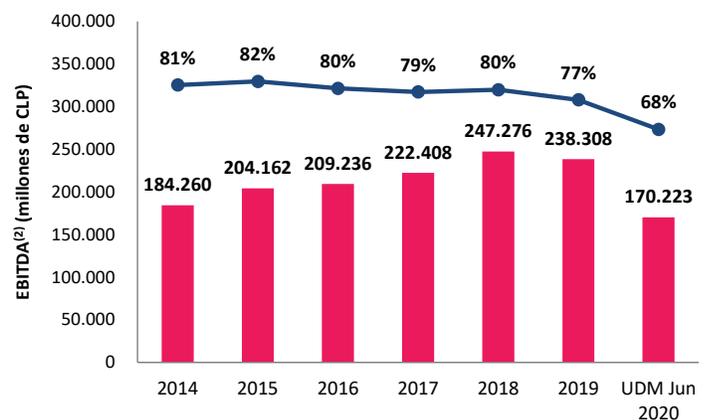
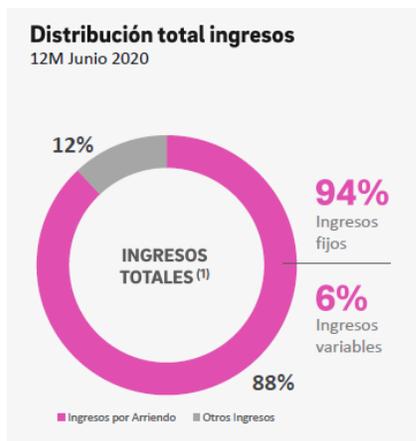
Distribución de Superficie Arrendable por Negocio – junio 2020



Los ingresos de Plaza S.A. han crecido en forma sostenida y estable conforme al crecimiento de sus operaciones. Esto ha repercutido en el EBITDA, el cual entre el período comprendido entre diciembre de 2013 y diciembre 2019 creció a una tasa anual compuesta de 5,3% real. Adicionalmente, los ingresos del negocio de renta inmobiliaria representan estabilidad para enfrentar periodos de contracción económica, tal como ocurrió para la crisis sub prime de 2009. Lo anterior se produce gracias a la diversificación del mix comercial de los centros comerciales, con categorías de negocios que tienen ciclos económicos diferentes permitiendo compensar bajos desempeños en ciclos de baja actividad económica, y a que la mayor parte de los ingresos por arriendo corresponde a la componente fija contemplada en los contratos (94% de los ingresos por arriendos). Es importante resaltar que los ingresos en Chile de Plaza S.A. se encuentran indexados a la inflación ya que en todos los contratos de arriendo se estipulan pagos en Unidades de Fomento. En Perú y Colombia los contratos de arriendo también se encuentran indexados a su respectiva inflación. Lo anterior es especialmente relevante en periodos de alta inflación como los años 2007 y 2008.

Dentro de los ingresos netos se encuentran el cobro por arriendo, tanto fijo como variable, aunque no se consideran los gastos comunes que se traspasan a los arrendatarios, entre los cuales se encuentran los servicios básicos, seguridad y mantención. El resto de los ingresos corresponde a arriendo de espacios publicitarios en zonas de circulación, estacionamientos y fondo de promoción, entre otros.

Distribución de Ingresos, EBITDA y Margen EBITDA (%)



(1) Ingresos Totales corresponden a Ingresos de actividades ordinarias de 12 meses móviles a junio 2020. (2) Margen EBITDA se define como: EBITDA / Ingresos de actividades ordinarias, ambos acumulados por cada período. A su vez, EBITDA considera Ganancia Bruta y Gastos de Administración, excluye depreciación y amortización. UDM: últimos doce meses Fuente: Plaza S.A. (junio 2020)

3.3.5 Centros Comerciales

Como se comentaba anteriormente, Plaza S.A. opera a junio 2020 un total de 17 centros comerciales en Chile, el primero de los cuales comenzó sus operaciones el año 1990 (Mallplaza Vespucio), mientras que el último fue inaugurado el año 2018 (Mallplaza Arica). Ocho de estos centros comerciales se encuentran en la Región Metropolitana, mientras que los restantes se encuentran ubicados en regiones (seis en la zona norte y tres en la zona sur). Además, a junio de 2020 opera 3 centros comerciales en Perú, y 3 centros comerciales en Colombia, siendo el último inaugurado el año 2019 en este país (Mallplaza Buenavista en Barranquilla).

El estable y sostenido crecimiento de la compañía ha disminuido su dependencia respecto a la operación de un centro comercial en particular. Es así como a diciembre del año 2019, ninguno de sus centros comerciales representa más de un 11% de la superficie arrendable (GLA) total.

A continuación, se presenta un cuadro con las principales características de los centros comerciales de la cadena Mallplaza en Latinoamérica:

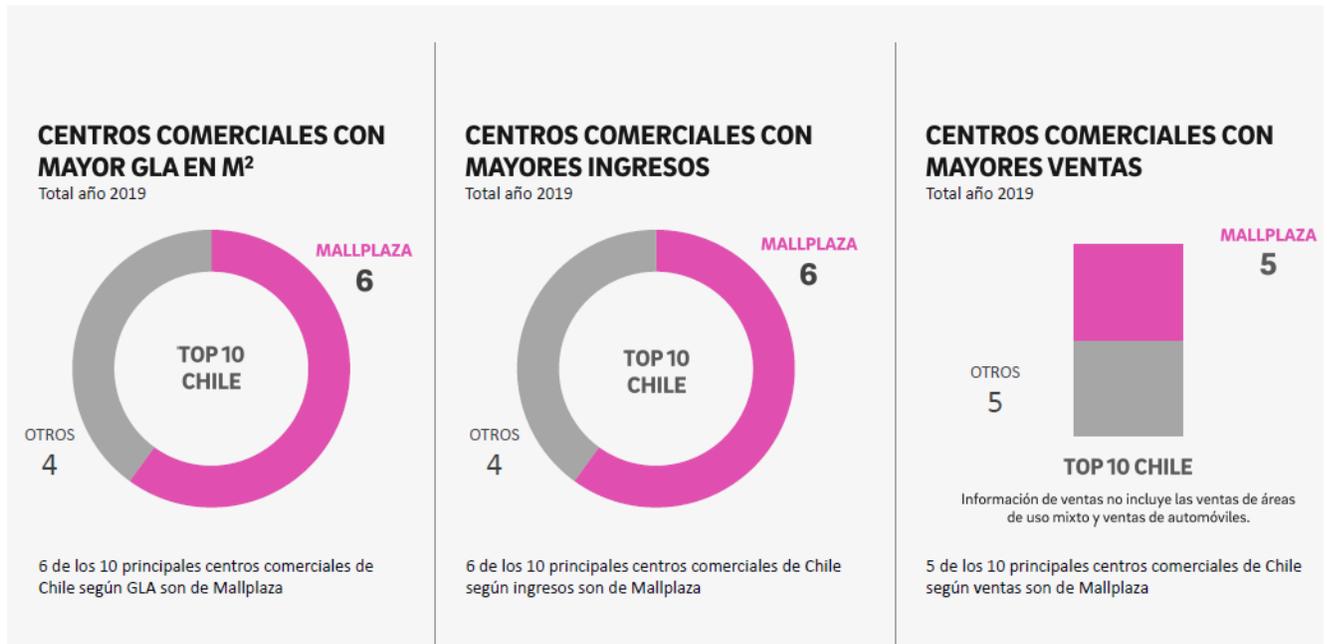
Centros Comerciales de la Cadena Mallplaza y sus principales características

País	Mall	Ciudad y Comuna	Año de apertura	Superficie Arrendable (miles m ²)
Chile	Mallplaza Vespucio	Santiago La Florida	1990	169
	Mallplaza Oeste	Santiago Cerrillos - Maipú	1994	156
	Mallplaza Trébol	Concepción Concepción - Talcahuano	1995	117
	Mallplaza Tobalaba	Santiago Puente Alto	1998	78
	Mallplaza La Serena	La Serena La Serena	1998	50
	Mallplaza Norte	Santiago Huechuraba	2003	130
	Mallplaza Los Ángeles	Los Ángeles Los Ángeles	2003	39
	Mallplaza Antofagasta	Antofagasta Antofagasta	2006	79
	Mallplaza Alameda	Santiago Estación Central	2008	62
	Mallplaza Sur	Santiago San Bernardo	2008	76
	Mallplaza Calama	Calama Calama	2009 (*)	78
	Mallplaza Mirador Bio Bio	Concepción Concepción	2012	45
	Mallplaza Iquique	Iquique Iquique	2013 (*)	25
	Mallplaza Egaña	Santiago La Reina	2013	96
	Mallplaza Copiapó	Copiapó Copiapó	2014	46
	Mallplaza Los Domínicos	Santiago Las Condes	2017	94
	Mallplaza Arica	Arica Arica	2018	34
	Perú	Mallplaza Trujillo	Trujillo Trujillo	2007
Mallplaza Bellavista		Lima Bellavista	2008	87
Mallplaza Arequipa		Arequipa Cayma	2014 (*)	43
Colombia	Mallplaza El Castillo	Cartagena Chambacu	2012	27
	Mallplaza Buenavista	Barranquilla Barranquilla	2019	58
	Mallplaza Manizales	Manizales Manizales	2018	38

(*) Corresponde al año en que comenzó operaciones con el Grupo Mallplaza.

Fuente: Plaza S.A. – Superficie arrendable y centros urbanos operados en Chile, Perú y Colombia al cierre de junio 2020. Este cuadro no incluye la adquisición del centro comercial Calima en la ciudad de Bogotá, Colombia, que suma 66.000 m² a la superficie de Mallplaza, ni la apertura de Mallplaza Comas en Lima, Perú, con un total de 79.000 m² de superficie arrendable, posteriores al cierre de los últimos EEEF públicos de la compañía.

Mallplaza cuenta con un portafolio de centros comerciales regionales único en Latinoamérica, que le permite ser uno de los principales centros de abastecimiento de las comunidades: varios de sus centros comerciales son Activos Premium, teniendo Mallplaza 6 de los principales 10 centros comerciales de Chile según ingresos y GLA. Entre los más destacados se encuentran Mallplaza Vespucio, Mallplaza Trébol, Mallplaza Oeste, Mallplaza Egaña, Mallplaza Norte. Además, a nivel regional, cuenta con centros comerciales como Mallplaza Buenavista, en la ciudad de Barranquilla, Colombia, y Mallplaza Trujillo, en Perú.



Fuente: Plaza S.A. – junio 2020. GLA: Gross leasable area (superficie arrendable)

3.3.6 Transformación Ecosistema Omnicanal

Mallplaza entiende sus centros comerciales como ecosistemas omnicanales, donde ocurren y se potencian múltiples interacciones para brindar una mejor experiencia de visita y compra personalizada a nuestros clientes.

Desde el 2018 que la compañía inicio un proceso de transformación omnicanal, acelerando la implementación de tecnología, integrando y participando de manera activa en un Ecosistema Digital, y digitalizando el Core Business de la compañía. Hoy, Mallplaza avanza en la consolidación de la estrategia digital, generando un Ecosistema Omnicanal, digitalizando su negocio y siendo un puente entre la oferta de los arrendatarios y lo que sus clientes están buscando. Todo lo anterior, trabajado bajo una cultura de agilidad e incorporando talento digital, tanto en las áreas tecnológicas como en las áreas core del negocio.

La estrategia de omnicanalidad se centra en varios focos, siendo los principales lo siguientes:

Hub Logístico: el centro comercial se perfila hoy como el principal centro logístico para las aplicaciones omnicanales y de última milla, dada su privilegiada ubicación dentro de las áreas urbanas y comunidades. Apoyar la logística interna de los centros comerciales, apoyando la venta de última milla de los arrendatarios, y participando así de la cadena de valor digital es uno de los principales focos de la compañía en este aspecto. A modo de ejemplo, destaca el servicio PIT STOP, una iniciativa a nivel regional que ha obtenido buenos resultados en Perú y reciente apertura en Chile, próximamente se implementará en Colombia. Este sistema busca entregar a los socios comerciales una herramienta para mejorar la experiencia de sus consumidores finales, la cual reduce los tiempos de entrega en las compras digitales generadas en las plataformas de última milla, permitiendo que el producto se retire bajo estrictos protocolos de seguridad.

Gestión delivery: Mallplaza a empujado iniciativas que potencien las ventas de comida vía despacho (delivery) por parte de sus socios comerciales gastronómicos desde sus centros comerciales. Esto ha sido fortalecido por campañas y alianzas con plataformas de última milla y optimización logística en la operación. A junio de 2020, la compañía ya contaba con más de 180 cocinas integradas con el servicio de delivery desde centros comerciales de Mallplaza.

Alianza Linio - Mallplaza: Con el objetivo de fortalecer su oferta de cara a los consumidores, Mallplaza y el Marketplace Linio, implementaron una alianza para poder darle acceso a la plataforma a los socios comerciales. A junio 20202 más de 30 marcas de sus socios comerciales se han subido a la plataforma.

Comunicación personalizada: gracias a la disponibilidad, reconocimiento y uso de la data, la compañía logra entender integralmente a su cliente, mejorando su experiencia de compra al comunicarse con sus clientes en tiempo de manera personalizada a través de comunicación segmentada y en tiempo real.

Operación Omnicanal: Apertura con foco en la omnicanalidad, implementando iniciativas tecnológicas que potencian la experiencia de consumidores y socios comerciales.

3.3.7 Desarrollo Sostenible

Creer y desarrollarse de forma sostenible. Éste ha sido el eje que ha marcado la misión y el trabajo de Mallplaza desde su creación, hace más de 30 años. De hecho, la Sostenibilidad es uno de los siete pilares de nuestra Estrategia de Negocio y es transversal en la gestión de la compañía. Comprendemos que la Sostenibilidad gestionada con rigurosidad permitirá convertirnos en líderes a nivel regional en la construcción y operación de centros comerciales, entendidos como espacios de encuentro que mejoran la calidad de vida de las personas, brindando experiencias extraordinarias y aportando positivamente a las comunidades donde estamos presentes.

En 2018, el Directorio aprobó la Política de Sostenibilidad de Mallplaza, que abarca dimensiones sociales, medioambientales y de gobernanza, con una propuesta de propósito, compromisos y focos de acción alineados a protocolos y estándares internacionales, y tiene por objetivo promover una gestión responsable en los ámbitos social, medioambiental y económico, aportando valor sostenible a todos nuestros grupos de interés. Esta Política de Sostenibilidad nos exige e inspira para seguir avanzando, creciendo y aportando a diario a una mejor calidad de vida de las personas, ya que nuestro foco, compromiso y acción es para con ellas.

Comunidad

Mallplaza busca construir una relación de confianza, cercanía, transparencia y de largo plazo con las comunidades en las que se inserta, respetando la identidad local y aportando al desarrollo de los territorios de los cuales forma parte.

En nuestra relación con la comunidad, buscamos: contribuir a la reducción de la desigualdad a través de la generación de oportunidades, impulsando activamente el empleo y el emprendimiento; fomentar el acceso a la cultura de calidad en las comunidades en las que desarrollamos nuestras actividades; evaluar y gestionar los posibles efectos o consecuencias que nuestro accionar pudiera ocasionar en los lugares en los cuales desarrollamos nuestras actividades, buscando siempre mejorar los vínculos con todos los actores involucrados; mitigar los impactos socioambientales de nuestros proyectos, generando valor sustentable en los entornos y comunidades en los que nos insertamos; conocer, escuchar y dialogar con las comunidades, a través de canales formales de relacionamiento tanto en etapas de proyecto y construcción, como de operación de nuestros centros comerciales; contribuir al desarrollo local de las comunidades donde estamos presentes, a través de nuestro modelo de relacionamiento comunitario e inversión social.

En el marco de la definición y compromiso con los objetos de desarrollo sostenible definidos por la ONU ("ODS"), es que la compañía profundizó su trabajo con emprendedores locales de manera de desarrollar capacidades y crear nuevas plataformas de visualización y venta de sus productos, contribuyendo de esa forma a reducir la desigualdad y a su vez, impulsar activamente el empleo y el emprendimiento local.

Durante 2019 se avanzó en el mayor entendimiento de las realidades locales de los territorios en Chile, Perú y Colombia. Al mismo tiempo, la compañía asumió el compromiso de transformarse en un lugar de encuentro y de promoción del emprendimiento local, por lo que continuó estrechando lazos con distintas entidades con el fin de brindar espacios a los emprendedores locales, visibilizando su trabajo y mejorando la propuesta de valor de la compañía poniendo a disposición todas las plazas de sus centros comerciales para que empresarios locales puedan hacer crecer y potenciar sus negocios. Solo durante 2019 albergó a más de 3.200 emprendedores y fueron 966 ferias las realizadas en 2019 en Chile, Perú y Colombia., además de generar más de 194 jornadas de capacitación.

Visitantes

Mallplaza aspira a ser preferido y respetado por sus Visitantes, los que están en el centro del quehacer de la Compañía y con quienes buscamos generar relaciones de confianza y de largo plazo, construyendo en conjunto, una vida urbana amigable, sustentable e inclusiva. Ofrecemos a nuestros Visitantes experiencias, servicios y productos que contribuyan a mejorar su calidad de vida y que den valor a su tiempo, en cada uno de nuestros centros comerciales.

Para esto, nos comprometemos a: brindar una oferta amplia de productos y servicios, procurando sintonizar con las diversas necesidades de las personas; implementar medidas destinadas a promover el respeto de los derechos de los Visitantes y la protección de la salud y seguridad de los mismos, procurando contar con centros comerciales seguros y sustentables; proteger la información de los Visitantes de acuerdo con la normativa vigente; promover la transparencia en la relación con los Visitantes, procurando la entrega de información clara, precisa y oportuna sobre los productos y servicios que ofrecemos al público; mantener canales de contacto con los Visitantes, que cuenten con mecanismos de retroalimentación que permitan recibir consultas, sugerencias o comentarios con respecto a los productos y servicios que ofrecemos.

A nivel regional, la Compañía dispone de un canal de denuncias, hoy denominado Canal de Integridad, donde cualquier persona puede hacer llegar sus inquietudes e informar irregularidades. Las reclamaciones llegan a la Gerencia de Integridad de Empresas Falabella, quien deriva las mismas para la designación del investigador que llevará el caso, informando al Fiscal de Mallplaza, en su calidad de oficial de cumplimiento.

En enero de 2019 la Compañía realizó por décimo año consecutivo su musical gratuito, reafirmando su compromiso con la promoción y acceso a la cultura. El espectáculo de categoría internacional, contó con un gran nivel técnico y montaje escénico, recorrió y sorprendió al público de Santiago, La Serena y Concepción, transformando los estacionamientos de los centros urbanos en anfiteatros abiertos al público. El último espectáculo fue "Piratas del Caribe, el musical" que realizó siete funciones.

Colaboradores

Nuestros Colaboradores dan vida al propósito de la Compañía y hacen posible el crecimiento sostenible de la misma. Por esto, impulsamos un ambiente de desarrollo y trabajo comprometido, donde la cultura de respeto y colaboración, aseguren una experiencia memorable de trabajo.

En la relación con los Colaboradores, buscamos: fomentar una cultura basada en los valores, principios y directrices éticas expresadas en nuestro Código de Integridad. En esta línea, promovemos la diversidad e inclusión como fuente de enriquecimiento entre los Colaboradores. Tampoco toleramos ningún tipo de discriminación arbitraria o acoso; realizar procesos de selección transparentes y no discriminatorios, considerando para la decisión de contratación las habilidades, experiencias, preparación, expectativas de renta y cercanía con la visión y valores organizacionales; promover el desarrollo personal y profesional de los Colaboradores, procurando entregarles herramientas que permitan potenciar sus habilidades y formación personal y profesional, fomentando que la Compañía sea un espacio de desarrollo integral; asimismo, promovemos espacios de crecimiento para los Colaboradores, valorando y reconociendo sus méritos, logros, competencias, desempeño y aportes diferenciados al interior de la Compañía; brindar una propuesta de beneficios que acojan las necesidades y expectativas de los Colaboradores y sus familias, incluyendo la conciliación trabajo-vida personal y familiar. Al mismo tiempo, nos esforzamos por entregar una oferta de remuneraciones acorde al mercado; impulsar ambientes de trabajo saludables y seguros; fomentar un trato basado en el diálogo y la transparencia, reconociendo la libertad de asociación y los derechos laborales.

En 2018 comenzó un proceso de cambio y transformación cultural que buscó abordar los nuevos desafíos presentados, a través de una organización más colaborativa, flexible, innovadora, que se atreve a más, que toma decisiones de manera más ágil, con líderes empoderados.

También durante 2018 se redefinieron las competencias, detallando los puntos del proceso que harían posible desarrollar esta nueva manera de hacer las cosas junto a los colaboradores, socios comerciales y con las comunidades donde Mallplaza se inserta. Las primeras iniciativas desarrolladas rediseñaron procesos concretos para responder a los principios, propiciando espacios de trabajo más colaborativos, dinámicas de decisión más ágiles, oficinas con diseño más abiertos, transparentes, que potencian la comunicación y la cercanía.

Los resultados de la encuesta de clima posterior a la puesta en marcha del proceso de cambio cultural han confirmado que las mejoras son concretas. Las personas que forman parte de la Compañía reconocen como positiva esta nueva manera de vivir la cultura Mallplaza. Según los monitoreos de Great Place To Work (GPTW) en 2019 esta medición arrojó positivos resultados, validando y consolidando esta nueva forma de vivir la cultura dentro de Mallplaza. En Chile, la compañía se posicionó en el lugar número 7 de las mejores empresas para trabajar en la categoría que comprende a las compañías con dotación entre 251 y 1.000 colaboradores. En tanto, en Perú, Mallplaza por segundo año consecutivo entró en el ranking Great Place to Work, logrando el puesto número 9 de las mejores empresas para trabajar en ese país, entre las compañías cuya dotación es de 25 a 250 colaboradores. En Colombia, Great Place To Work certificó a Mallplaza como una buena empresa para trabajar.

Operadores

Nuestros Operadores son socios comerciales estratégicos en la construcción de la propuesta de valor y la experiencia que ofrece Mallplaza a sus Visitantes. Nos motiva construir relaciones transparentes y de mutuo beneficio con ellos, constituyéndonos en una plataforma de crecimiento para sus negocios y la creación de valor compartido.

Para lo anterior, en nuestra relación con los Operadores, buscamos: fortalecer las relaciones comerciales con los Operadores procurando que nuestros centros comerciales permitan potenciar sus negocios y así ofrecer una mejor experiencia a los Visitantes; otorgar una atención respetuosa y no discriminatoria, junto con información pertinente que sea veraz, adecuada y oportuna a sus requerimientos; promover el respeto por la normativa legal vigente, la defensa de la Libre Competencia, los estándares éticos de Mallplaza y la adopción de prácticas sostenibles.

Como Mall Plaza, además hemos desarrollado proyectos que aportan a la calidad de vida laboral de los trabajadores de nuestros Operadores, como son los espacios “Estar Contigo” habilitados en nuestros centros comerciales, los cuales cuentan con comedores y áreas de descanso. También estamos atentos a incorporar mejoras en base a su escucha, especialmente para temas asociados a seguridad, transporte u otros.

Proveedores

Los Proveedores de Mallplaza son actores clave en el desarrollo de la propuesta de valor que la Compañía quiere entregar a sus Visitantes y a todas las comunidades en las que está inserta. La Compañía procura establecer vínculos basados en la transparencia, la eficiencia y el respeto a la normativa legal vigente, de acuerdo a sus criterios de relacionamiento con proveedores, así como también generar oportunidades conjuntas para la innovación y el crecimiento sostenible.

En esta línea, la Compañía busca: desarrollar una relación de mutuo beneficio y generación de valor; promover el respeto por la normativa legal vigente y la adhesión a los estándares éticos de Mallplaza; promover la adopción de prácticas sostenibles en sus operaciones; respetar con rigurosidad los plazos de pago indicados en los contratos u órdenes de compra; fomentar el desarrollo de pequeñas y medianas empresas.

Los proveedores juegan un rol fundamental para lograr una propuesta de valor integral para invitados, operadores y comunidades. Por eso es muy importante para la Compañía construir relaciones transparentes y que generen valor compartido. En este contexto, es clave entregar un pago oportuno a todos los proveedores, en especial las PyMEs, junto con promover la adopción de prácticas sostenibles en sus propias operaciones.

Para ello existen las Normas Generales de Proveedores Mallplaza y la Política de Relacionamiento con Proveedores, donde se explicitan compromisos mutuos, incluyendo temas como ética, libre competencia, | GRI: 414-1 socios comerciales y proveedores GRI: 204-1 | 66 derechos humanos y cumplimiento a las leyes laborales y de seguridad social, entre otros. Asimismo, Mallplaza cuenta con una plataforma electrónica que permite llevar a cabo procesos de cotizaciones, compras y licitaciones de bienes y servicios de una manera más ágil y eficiente, a través de un portal privado 100% online, permitiendo una mejor trazabilidad y control de procesos.

Durante 2018 se trabajó en el desarrollo de un modelo de relacionamiento con proveedores, cuyo principal objetivo fue potenciar la gestión de abastecimiento, generando mejoras en la cadena de suministro e incorporando variables de sostenibilidad al proceso. En el 2019, se creó el Portal Proveedores, una plataforma que centraliza y optimiza los procesos mejorando la interacción de los proveedores con la compañía.

Autoridades

En su relación con las autoridades, Mallplaza se compromete a cumplir con los requerimientos que ellas realicen en el ejercicio de sus funciones, con transparencia, veracidad, integridad y de manera oportuna.

Accionistas

En Mallplaza entendemos la maximización del valor de la Compañía a largo plazo, bajo parámetros de un crecimiento sostenible, ético y coherente con su propósito. Como Compañía, informamos a nuestros accionistas y al mercado de manera veraz, transparente, suficiente y oportuna sobre nuestra gestión en materias económicas, éticas y sociales.

Medioambiente

En Mallplaza reconocemos los desafíos que plantea el Cambio Climático y la importancia del adecuado manejo medioambiental durante las etapas de construcción y operación de nuestros centros comerciales.

En virtud de lo anterior, la Compañía se compromete a proteger el medioambiente y mejorar el desempeño energético a través del desarrollo sustentable, la mejora continua y la prevención de la contaminación en todas sus actividades, asegurando a los Grupos de Interés Relevantes la disponibilidad de información y de recursos necesarios para alcanzar estos objetivos de acuerdo a lo dispuesto en la normativa estandarizada internacional.

Nuestra gestión se basa en: i) el estricto cumplimiento de las obligaciones legales y de los demás requisitos del marco medioambiental y energético del país; ii) la voluntad de incorporar las mejores prácticas que sean compatibles con la actividad de cada centro comercial; y, iii) los otros acuerdos que la empresa suscriba, relacionados con aspectos ambientales y energéticos.

De acuerdo a las normas internacionales ISO 14.001 e ISO 50.001 Mallplaza se compromete a: establecer, implementar y mantener un sistema de gestión medioambiental y energética, conforme a las normas antes señaladas; lograr la mejora continua de los procesos y desempeños energéticos y ambientales, a través del establecimiento y desarrollo de objetivos, metas e indicadores de gestión; promover el uso racional y eficiente de los recursos y la reducción de las emisiones en toda la operación de la Compañía, a través de campañas que busquen proyectar su preocupación por el consumo energético, el compromiso con el medio ambiente y el desarrollo sustentable; promover y apoyar la adquisición de productos y servicios energéticamente eficientes, como también adoptar la eficiencia energética como un pilar fundamental de las etapas de diseño de sus proyectos, lo anterior con la finalidad de mejorar el desempeño energético de la Compañía; promover la gestión de los residuos a través, entre otros, de planes específicos que busquen el reciclaje o la reutilización de los residuos generados en la operación de nuestros centros comerciales.

Continuando con su compromiso con el cuidado del medio ambiente, Mallplaza alcanzó importantes avances en la gestión de sus temas medioambientales, acciones que posibilitaron, por ejemplo, los permisos ambientales y licencia social para comenzar la construcción de Mallplaza Cali en Colombia.

En lo relativo a la construcción, destacó la obtención de la certificación leed categoría oro para Mallplaza Copiapó, convirtiéndose con ello en el primer centro comercial de regiones certificado por ser diseñado y construido bajo estándares sustentables. En este caso, se relevó el uso responsable y reutilización del agua, así como la promoción de energía fotovoltaica y del reciclaje dentro de sus políticas diarias de operación. Del mismo modo, en Colombia, Mallplaza Manizales obtuvo la certificación LEED en la categoría Plata, destacando su diseño innovador en términos de ahorro energético, el uso de 20% de materiales reciclables en su construcción y la implementación de prácticas que permitieron que más del 75% de los residuos generados por la obra se aprovecharan en chatarrización, reciclaje y otros fines.

En tanto, en eficiencia energética, destacó la instalación de más de 3.200 paneles fotovoltaicos en Mallplaza El Castillo en Colombia, convirtiéndose en la planta solar más grande instalada en un centro comercial en Colombia, que permite generar el 20% de la energía del centro comercial. Sistemas similares se encuentran implementados en Mallplaza Copiapó y Mallplaza Calama ayudando a generar 5% de la energía que utilizan los centros comerciales.

En el año 2018, se incorporó tecnología que permitió la disposición sustentable para los residuos orgánicos en Mallplaza Egaña y Mallplaza Los Dominicos. Y durante 2019, Mallplaza consolidó su compromiso con el cuidado del medioambiente, avanzando en la incorporación de tecnologías que permiten hacer un uso más eficiente de la energía. Junto con esto, la compañía logró que en Chile, más del 98% de la energía consumida proviniera de fuentes renovables. Por otro lado, Mallplaza junto a empresas, organizaciones, gremios y entidades gubernamentales, suscribió el Pacto por los Plásticos, una iniciativa que busca disminuir el impacto por el uso de plásticos para 2025 y a través del cual Chile es el primer país de Latinoamérica en sumarse a la Red Global del Pacto por los Plásticos y el tercer país del mundo, luego de Inglaterra y Francia.

Finalmente, en el marco de las campañas de educación ambiental que Mallplaza realiza de manera permanente, durante 2019 con motivo de la celebración de las fiestas patrias de Perú, Mallplaza realizó exposiciones para ayudar a generar conciencia ambiental, en donde destaca la campaña «Nos jugamos por un Perú sin plásticos», una iniciativa que tuvo como objetivo crear conciencia sobre el uso del plástico y enseñar cómo este material afecta a las especies marinas. Para ello, entre otras actividades, se instalaron espacios para que los visitantes pudieran cambiar productos plásticos por artículos hechos en base a insumos reciclados. Además, se presentó una muestra de animales marinos en peligro de extinción en formato de animatronics. En tanto, en Colombia, dentro de la campaña «Cuidamos nuestro Planeta», Mallplaza llevó a ese país «Solubag», bolsa pionera en ser 100% soluble en agua caliente. Así también, en Mallplaza Manizales y Mallplaza Cartagena se realizaron junto a entidades y la comunidad, diversas actividades de limpieza de playas y humedales, además de instancias de concientización en las que se capacitaban a más de 100 colegios en ambas ciudades. Por su parte, la iniciativa "Por un Perú más verde" desarrolló de manera permanente distintas acciones en esta misma línea, como limpieza de playas, entre otras.

La Política de Sostenibilidad que la compañía viene desarrollando desde hace años, le valió importantes reconocimientos durante el año 2018 y 2019:

- La incorporación al Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index y Dow Jones Sustainability Chile Index
- Primer lugar en reputación corporativa del sector Construcción, Inmobiliaria y Retail 2018, de acuerdo a MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa). Mallplaza fue destacada en esta evaluación reputacional que considera 25 fuentes de información, como un referente a nivel internacional y con presencia en 12 países.
- Premio Oro para Mallplaza, en categoría Relaciones Públicas, RECon Latin America & Caribbean, ICSC. La ICSC destacó «Conejos», intervención ciudadana que sorprendió a las personas y que dio inicio a una campaña cultural que busca incentivar la lectura en los más pequeños y devolver el gusto por los libros a los adultos.
- Reconocimiento del Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) a Mallplaza por ser un aliado estratégico en la generación de empleo en Manizales. Este organismo es uno de los más importantes centros de formación técnica de Colombia y ha trabajado en conjunto con Mallplaza en la entrega de oportunidades laborales.
- Celsia reconoció a Mallplaza como un aliado en el desarrollo de buenas prácticas de gestión ambiental y eficiencia energética para contribuir con el desarrollo sostenible de Colombia. Esto se debió a la implementación de 3.150 paneles solares en la cubierta de Mallplaza El Castillo, que proveen energía a las zonas comunes del Centro Comercial, lo que genera un ahorro del 13% del consumo de este servicio al año.

3.4 Política de Inversión y Financiamiento

3.4.1 Inversión

Plaza S.A. estudia cada proyecto de inversión y los evalúa en función de sus proyecciones de flujos de caja y valor estratégico. Para tales propósitos, la Administración de la Sociedad tiene facultades suficientes para efectuar inversiones en el negocio, sobre la base de planes de expansión que sean previamente aprobados por el Directorio y en proyectos rentables de acuerdo a criterios técnico – económicos.

Respecto a la inversión de excedentes de caja, éstas se realizan siguiendo una política de bajo riesgo basada en instrumentos de renta fija y baja volatilidad, pero con alta liquidez. Se mantiene una matriz diversificada de riesgo, estableciendo montos máximos a invertir por institución financiera regulada y tipos de instrumentos.

3.4.2 Financiamiento

Las fuentes de financiamiento se administran de acuerdo con el plan financiero de largo plazo de la Compañía y sus filiales. Los recursos financieros se originan en flujos provenientes de sus operaciones, obtención de préstamos bancarios o de instituciones financieras, instrumentos de oferta pública y aportes de capital, en función de lo que las condiciones financieras y estratégicas aconsejen.

Desde el año 2009 a la fecha, Plaza S.A. ha realizado siete exitosas emisiones de bonos corporativos en el mercado local, las cuales totalizan UF 24 millones, de los cuales a junio 2020 quedan vigentes UF 22,4 millones. Estos recursos han sido destinados al financiamiento de proyectos de expansión y a la reestructuración de pasivos financieros de la Compañía, logrando los siguientes efectos principales al 30 de junio de 2020:

(i) fuentes de financiamiento, un 47% se mantiene con bancos, y el resto con bonos; (ii) la deuda de corto plazo representa el 18% de la deuda total.

3.5 Factores de Riesgo

Plaza S.A. está expuesta a determinados riesgos que podrían impactar, en mayor o menor medida sus negocios y resultados de forma adversa. Dado esto, la Compañía ha desarrollado una serie de acciones para la identificación, evaluación, mitigación y supervisión de los riesgos que enfrenta bajo el modelo de gestión de riesgos COSO ERM (Enterprise Risk Management) y metodología de segmentación de control del riesgo conocida como Tres Barreras de Defensa. Este modelo se aplica en los tres países donde mallplaza participa. En forma periódica, la primera y segunda barreras de defensa, compuestas por los responsables de cada proceso y la alta administración, realizan una evaluación de los riesgos de la compañía en línea con las cadenas de valor y operacional del negocio, de manera tal de mantener actualizados los riesgos que podrían impactar en el desarrollo u objetivos de Plaza S.A y sus filiales. Adicionalmente, la Compañía reconoce en la Gerencia de Contraloría su tercera barrera de defensa, cuyo objetivo es verificar de forma independiente a la Administración, el cumplimiento de las políticas y procedimientos, teniendo una dependencia directa del Comité de Directores de la Sociedad.

3.5.1 Riesgos Propios de la Actividad

3.5.1.1 Riesgos Financieros: Los principales riesgos de este tipo a los que está expuesta Plaza S.A. son: (i) riesgo de liquidez, (ii) riesgo de crédito, y (iii) riesgo de mercado. El Directorio de Plaza S.A. ha aprobado políticas y procedimientos centralizados para gestionar y minimizar la exposición a estos riesgos. Asimismo, se han establecido procedimientos para monitorear la evolución de dichos riesgos, de forma que las políticas y procedimientos internos se revisen continuamente para adaptarse al cambiante escenario de los negocios y mercados donde opera la Compañía.

3.5.1.2 Daño a personas y activos: La compañía opera un número importante de instalaciones físicas necesarios para la conducción del negocio, las cuales están sujetas a la ocurrencia de eventos que podrían perjudicar su operatividad, tales como: incendios, desastres naturales (inundaciones, sismos, lluvias excesivas), asaltos, saqueos, manifestaciones violentas, u otro tipo de incidentes con daños, clausura de locales y suspensión de actividades por orden de autoridad en estados de excepción constitucional o situaciones de emergencia sanitaria, y otros. Estos, además, presentan un eventual daño a las personas que asisten a las instalaciones de la Compañía, sean clientes, trabajadores, proveedores, contratistas u otros. Este riesgo se mitiga a través del cumplimiento de los estándares en materias de construcción y seguridad física, tales como: sistemas antisísmicos y de protección contra incendios. Además, el riesgo de daño a las personas está mitigado por nuestro programa de seguridad y salud ocupacional, y del mantenimiento de cuyo cumplimiento y resultados son monitoreados continuamente. Por otro lado, el impacto sobre los activos es externalizado a través de la contratación de pólizas de seguros que cubren los riesgos operativos de las propiedades de inversión (centros comerciales en operación y construcción) y los flujos de ingresos asociados a éstos, a través de compañías de seguros de primer nivel.

3.5.1.3 Cambios en las leyes y regulaciones vigentes: Un eventual cambio en el marco regulatorio vigente podría afectar a los ingresos o costos de Plaza S.A. y filiales. Por ejemplo, un cambio en la normativa laboral podría restringir los horarios de apertura de los centros comerciales en días feriados o festivos. Por otro lado, su rentabilidad podría verse afectada ante un cambio negativo en las regulaciones asociadas a los terrenos o a la construcción. Este tipo de cambios normativos son seguidos y analizados por distintas áreas de la Compañía involucradas, con el fin de anticiparnos para asegurar el cumplimiento de la forma más eficiente posible.

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

3.5.1.5 Ventas minoristas a través de Internet: En los últimos años han aumentado las ventas minoristas a través del comercio electrónico vía internet, los cuales podrían afectar eventualmente el flujo de visitantes a los centros comerciales. Plaza S.A. gestiona este riesgo fortaleciendo una alta diversificación en su propuesta a los visitantes, concentrando un mix relevante de usos no retail en sus centros comerciales, tales como restaurantes, zonas de juegos, cines, edificios clínicos, centros de educación, centros de servicios, oficinas y venta de automóviles. A su vez, el restante espacio asociado al retail se distribuye en tiendas por departamento, supermercados, tiendas mejoramiento del hogar y el comercio retail especializado. Esta diversificación posibilita que los centros comerciales Mallplaza generen múltiples motivos de visitas, donde los ciudadanos tienen la posibilidad de realizar múltiples interacciones, las que potencian sus visitas al centro comercial.

3.5.1.6 Disponibilidad de terrenos: Una variable importante para el crecimiento futuro es la disponibilidad de terrenos adecuados para desarrollar proyectos de centros comerciales. En este aspecto, Plaza S.A. ya es propietaria de un conjunto de terrenos que le permitirían desarrollar proyectos comerciales durante los próximos años. Estos proyectos sólo se desarrollarán cuando la Compañía estime que existe una demanda asociada suficiente y que ellos sean rentables.

3.5.2 Riesgos del Mercado en General

3.5.2.1 Ciclo económico: En general las ventas de nuestros arrendatarios están directamente correlacionadas con la evolución del producto interno bruto y el consumo. La caída en el ingreso disponible de las personas, provocada por una eventual contracción económica, podría afectar la tasa de ocupación y los ingresos de los Centros Comerciales. Sin embargo, la política comercial de Plaza S.A. está enfocada en cobros mayoritariamente fijos no asociados a las ventas de sus arrendatarios, por lo que los ingresos de Plaza S.A. son menos sensibles al ciclo económico de los ingresos obtenidos por los locales comerciales generados en razón de sus ventas. Adicionalmente, contamos con un proceso de cobranza establecido con indicadores y metas que son monitoreados continuamente. Complementariamente los ingresos de arriendo de la Compañía provienen de distintos tipos de operadores, entre cuyos ciclos de negocios en algunos casos existe una correlación inversa como lo son: los supermercados, mejoramiento hogar, locales de servicios, locales especializados, edificios médicos y de salud, oficinas, centros de educación y entretenimiento (cines y restaurantes), entre otros.

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

a) Riesgo de tipo de cambio: La Compañía está expuesta a dos fuentes de riesgos de movimientos adversos en el precio de las divisas. La primera corresponde a la deuda financiera emitida en monedas distintas a la moneda funcional del negocio, mientras que la segunda corresponde a las inversiones en el extranjero. Dado lo anterior, la sociedad radica sus financiamientos sólo en las monedas del negocio en cada país, y en caso de no ser posible, se utilizan derivados de cobertura.

b) Riesgo de variación de tasa de interés: Plaza S.A. tiene la mayor parte de su deuda financiera a tasa de interés fija y de largo plazo, de manera de disminuir la exposición a fluctuaciones que puedan ocurrir en las tasas de interés variable e impactar en los gastos financieros.

c) Riesgo de inflación: La mayoría de los ingresos de la Compañía son reajustados por la inflación respectiva en Chile, Perú y Colombia. Para el caso de Chile, éstos se denominan en Unidades de Fomento (UF) y considerando que la mayor parte de la deuda financiera consolidada después de coberturas se encuentra indexada a la misma unidad de reajuste, es posible establecer que la Compañía mantiene una cobertura económica natural que la protege del riesgo de inflación presente en la deuda consolidada después de coberturas (ingresos indexados a la UF en Chile e IPC en Perú y Colombia).

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

3.5.2.4 Riesgos de retención de talento: La compañía depende de la experiencia y conocimientos de sus ejecutivos, colaboradores y directores para su operación diaria y para ejecutar sus planes de inversión. Para atraer y retener talento, cuya fuga podría impactar la capacidad para competir efectivamente y continuar creciendo, la Compañía cuenta con procesos de desarrollo y retención del talento establecidos, cuyos resultados son monitoreados continuamente.

3.5.2.5 Riesgo asociado a contingencias Covid-19: La pandemia ocasionada por el brote del virus denominado COVID-19 (“Coronavirus”), que comenzó a inicios de 2020 y se encuentra en desarrollo a la fecha de presentación de este prospecto, ha afectado y continuará afectando significativamente nuestras actividades, operaciones, ventas, márgenes, ingresos, costos y resultados, así como la actividad económica, comercial, empresarial y financiera, entre otros, de todos los países y mercados de operación de nuestros negocios, así como los de nuestros proveedores. La extensión, alcance, duración y efectos de la pandemia de Coronavirus, así como de las medidas gubernamentales para su contención aludidas, están fuera de nuestro control. Tales medidas, además, podrían verse incrementadas o robustecidas conforme el desarrollo que tenga la pandemia de Coronavirus.

Respecto del cierre parcial en marzo de los centros comerciales en los tres países, en que se mantuvo en operación los servicios esenciales de cada centro comercial, a junio 2020 la compañía mantiene en operación el 35% de su superficie arrendable consolidada, habiendo iniciado en junio el proceso de reapertura gradual de los servicios no esenciales en varios de sus centros comerciales en Chile y Colombia.

La Sociedad ha continuado adoptando todas las medidas que ha considerado necesarias y convenientes para el resguardo de la seguridad y protección de la salud de sus colaboradores, personal de empresas de servicio, personal de tiendas y visitantes, cumpliendo las medidas ordenadas por las autoridades competentes para el control del Coronavirus, junto con gestionar la continuidad operacional de sus negocios. Para ello, Plaza S.A. y sus Filiales han implementado protocolos y medidas preventivas en todos los centros comerciales en base a la normativa vigente y en coordinación con las autoridades, alineados con la experiencia de otros países (Europa y Asia), dentro de las cuales se destacan: rutas de accesos acotadas, controlados por personal de seguridad; rutas separadas de entrada y salida; turnos para ingreso; control de temperatura al ingreso; uso obligatorio de mascarillas y desinfección de calzado; incorporación y uso de sanitizador a través de partículas de cobre; medición de

temperatura electrónica; agendamiento virtual; control online de aforo máximo online, asesoría con expertos en el manejo de pandemias, y auditoría de firmas especializadas (CESMEC y Bureau Veritas)

Todas las medidas consideradas implican, o pueden implicar, a pesar de nuestros esfuerzos, ineficiencias, mayores costos o demoras en nuestros procesos y operación, respecto de nuestras actividades en ausencia de la pandemia de Coronavirus. Dichas medidas constituyen un esfuerzo de control del Coronavirus y sus impactos, pero no es posible garantizar su eficacia. Además, el desarrollo de la pandemia de Coronavirus podría implicar que, en el futuro, debamos incrementar la intensidad o extensión de nuestras medidas, o el cierre transitorio de servicios de los centros comerciales.

Plaza S.A. se encuentra monitoreando la situación y desarrollando acciones complementarias con el objetivo de minimizar el impacto en sus niveles de operación, avanzando con una estrategia gradual en la reapertura de las áreas actualmente cerradas de los centros comerciales, alineados a los protocolos de la autoridad de salud, económica y locales, con estándares sanitarios y en coordinación con sus socios comerciales, incorporando tecnología y experiencias exitosas de otros países.

La contingencia actual del Coronavirus encuentra a Plaza S.A. en una adecuada posición financiera y de liquidez para sus compromisos de desembolsos del año 2020, incluso bajo un escenario de estrés proyectado. A junio 2020, sus vencimientos de deuda financiera corresponden en un 82% a endeudamiento a largo plazo y la duración de su deuda total es superior a 6 años.

A la fecha, no es posible cuantificar los efectos financieros y operacionales para la Sociedad y Filiales relacionados con la pandemia de Coronavirus, por tratarse de eventos aún en desarrollo y cuyos efectos dependerán de múltiples factores desconocidos hasta el momento. Tales factores incluyen algunos que están bajo mayor control de Plaza S.A.; así como otros factores más alejados de nuestro control o fuera del mismo, como la eficacia y necesaria coordinación de las medidas gubernamentales destinadas a la contención del brote de Coronavirus y el grado de respuesta y colaboración que ellas encuentren en la población, o futuras eventuales medidas que impacten directamente el cumplimiento de las obligaciones financieras de nuestros clientes, entre otras.

4. ANTECEDENTES FINANCIEROS

4.1 Estados de Situación Financiera Consolidados

ACTIVOS	Nota	Al 30 de junio de 2020 M\$	Al 31 de diciembre de 2019 M\$
Activos			
Activos corrientes			
Efectivo y equivalentes al efectivo	4	280.988.793	35.722.612
Otros activos financieros corrientes		583.488	820.621
Otros activos no financieros corrientes	5	18.379.506	12.514.206
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	6	45.741.527	65.826.632
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	7.1	33.551.681	10.170.227
Activos por impuestos corrientes	8	12.802.831	12.834.315
Total activos corrientes en operación		392.047.826	137.888.613
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	2.11	16.981.092	16.981.092
Total activos corrientes		409.028.918	154.869.705
Activos no corrientes			
Otros activos no financieros no corrientes	5	46.321.789	42.582.543
Cuentas por cobrar no corrientes	6	3.163.782	3.093.085
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	9	97.166.302	94.786.551
Activos intangibles distintos de la plusvalía	10	4.601.941	4.665.718
Plusvalía	10	357.778	357.778
Propiedades, planta y equipo	11	3.552.554	3.346.491
Propiedades de Inversión	12	3.075.122.824	3.052.309.866
Activos por impuestos no corrientes	8	10.681.729	13.559.188
Activos por impuestos diferidos	14.2	15.554.691	14.344.008
Total activos no corrientes		3.256.523.390	3.229.045.228
Total de Activos		3.665.552.308	3.383.914.933

PATRIMONIO Y PASIVOS	Nota	Al 30 de junio de 2020 M\$	Al 31 de diciembre de 2019 M\$
Pasivos			
Pasivos corrientes			
Otros pasivos financieros corrientes	15	211.962.766	110.428.450
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	16	36.542.330	71.489.750
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	7.2	506.108	658.806
Pasivos por arrendamientos corrientes	17	1.696.518	2.011.801
Otras provisiones a corto plazo	27	640.412	470.259
Pasivos por impuestos corrientes	18	3.166.528	4.395.915
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	19	3.261.923	8.254.520
Otros pasivos no financieros corrientes	20	2.016.397	4.728.020
Total pasivos corrientes		259.792.982	202.437.521
Pasivos no corrientes			
Otros pasivos financieros no corrientes	15	998.945.058	783.324.517
Cuentas por pagar no corrientes	16	1.096.819	1.074.495
Pasivos por arrendamientos no corrientes	17	16.561.530	16.825.861
Pasivos por impuestos diferidos	14.2	437.459.238	440.007.841
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	19	1.349.736	4.992.047
Otros pasivos no financieros no corrientes	20	23.459.709	22.681.407
Total pasivos no corrientes		1.478.872.090	1.268.906.168
Total de Pasivos		1.738.665.072	1.471.343.689
Patrimonio			
Capital emitido	21 b)	175.122.686	175.122.686
Ganancias (pérdidas) acumuladas		1.531.955.205	1.527.046.422
Primas de emisión		123.573.274	123.573.274
Otras reservas	21 d)	(52.353.792)	(59.235.879)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		1.778.297.373	1.766.506.503
Participaciones no controladoras		148.589.863	146.064.741
Patrimonio total		1.926.887.236	1.912.571.244
Total de patrimonio y pasivos		3.665.552.308	3.383.914.933

4.2 Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función

Estado de Resultados	Nota	Por los seis meses terminados al 30 de junio de		Por los tres meses terminados al 30 de junio de	
		2020	2019	2020	2019
		M\$	M\$	M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	23	96.971.323	157.406.473	22.556.032	80.191.363
Costo de ventas	24.1	(40.006.816)	(36.875.372)	(18.806.255)	(18.546.017)
Ganancia bruta		56.964.507	120.531.101	3.749.777	61.645.346
Otros ingresos, por función	24.2	249.568	442.900	54.047	232
Gasto de administración	24.1	(22.810.052)	(16.557.274)	(15.329.543)	(8.499.112)
Otros gastos, por función	24.3	(1.513.845)	(953.900)	(777.266)	(443.573)
Ganancias de actividades operacionales		32.890.178	103.462.827	(12.302.985)	52.702.893
Ingresos financieros	24.4	1.273.425	1.391.359	707.413	607.506
Costos financieros	24.5	(16.507.764)	(16.130.453)	(8.378.312)	(8.000.542)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	9 a)	(89.659)	1.296.644	(755.501)	636.358
Diferencias de cambio	24.5	(167.883)	(13.497)	(13.036)	(11.166)
Resultados por unidades de reajuste	24.5	(11.661.422)	(10.024.951)	(4.010.070)	(10.076.295)
Ganancia antes de impuestos		5.736.875	79.981.929	(24.752.491)	35.858.754
Gasto por impuestos a las ganancias	14.1 a)	(863.904)	(19.063.651)	5.976.828	(7.203.632)
Ganancia		4.872.971	60.918.278	(18.775.663)	28.655.122
Ganancia (pérdida) atribuible a					
Ganancia (pérdida) atribuible a los propietarios de la controladora		5.634.903	58.062.392	(16.979.558)	27.313.884
Ganancia (pérdida) atribuible a participaciones no controladoras		(761.932)	2.855.886	(1.796.105)	1.341.238
Ganancia (pérdida)		4.872.971	60.918.278	(18.775.663)	28.655.122
Ganancias por acción					
Ganancia por acción básica					
Ganancia (pérdida) por acción básica en operaciones continuadas		\$ 2,87	\$ 29,62	(\$ 8,66)	\$ 13,94
Ganancia (pérdida) por acción básica		\$ 2,87	\$ 29,62	(\$ 8,66)	\$ 13,94
Ganancia por acción diluida					
Ganancia (pérdida) diluida por acción en operaciones continuadas		\$ 2,87	\$ 29,62	(\$ 8,66)	\$ 13,94
Ganancia (pérdida) diluida por acción		\$ 2,87	\$ 29,62	(\$ 8,66)	\$ 13,94

Estados de Resultados Integrales	Por los seis meses terminados al 30 de junio de		Por los tres meses terminados al 30 de junio de	
	2020 M\$	2019 M\$	2020 M\$	2019 M\$
Ganancia (pérdida)	4.872.971	60.918.278	(18.775.663)	28.655.122
Componentes de otro resultado integral que no se clasificarán al resultado del periodo, antes de impuestos				
Componentes de otro resultado integral que se clasificarán al resultado del periodo, antes de impuestos				
Diferencia de cambio por conversión				
Ganancias (pérdidas) por diferencias de cambio de conversión, antes de impuestos	(6.826.584)	(105.874)	(1.844.602)	728.727
Otro resultado integral, antes de impuestos, diferencia de cambio por conversión	(6.826.584)	(105.874)	(1.844.602)	728.727
Coberturas del flujo de efectivo				
Ganancias (pérdidas) por coberturas de flujos de efectivo, antes de impuestos	17.104.800	(6.289.179)	716.959	(2.728.124)
Otro resultado integral, antes de impuestos, coberturas del flujo de efectivo	17.104.800	(6.289.179)	716.959	(2.728.124)
Otros componentes de otro resultado integral, que se clasificarán en el resultado del periodo, antes de impuestos	10.278.216	(6.395.053)	(1.127.643)	(1.999.397)
Impuestos a las ganancias relacionados con componentes de otro resultado integral				
Impuesto a las ganancias relacionado con coberturas de flujos de efectivo de otro resultado integral	(4.528.932)	1.698.078	(193.579)	736.593
Impuestos a las ganancias relacionados con componentes de otro resultado integral	(4.528.932)	1.698.078	(193.579)	736.593
Otro resultado integral	5.749.284	(4.696.975)	(1.321.222)	(1.262.804)
Resultado Integral Total	10.622.255	56.221.303	(20.096.885)	27.392.318
Resultado integral atribuible a				
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	12.050.430	54.403.771	(17.791.873)	26.499.174
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	(1.428.175)	1.817.532	(2.305.012)	893.144
Resultado Integral Total	10.622.255	56.221.303	(20.096.885)	27.392.318

4.3 Estados de Flujos de Efectivo Consolidados

Estado de Flujo de Efectivo Directo	Por los seis meses terminados al 30 de junio de	
	2020 M\$	2019 M\$
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de operación		
Clases de cobros por actividades de operación:		
Cobros procedentes de las ventas de bienes y prestación de servicios	126.034.664	204.092.004
Clases de pagos:		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(33.683.820)	(32.394.922)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(21.713.014)	(15.493.883)
Otros pagos por actividades de operación	(14.394.692)	(23.613.607)
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(6.955.445)	(20.341.143)
Otras entradas (salidas) de efectivo	32.505	669.727
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de operación	49.320.198	112.918.176
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión		
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	-	4.841.966
Pagos por compras de activos intangibles	(767.852)	(454.495)
Pagos por compras de propiedades, planta y equipo	(124.146)	(189.225)
Pagos por compras de otros activos a largo plazo - Propiedades de Inversión	(60.311.512)	(49.726.849)
Préstamos netos a entidades relacionadas (otorgados) recibidos	(22.090.000)	6.440.000
Intereses recibidos	981.603	693.250
Otras entradas (salidas) de efectivo	475.992	1.864.208
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de inversión	(81.835.915)	(36.531.145)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Importes procedentes de obligaciones con el público	175.908.759	-
Importes procedentes de préstamos	258.730.071	5.598.000
Total importes procedentes de préstamos	434.638.830	5.598.000
Pagos de préstamos	(99.818.029)	(34.160.276)
Pagos de pasivos por arrendamientos	(1.286.990)	(1.344.161)
Pagos de obligaciones con el público	(9.237.662)	(5.164.522)
Dividendos pagados	(31.681.035)	(49.579.677)
Intereses pagados	(17.560.404)	(16.732.546)
Otras entradas (salidas) de efectivo	3.977.348	1.617.760
Flujos de efectivo netos procedentes de (utilizados en) actividades de financiación	279.032.058	(99.765.422)
Incremento (Decremento) neto en efectivo y equivalentes al efectivo	246.516.341	(23.378.391)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(1.250.160)	(172.234)
Efectivo y equivalentes al efectivo, saldo inicial	35.722.612	51.555.592
Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Saldo Final	280.988.793	28.004.967

4.4 Razones Financieras

	jun-20	dic-19	Var Jun20-Dic19
Razón de Liquidez ⁽¹⁾	1,57	0,77	0,80
Razón Ácida ⁽²⁾	1,08	0,18	0,90
Razón de Endeudamiento ⁽³⁾	0,90	0,77	0,13
Deuda Financiera Neta ⁽⁴⁾ / Patrimonio total	0,47	0,44	0,03
Deuda Financiera Neta ⁽⁴⁾ / EBITDA ⁽⁵⁾	5,29	3,57	1,72
EBITDA / Gastos Financieros Netos ⁽⁶⁾	3,34	6,52	(3,18)
EBITDA / Ingresos Netos ⁽⁷⁾	62,0%	77,0%	(15,0%)
Total pasivos corrientes / Total de Pasivos	14,9%	13,8%	1,1%
Total de Activos / Otros Pasivos Fin. No cte.+ Total Pas. Corrientes	2,91	3,43	(0,52)
Activos Libres ⁽⁸⁾ / Deuda Financiera Neta ⁽⁴⁾	3,42	3,50	(0,08)
Rentabilidad del Patrimonio ⁽⁹⁾	2,5%	5,5%	(3,0%)
Rentabilidad del Activo ⁽¹⁰⁾	1,4%	3,1%	(1,7%)
Rendimiento Activos Operacionales ⁽¹¹⁾	3,8%	6,2%	(2,4%)
Utilidad por Acción ⁽¹²⁾	\$24,31	\$ 51,06	(\$ 26,75)

- (1) Razón de Liquidez corresponde a Total activos corrientes sobre Total pasivos corrientes a junio 2020 y diciembre 2019.
- (2) Razón Ácida corresponde a la cuenta Efectivo y equivalentes al efectivo sobre Total pasivos corrientes a junio 2020 y diciembre 2019.
- (3) Corresponde a la división entre las cuentas (Total Pasivos Corrientes + Total Pasivos No Corrientes) sobre Patrimonio Total a junio 2020 y diciembre 2019.
- (4) Corresponde a la suma de las cuentas Otros pasivos financieros corrientes y Otros pasivos financieros no corrientes, descontando la cuenta Efectivo y equivalentes al efectivo y otras inversiones de excedentes de caja con disponibilidad a plazo menor a 30 días (CLP M\$ 30.192.141 a junio 2020 y CLP M\$ 7.855.577 a diciembre 2019) disponible en la nota 7 de los Estados Financieros a junio de 2020
- (5) Corresponde al EBITDA 12 meses móviles a junio 2020 y diciembre 2019, respectivamente. EBITDA calculado como Ganancia bruta más Gastos de administración, menos Depreciación y Amortización disponible en la nota 24 de los Estados Financieros.
- (6) Corresponde al EBITDA y gastos financieros netos del acumulado a junio 2020 y diciembre 2019, respectivamente. Gasto Financiero neto (CLP M\$ 17.972.177 a junio 2020 y CLP M\$ 36.531.490 a diciembre 2019) corresponde a la partida Costos financieros descontando la activación del gasto financiero asociado a proyectos en construcción (CLP M\$ 1.464.413 a junio 2020 y CLP M\$ 4.199.524 a diciembre 2019).
- (7) Corresponde al EBITDA y a la cuenta de Ingresos de actividades ordinarias, acumulado a junio 2020 y diciembre 2019, respectivamente
- (8) Corresponde a la cuenta Propiedades de Inversión excluyendo activos que se encuentran con hipoteca o gravamen (a junio 2020 no existen activos bajo este concepto, CLP M\$ 75.376.162 a diciembre 2019).
- (9) Corresponde a la cuenta Ganancia (pérdida) 12 meses móviles acumulado a junio 2020 y diciembre 2019, sobre la cuenta Patrimonio Total promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).
- (10) Corresponde a Ganancia (pérdida) 12 meses móviles acumulado a junio 2020 y diciembre 2019, sobre la cuenta Total de Activos promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).
- (11) Corresponde a la cuenta Ganancia de actividades operacionales 12 meses móviles acumulado a junio 2020 y diciembre 2019, sobre la cuenta Propiedades de Inversión promedio (promedio lineal últimos 4 trimestres).
- (12) Corresponde a la cuenta Ganancia por acción básica de los últimos 12 meses acumulado a junio 2020 y diciembre 2019.

La razón de liquidez (Activos corrientes / Pasivos corrientes) aumentó desde 0,77 veces al cierre de diciembre 2019 a 1,57 veces en junio 2020, lo que corresponde a una variación de 0,80 puntos, generada por un aumento de los activos corrientes en Efectivo y equivalentes al efectivo de MMCLP 245.266 asociado a la emisión de Bono Serie P y S, además de la obtención de préstamos de corto plazo para asegurar liquidez. Por otro lado, la razón ácida definida como el Efectivo y equivalentes al efectivo sobre pasivos corrientes aumenta de 0,18 veces a diciembre 2019, a 1,08 veces a junio 2020.

La razón de endeudamiento ([Pasivo Corriente + Pasivo no Corriente] / Patrimonio) aumentó desde 0,77 a 0,90 veces, por un aumento de los pasivos totales debido a mayores Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes. Adicionalmente, la relación Deuda financiera neta sobre Patrimonio disminuye de 0,44 veces en diciembre 2019 a 0,47 veces a junio 2020, asociado al incremento de la deuda financiera neta por el aumento de los Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes.

La relación Deuda Financiera (neta de efectivo y equivalentes al efectivo y otras inversiones de excedentes de caja con disponibilidad a plazo menor a 30 días) sobre EBITDA móvil 12 meses aumenta de 3,57 de diciembre 2019 a 5,29 veces en junio 2020, asociado a un aumento de la deuda financiera neta respecto al período anterior y a una disminución del EBITDA móvil 12 meses debido a menor actividad en los malls. La razón de cobertura de gastos financieros, EBITDA sobre gastos financieros, alcanzó 3,34 veces a junio 2020, disminuyendo respecto del valor de 6,52 veces alcanzado en diciembre 2019.

El indicador Pasivo Corriente sobre Pasivo Total aumentó desde 13,8% en diciembre 2019 a 14,9% en junio 2020. Este efecto está asociado principalmente a un aumento de 28,3% en los Pasivos corrientes por Deudas financieras a corto plazo para asegurar liquidez.

La razón Activos sobre Deuda financiera no corriente + Pasivos Corrientes disminuyó desde 3,43 veces a 2,91 veces a junio de 2020, debido al aumento de los Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes.

La relación Activos libres de hipoteca, correspondiente a las propiedades de inversión libres de hipoteca o de gravamen, sobre Deuda Financiera Neta de efectivo o equivalentes al efectivo aumentó a 3,42 veces a junio de 2020, menor con respecto al 3,50 veces alcanzado en diciembre 2019.

La Rentabilidad del patrimonio, definida como la utilidad 12 meses sobre el patrimonio promedio, alcanza un 2,5% a junio 2020, menor al 5,5% alcanzado en diciembre 2019 debido a una menor ganancia 12 meses (-53,6%) además de aumento del patrimonio promedio (2,0%).

Por su parte la Rentabilidad del activo, que corresponde a la utilidad 12 meses sobre el activo promedio, disminuye desde un 3,1% en diciembre 2019 a un 1,4% a junio 2020, debido a una menor ganancia 12 meses (-53,6%) y crecimiento en el activo promedio (4,2%).

El Rendimiento de los activos operacionales, definido como la ganancia de actividades operacionales de 12 meses sobre las propiedades de inversión promedio, disminuyó del 6,2% alcanzado en diciembre 2019 a un 3,8% a junio 2020. Esto es producto de una disminución de un -38,1% en la ganancia de actividades operacionales de 12 meses, además de un aumento de 1,5% de las propiedades de inversión promedio.

Finalmente, la Utilidad por acción acumulada en los últimos 12 meses disminuye en \$26,75, alcanzando \$24,31 por acción a junio 2020, mientras que a diciembre 2019 fue de \$51,06, principalmente por una disminución en el resultado acumulado 12 meses, por el cierre parcial de los centros comerciales en los meses de octubre y noviembre 2019 y el periodo marzo a junio 2020.

4.5 Créditos Preferentes

A la fecha del presente Prospecto, Plaza S.A. no es deudora de créditos preferentes a los Bonos fuera de aquellos que resulten de la aplicación de las normas contenidas en el título XLI del libro IV del Código Civil o leyes especiales.

4.6 Restricciones al emisor

Tanto los bonos de la serie D emitida con cargo a la línea de Bonos N° 583 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de abril de 2009, series C y E emitidas con cargo a la Línea de Bonos N° 584 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de abril de 2009, serie P emitida con cargo a la Línea de Bonos N° 669 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de mayo de 2011, series H y K emitidas con cargo a la Línea de Bonos N° 670 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de Mayo de 2011, serie M emitida con cargo a la Línea de Bonos N° 766 inscrita en el Registro de Valores con fecha 23 de Septiembre de 2013, los bonos de la serie N emitida con cargo a la Línea de Bonos N° 767 inscrita en el Registro de Valores con fecha 23 de Septiembre de 2013 y los bonos de la serie S emitida con cargo a la Línea de Bonos N°980 inscrita en el Registro de Valores con fecha 16 de junio de 2020 están acogidas a las mismas restricciones y en iguales condiciones.

La re-implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera ("NIIF" o "IFRS" en inglés) por parte de Plaza S.A. a partir del 01 de enero de 2016 para sus reportes a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), y la consecuente revalorización de los activos denominados Propiedades de Inversión, generaron impactos en los Estados Financieros al 31 de diciembre 2016 presentados a la CMF, los que repercutieron en el cálculo de la deuda máxima, resguardo definido en el numeral Uno de la Cláusula Décima de las líneas de bonos. Por lo tanto, y según lo establecido en los contratos de emisión de las líneas de bonos, estos cambios fueron expuestos al Representante de Tenedores de Bonos, además de solicitar a la empresa de auditoría externa de Plaza S.A. que adapte este resguardo según la nueva situación contable.

Dado lo expuesto en el párrafo anterior, con fecha 21 de abril y 28 de junio de 2017 se firmaron escrituras de modificación de los contratos de emisión de bonos desmaterializados por líneas de títulos de deuda correspondientes a las líneas N°583, N°584, N°669, N°670, N°766 y N°767 entre Plaza S.A. como emisor y Banco de Chile como Representante de los Tenedores de Bonos, en donde se modifica el numeral Uno de la Cláusula Décima, quedando éste definido como se detalla a continuación.

Mantención de Activos Esenciales: Conforme a lo establecido en el punto 5.4.6. Dos "Causal de rescate anticipado" del presente prospecto, si el Emisor dejare de mantener Activos Esenciales, éste deberá ofrecer a cada uno de los Tenedores de Bonos Elegibles una opción de rescate voluntario según los términos establecidos en el referido título. Para estos efectos, en los contratos de emisión definen "Activos Esenciales" como activos correspondientes a 500 mil metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad directa del Emisor o a través de sociedades Filiales o Coligadas, o respecto a los cuales el Emisor o cualquiera de sus Filiales o Coligadas sean concesionarios en virtud de contratos de concesión cuyo plazo de vigencia sea igual o mayor al plazo de vencimiento de los Bonos vigentes emitidos con cargo a la Línea.

Al 30 de junio de 2020, Plaza S.A. mantiene Activos Esenciales por 1.374.000 metros cuadrado arrendables en Chile.

Nivel de Endeudamiento Máximo: A contar del treinta y uno de marzo de dos mil diez, mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del Emisor, un Nivel de Endeudamiento /definido como la suma de las cuentas Otros Pasivos Financieros Corrientes y Otros Pasivos Financieros no Corrientes, dividido por el valor de la UF a la fecha de cierre del Estado de Situación Financiera Consolidada del Emisor/ inferior o igual al valor establecido por la siguiente fórmula:

$$\begin{aligned} \text{Deuda Máxima } i = & \quad (\text{Deuda Máxima } i-1 + \text{Variación Efectivo } i - \text{Garantías a Terceros } i) \\ & + 2 \times (\text{Variación Patrimonio } i + \text{Corrección Monetaria Propiedades de Inversión en Chile } i-1) \\ & + \text{Ajuste Propiedades de Inversión fuera de Chile } i-1) \end{aligned}$$

- Período 0: 31/12/2009; Período 1: 31/03/2010; Período 2: 30/06/2010; Período 3: 30/09/2010; Período 4: 31/12/2010; Período 5: 31/03/2011, en adelante.
- Período i: Último día del mes calendario del trimestre correspondiente a los últimos Estados Financieros presentados a la CMF,
- Período i-1: Último día del mes calendario del trimestre correspondiente a los penúltimos Estados Financieros presentados a la CMF.
- UF i: Valor de la Unidad de Fomento al Período i.
- UF i-1: Valor de la Unidad de Fomento al Período i-1.
- Deuda Máxima i: Es el Nivel de Endeudamiento Máximo en Unidades de Fomento correspondiente al Período i para Plaza S.A. consolidado.
- Deuda Máxima i-1: Es el Nivel de Endeudamiento Máximo en Unidades de Fomento correspondiente al Período i-1 para Plaza S.A. consolidado.

Para el cálculo de la Deuda Máxima i, al día 31 de marzo de 2010, la Deuda Máxima i-1 será el valor en UF al 31/12/2009 equivalente a

- i) 2 veces la sumatoria del "Total Patrimonio" más "Interés Minoritario"; más,
- ii) la sumatoria de las siguientes cuentas de activos: Disponible, inversiones en depósitos a plazo, valores negociables y pactos de retroventa de la cuenta Otros activos circulantes; y menos
- iii) Garantías a Terceros. Estos valores se obtendrán del balance consolidado de Plaza S.A. al 31/12/2009, bajo la norma contable chilena vigente a esta fecha publicado en la CMF.
 - Variación de efectivo i: Es el valor en UF i que resulta de restar al valor del activo Efectivo y Equivalentes al Efectivo del Período i, el valor del activo Efectivo y Equivalentes al Efectivo del Período i-1.
 - Garantías a Terceros i: Será el monto expresado en UF i que resulta de restar i) la suma de los montos al Período i de todos los avales, fianzas simples o solidarias, o deudas solidarias u otras garantías, personales o reales, que se hubieren otorgado para caucionar obligaciones de terceros, con excepción de las otorgadas por Plaza S.A. o sus filiales por obligaciones de otras filiales del emisor, y aquellas otorgadas por sociedades filiales por obligaciones de Plaza S.A.; ii) la suma de los montos al Período i-1 de todos los avales, fianzas simples o solidarias, o deudas solidarias u otras garantías, personales o reales, que se hubieren otorgado para caucionar obligaciones de terceros, con excepción de las otorgadas por Plaza S.A. o sus filiales por obligaciones de otras filiales del emisor, y aquellas otorgadas por sociedades filiales por obligaciones de Plaza S.A.
 - Variación Patrimonio i: Será el valor que resulta de restar

- i) el monto que resulte de sumar el "Total Patrimonio" más el valor del pasivo "Dividendos por Pagar" correspondiente al Período i,
- ii) el monto que resulte de sumar la cuenta "Total Patrimonio" más el valor del pasivo "Dividendos por Pagar", correspondiente al Período i-1; y,
- iii) todo lo anterior dividido por el valor de la UF_i.

Solo para la Variación Patrimonio del 31 de diciembre de 2016, se debe adicionalmente restar la diferencia entre

- (i) la revalorización de las propiedades de inversión realizada con esta fecha, por la re-adopción de IFRS, equivalente a \$454.824.534.000, y
- (ii) el pasivo por Impuestos Diferidos asociados al ajuste por revalorización de las "Propiedades de Inversión" al 31 de diciembre de 2016, equivalente a \$122.799.513.000, debido a la misma re adopción de esta fecha.
 - Corrección Monetaria Propiedades de Inversión Chile i-1: Será el monto expresado en UF i que resulte de: i) el rubro de activos "Propiedades de Inversión" de Plaza S.A. consolidado en Chile en el Período i-1, neto de depreciación acumulada, menos ii) el rubro del pasivo "Pasivo por Impuestos Diferidos" asociados a "Propiedades de Inversión" en Chile, menos iii) el ajuste por revalorización de la cuenta "Propiedades de Inversión" al 31 de diciembre de 2009, debido a la primera aplicación de IFRS, cuyo valor fue de \$874.483.983.000, adicionalmente para los cálculos a partir del 31 de diciembre de 2016 se sumará \$454.824.534.000, debido a la re-adopción de IFRS efectuado en los estados financieros de Plaza S.A. de fecha 31 de diciembre de 2016, más iv) el pasivo por Impuestos

Diferidos asociados al ajuste por revalorización de las “Propiedades de Inversión” al 31 de diciembre de 2009, debido a la primera aplicación de IFRS, cuyo valor fue de \$148.662.277.000, adicionalmente para los cálculos a partir del 31 de diciembre de 2016 se sumará \$122.799.513.000, debido a la re-adopción de IFRS efectuado en los estados financieros de Plaza S.A. de fecha 31 de diciembre de 2016; y v) todo lo anterior multiplicado por la variación porcentual entre los valores de UF_i y UF_{i-1}.

- Ajuste Propiedades de Inversión fuera de Chile i-1: Corresponde al ajuste por las “Propiedades de Inversión” que Plaza S.A. y/o sus filiales posean fuera de Chile, calculado de la siguiente forma:
 - i) La sumatoria en dólar de los Estados Unidos de América del Período i del valor de los activos Propiedades de Inversión en cada país del Período i-1 en su moneda local, neto de depreciación acumulada, reajustado según variación porcentual de dicha moneda respecto del dólar de los Estados Unidos de América entre el Período i y el Período i-1;
 - ii) multiplicado por el valor en pesos chilenos del dólar de los Estados Unidos de América al Período i; y,
 - iii) dividido por la UF_i.

En las notas de los Estados Financieros de Plaza S.A. consolidados publicados en la CMF se incluirá el detalle de cada componente utilizado para el cálculo del Nivel de Endeudamiento Máximo_i y su valor, así como el Nivel de Endeudamiento Máximo del trimestre anterior (Período i-1).

Al 30 de junio de 2020, la Deuda Máxima permitida asciende a MUF 123.532 según los contratos de los bonos públicos vigentes. La deuda vigente al 30 de junio de 2020 asciende a MUF 42.197.

	Moneda	Al 30 de Junio del 2020	Al 31 de Marzo del 2020	Fuente de Información
Período i		30-06-2020	31-03-2020	
Período i-1		31-03-2020	31-12-2019	
UF _i	\$/UF	28.696,42	28.597,46	
UF _{i-1}	\$/UF	28.597,46	28.309,94	
Efectivo y Equivalentes al Efectivo del Período i	Miles \$	280.988.793	164.983.293	Estado Situación Financiera período i
Efectivo y Equivalentes al Efectivo del Período i-1	Miles \$	164.983.293	35.722.612	Estado Situación Financiera período i-1
Variación Efectivo _i	Miles \$	116.005.500	129.260.681	
Variación Efectivo_i	Miles UF	4.043	4.520	
Garantías a Terceros _i	No hay	-	-	
Total Patrimonio_i	Miles \$	1.926.887.236	1.946.265.803	Estado Situación Financiera período i
Dividendos por Pagar _i	Miles \$	8.606	31.406.031	Nota 16 - Estados Financieros período i
Total Patrimonio i-1	Miles \$	1.946.265.803	1.912.571.244	Estado Situación Financiera período i-1
Dividendos por Pagar i-1	Miles \$	31.406.031	31.408.494	Nota 16 - Estados Financieros período i-1
Variación Patrimonio_i	Miles \$	(50.775.992)	33.692.096	
Variación Patrimonio_i	Miles UF	(1.769)	1.178	
Propiedades de Inversión i-1 a	Miles \$	2.859.123.634	2.842.506.064	Estado Situación Financiera período i-1
Impuestos Diferidos Propiedades de Inversión i-1 b	Miles \$	437.817.362	438.827.703	Nota 14.2 - Estados Financieros período i-1
Ajuste por revalorización inicial de Prop. de Inversión a IFRS c	Miles \$	874.483.983	874.483.983	Nota 4 - 4.1 - Estados Financieros al 31.12.2010
Impuestos diferidos por revalorización inicial de Prop. de Inv. d	Miles \$	148.662.277	148.662.277	
Ajuste por revalorización inicial de Prop. de Inversión a IFRS e	Miles \$	454.824.534	454.824.534	
Impuestos diferidos por revalorización inicial de Prop. de Inv. f	Miles \$	122.799.513	122.799.513	
Variación Porcentual UF g	Miles \$	0,35%	1,02%	
Corrección Monetaria Propiedades de Inversión Chile i-1	Miles \$	4.718.180	13.668.468	
Corrección Monetaria Propiedades de Inversión Chile i-1	Miles UF	165	478	
Ajuste Propiedades de Inversión fuera de Chile i-1	Miles UF	(517)	2.024	
Deuda Máxima i-1	Miles UF	123.733	111.852	
Deuda Máxima_i	Miles UF	123.532	123.733	

^a Propiedades de Inversión en Chile Netas de depreciación acumulada

^b Asociados a Propiedades de Inversión en Chile

^c De las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2009

^d Asociados al ajuste por revalorización inicial por IFRS de las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2009. Representa el 17% del Ajuste por revalorización inicial a IFRS

^e De las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2016 por re-adopción de IFRS

^f Asociados al ajuste por revalorización debido a la re-adopción de IFRS de las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2016. Representa el 27% del Ajuste por revalorización debido a la re-adopción de IFRS

^g Variación Porcentual entre los valores de UF_i y UF_{i-1}

Otras obligaciones vigentes

Al 30 de junio de 2020 Plaza S.A. y sus principales filiales, cuentan con las siguientes obligaciones vigentes:

Unique Tax Identification Number of debtor entity	Debtor entity name	Debtor company country	Unique Tax Identification Number of creditor entity	Name of creditor entity	Creditor entity country	Currency type	Amortizati on type	Nominal rate	effective rate	1 to 90 days	more than 90 days to 1 year	Total Current	From 1 to 6 years	More than 6 years	Total Non-Current	Amount of the Nominal Value of the Obligation to Pay in accordance with the Conditions of the Contract	
Obligations with banks																	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-1	scotiabank Chile	Chile	UF	At maturity	100%	180%	-	28.656.381	28.656.381	-	-	-	28.778.534	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-7	Banco Estado	Chile	UF	At maturity	2,23%	3,04%	-	8.323.572	8.323.572	-	-	-	8.371.965	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	At maturity	2,30%	3,11%	-	4.018.369	4.018.369	-	-	-	4.041.883	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	At maturity	2,55%	3,36%	-	6.971.658	6.971.658	-	-	-	6.957.352	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-6	Banco de Chile	Chile	CLP	At maturity	3,68%	4,49%	174.910	14.170.878	14.345.788	-	-	-	14.428.580	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.036.000-K	Banco Santander-Chile	Chile	CLP	At maturity	2,72%	2,99%	43.097.223	-	43.097.223	-	-	-	43.107.378	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.036.000-1	scotiabank Chile	Chile	USD	At maturity	3,84%	3,84%	-	0.659.398	0.787.498	-	-	-	0.787.498	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	97.036.000-K	Banco Santander-Chile	Chile	UF	At maturity	0,70%	1,50%	-	14.324.230	14.324.230	-	-	-	14.376.946	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	97.036.000-K	Banco Santander-Chile	Chile	UF	At maturity	0,70%	1,50%	-	14.324.230	14.324.230	-	-	-	14.376.946	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	At maturity	1,99%	1,99%	-	0.969.065	0.969.065	-	-	-	0.969.067	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	At maturity	1,80%	1,80%	-	14.396.985	14.396.985	-	-	-	14.396.994	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.006.000-6	Banco de Crédito e Inversiones (CHI)	Chile	UF	At maturity	2,26%	2,28%	-	6.574	6.574	33.000.882	-	33.000.882	33.074.457	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	At maturity	2,40%	2,40%	-	-	-	0.052.385	-	0.052.385	0.052.496	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-7	Banco Estado	Chile	UF	At maturity	2,42%	2,46%	578.794	-	578.794	57.333.257	-	57.333.257	57.963.835	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	At maturity	2,25%	2,25%	-	5.1986	5.619.567	-	-	-	5.619.567	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	At maturity	2,25%	2,28%	53.013	-	53.013	5.656.664	-	5.656.664	5.712.325	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	At maturity	2,25%	2,28%	-	26.666	2.845.384	-	-	-	2.873.382	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	At maturity	2,25%	2,34%	27.473	-	27.473	2.861.766	-	2.861.766	2.893.095	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	At maturity	2,25%	2,36%	27.799	-	27.799	2.861.582	-	2.861.582	2.894.497	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	At maturity	2,25%	2,38%	42.520	-	42.520	4.351.391	-	4.351.391	4.402.651	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	At maturity	2,25%	2,39%	28.165	-	28.165	2.864.452	-	2.864.452	2.896.993	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.006.000-6	Banco de Crédito e Inversiones (CHI)	Chile	UF	At maturity	2,37%	2,37%	-	578	578	0.856.747	-	0.856.747	0.863.665	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	At maturity	2,58%	2,61%	-	43.630	43.630	28.667.678	-	28.667.678	28.738.608	
76.882.330-9	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	79.884.7D-K	BTG Factual Chile S.A.	Chile	UF	At maturity	1,50%	1,50%	-	3.698	3.698	63.018.64	-	63.018.64	63.836.895	
76.882.330-10	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	79.884.7D-K	BTG Factual Chile S.A.	Chile	UF	At maturity	1,50%	1,50%	-	3.698	3.698	63.018.64	-	63.018.64	63.836.895	
76.882.330-11	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	79.884.7D-K	BTG Factual Chile S.A.	Chile	UF	At maturity	1,50%	1,50%	-	3.698	3.698	63.018.64	-	63.018.64	63.836.895	
76.882.330-12	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	79.884.7D-K	BTG Factual Chile S.A.	Chile	UF	At maturity	1,50%	1,50%	-	3.698	3.698	63.018.64	-	63.018.64	63.836.895	
76.882.330-13	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	79.884.7D-K	BTG Factual Chile S.A.	Chile	UF	At maturity	1,50%	1,50%	-	3.698	3.698	63.018.64	-	63.018.64	63.836.895	
96.653.660-8	Plaza Del Trabajo SpA	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	At maturity	1,75%	1,75%	-	7.205.140	7.205.140	-	-	-	7.205.143	
96.538.230-5	Plaza Vespucio SpA	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	At maturity	1,75%	1,75%	-	7.205.140	7.205.140	-	-	-	7.205.143	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-7	Banco Estado del Estado de Chile	Chile	CLP	biannual	5,13%	5,23%	-	2.080.934	2.080.934	-	-	-	2.082.100	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	biannual	1,70%	1,70%	-	6.955	6.955	14.358.255	-	14.358.255	14.375.216	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	biannual	1,70%	1,70%	-	6.955	6.955	14.358.255	-	14.358.255	14.375.216	
0-E	Fideicomiso Centro Comercial Cartagena	Colombia	0-E	Itaú Corpbanca Colombia S.A.	Colombia	COB	Monthly	8,30%	8,72%	18.262	1579.399	1698.661	1104.1021	-	3.480.074	14.521.095	16.255.557
0-E	Fideicomiso Centro Comercial Manizales Dos	Colombia	0-E	Itaú Corpbanca Colombia S.A.	Colombia	COB	At maturity	8,20%	8,20%	18.778	-	18.778	1357.244	-	4.750.351	6.07.595	6.07.595
0-E	Fondo de Capital Privado M all Plaza	Colombia	0-E	scotiabank Colpatria SA	Colombia	COB	At maturity	5,59%	5,74%	57.822	-	57.822	63.575.527	-	63.575.527	63.800.000	
										Subtotal	44.632.601	149.962.701	104.496.202	305.227.978	8.230.426	313.468.403	608.676.983
Obligations with the public																	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (serie C)	Chile	UF	biannual	4,50%	4,72%	-	8.259.920	8.259.920	30.789.445	-	38.964.470	69.653.915	78.840.152
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 583 (serie D)	Chile	UF	At maturity	3,85%	4,00%	-	62.1067	62.1067	-	-	64.663.461	86.596.907	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (serie E)	Chile	UF	At maturity	3,85%	3,99%	-	413.435	413.435	-	-	56.487.543	57.797.938	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (serie H)	Chile	UF	At maturity	3,50%	3,90%	-	342.410	342.410	-	-	68.711.663	72.061.852	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (serie K)	Chile	UF	At maturity	3,90%	3,82%	-	288.960	288.960	-	-	85.529.488	86.378.376	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 766 (serie M)	Chile	UF	biannual	3,50%	3,34%	5.451.942	-	5.451.942	-	-	-	5.451.722	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (serie N)	Chile	UF	At maturity	3,80%	3,76%	1.223.216	-	1.223.216	-	-	86.151.498	87.325.119	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 669 (serie P)	Chile	UF	At maturity	2,10%	2,09%	559.336	-	559.336	-	-	57.374.946	57.951.942	
76.07.0B-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 980 (serie S)	Chile	UF	At maturity	1,70%	1,32%	-	0.613	0.613	-	-	18.619.916	18.942.873	
										Subtotal	7.234.493	10.062.107	17.286.000	30.789.445	605.403.086	627.102.530	647.446.921
										Total	51.867.094	160.024.808	211.782.202	336.017.423	604.633.619	940.660.933	1.160.022.904

A la fecha de publicación de los estados financieros, todas las sociedades con financiamiento se encuentran en cumplimiento de sus *covenants* correspondientes.

4.7 Definiciones de Interés

- **ACTIVOS ESENCIALES:** significará activos correspondientes a quinientos mil metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad directa del Emisor o a través de sociedades Filiales o Coligadas, o respecto a los cuales el Emisor o cualquiera de sus Filiales o Coligadas sean concesionarios en virtud de contratos de concesión cuyo plazo de vigencia sea igual o mayor al plazo de vencimiento de los Bonos vigentes emitidos con cargo a la Línea. A estos efectos, a fin de determinar los metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad de Filiales o Coligadas del Emisor, o de los cuales éstas sean concesionarias –de acuerdo a lo recién señalado- sólo se considerará la cantidad que resulte de multiplicar (i) la totalidad de los metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad de cada Filial o Coligada o que éstas tengan en concesión; por (ii) el porcentaje de propiedad directa o indirecta del Emisor en la respectiva Filial o Coligada. Dicha información constará en una nota en los Estados Financieros.
- **BANCO PAGADOR:** significará el Banco de Chile o a quien se designe en su reemplazo conforme al presente instrumento.
- **BOLSA DE COMERCIO:** significará la Bolsa de Comercio de Santiago.
- **BONOS:** significará los títulos de deuda a largo plazo desmaterializados emitidos conforme al presente Contrato de Emisión.
- **COLIGADAS o SOCIEDADES COLIGADAS:** significarán aquellas personas jurídicas que reúnan respecto del Emisor los requisitos establecidos en el artículo 87 de la Ley 18.046.
- **DCV:** significará Depósito Central de Valores S.A., Depósito de Valores.
- **DÍA HÁBIL BANCARIO:** significará cualquier día del año que no sea sábado, domingo, feriado, treinta y uno de diciembre u otro día en que los bancos comerciales estén obligados o autorizados por ley o por la Superintendencia de Bancos e Instituciones Financieras para permanecer cerrados en la ciudad de Santiago.
- **DIARIO:** significará el Diario Financiero o, si éste dejare de existir o dejare de tener la calidad de diario, el Diario Oficial de la República de Chile.
- **DOCUMENTOS DE LA EMISIÓN:** significará el Contrato de Emisión, el Prospecto y los antecedentes adicionales que se hayan acompañado a la CMF con ocasión del proceso de inscripción de los Bonos.
- **DÓLAR o DÓLARES:** significará la moneda en curso legal en los Estados Unidos de América.
- **DÓLAR OBSERVADO:** significará el tipo de cambio que corresponde a la cantidad de Pesos necesaria para comprar un Dólar, según lo determine el Banco Central de Chile, conforme al número seis del Capítulo Uno, Título Uno, del Compendio de Normas de Cambios Internacionales del Banco Central de Chile que se publica en el Diario Oficial y que corresponde a las transacciones realizadas en el Mercado Cambiario Formal durante el día hábil inmediatamente anterior. En el caso que por cualquier razón dejare de publicarse o publicitar el Dólar Observado, se empleará el tipo de cambio Dólar vendedor que certifique el Banco de Chile, Casa Matriz, vigente a las doce horas del día anterior a aquél en que deba efectuarse el pago.
- **EMISIÓN:** significará la emisión de Bonos del Emisor conforme al Contrato de Emisión.
- **ESCRITURAS COMPLEMENTARIAS:** significarán las respectivas escrituras que complementen el Contrato de Emisión, que deberán otorgarse con motivo de cada emisión de Bonos con cargo a la Línea y que contendrán las especificaciones de los Bonos que se emitan con cargo a la Línea, en especial su monto, características y las demás condiciones especiales de la respectiva emisión.
- **ESTADOS FINANCIEROS:** Los estados financieros que las entidades inscritas en el Registro de Valores deben presentar periódicamente a la Superintendencia de Valores y Seguros de conformidad a la normativa vigente y que incluye los Estados de Situación Financiera Consolidados, los Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función, los Estados de Flujos de Efectivo Consolidado, los Estados de Cambios en el Patrimonio Consolidados y las Notas a los Estados Financieros Consolidados Intermedios. Se deja constancia que las menciones hechas en este Contrato de Emisión a las cuentas o partidas de los actuales Estados Financieros corresponden a aquéllas vigentes a la fecha de la presente escritura. Para el caso que la Superintendencia de Valores y Seguros modifique dichas cuentas o partidas en el futuro, las referencias de este Contrato de Emisión a cuentas o partidas específicas de los actuales Estados Financieros se entenderán hechas a aquellas nuevas cuentas o partidas que las reemplacen.
- **FILIALES o SOCIEDADES FILIALES:** significarán aquellas personas jurídicas que reúnan respecto del Emisor los requisitos establecidos en el artículo 86 de la Ley 18.046.
- **FILIALES RELEVANTES:** significarán aquellas Filiales que sean propietarias o concesionarias en virtud de contratos de concesión cuyo plazo de vigencia sea igual o mayor al plazo de vencimiento de los Bonos vigentes emitidos con cargo a la Línea, de una superficie igual o superior a cinco mil metros cuadrados comerciales arrendables en Chile.
- **IFRS:** significará los “*International Financial Reporting Standards*” o Estándares Internacionales de Información Financiera, esto es, el método contable que las entidades inscritas en el Registro de Valores deban utilizar para preparar sus estados financieros y presentarlos periódicamente a la CMF, conforme a las normas impartidas al efecto por dicha entidad.
- **LEY DE MERCADO DE VALORES:** significará la ley número dieciocho mil cuarenta y cinco sobre Mercado de Valores.
- **LEY DCV:** significará la ley número dieciocho mil ochocientos setenta y seis sobre Entidades Privadas de Depósito y Custodia de Valores.
- **LÍNEA:** significará la línea de emisión de bonos a que se refiere el Contrato de Emisión.
- **PESOS:** significará la moneda de curso legal en la República de Chile.
- **PROSPECTO:** significará el prospecto o folleto informativo de la Emisión que deberá ser remitido a la CMF conforme a lo dispuesto en la Norma de Carácter General número treinta de la CMF.
- **REGISTRO DE VALORES:** significará el Registro de Valores que lleva la CMF de conformidad a la Ley de Mercado de Valores y sus normas complementarias.
- **REGLAMENTO DEL DCV:** significará el Decreto Supremo de Hacienda número setecientos treinta y cuatro, de mil novecientos noventa y uno.

- **REPRESENTANTE DE LOS TENEDORES DE BONOS:** significará el Banco de Chile o a quien se designe en su reemplazo conforme al presente instrumento.
- **CMF:** significará la Comisión para el Mercado Financiero.
- **TABLA DE DESARROLLO:** significará la tabla en que se establece el valor y las fechas de pago de los cupones de cada una de las series y sub-series de los Bonos.
- **TENEDORES DE BONOS:** significará cualquier persona, natural o jurídica, que sea titular de uno o más Bonos.
- **TOTAL DE ACTIVOS CONSOLIDADOS:** Corresponde a la cuenta denominada "Total de Activos" del Estado de Situación Financiera Consolidado del Emisor.
- **UNIDAD DE FOMENTO o UF:** significará Unidades de Fomento, esto es, la unidad reajutable fijada por el Banco Central de Chile en virtud del artículo treinta y cinco número nueve de la Ley número dieciocho mil ochocientos cuarenta o la que oficialmente la suceda o reemplace. En caso que la UF deje de existir o se modifique la forma de su cálculo, se considerará como valor de la UF aquel valor que la UF tenga en la fecha en que deje de existir, debidamente reajustado según la variación del Índice de Precios al Consumidor, calculado por el Instituto Nacional de Estadísticas o el índice u organismo que lo reemplace o suceda, entre el día primero del mes calendario en que la UF deje de existir y el último día del mes calendario inmediatamente anterior a la fecha de cálculo.

5. DESCRIPCIÓN DE LA EMISIÓN

5.1 Escritura de emisión

La escritura de emisión se otorgó en la Notaría de Santiago de don Juan Ricardo San Martín Urrejola con fecha 05 de julio de 2013, Repertorio N°20.826/2013, modificada por escritura de la misma notaria con fecha 21 de agosto de 2013, Repertorio N°26.139/2013, y por escrituras de fecha 21 de abril de 2017 Repertorio N°6510-2017 y 28 de junio de 2017, Repertorio 10.539-2017, ambas otorgadas en la Notaría de Santiago de don Iván Torrealba Acevedo (en adelante, el “Contrato de Emisión” o la “Línea”).

La Escritura Complementaria de la Serie U se otorgó en la Notaría de Santiago de don Iván Torrealba Acevedo con fecha 10 de septiembre de 2020, Repertorio N°14.252-2020 (en adelante, la “Escritura Complementaria”).

5.2 Inscripción en el Registro de Valores

767 de fecha 23 de septiembre de 2013

5.3 Emisión por monto fijo o por línea de títulos de deuda

Línea de bonos

5.4 Monto máximo de la línea

El monto máximo de la Emisión por Línea será la suma de 10.000.000 de Unidades de Fomento, sea que la o las colocaciones que se efectúen con cargo a la Línea fueren en UF, Pesos nominales o Dólares. Del mismo modo, el monto máximo de capital insóluto de los Bonos vigentes con cargo a la Línea no superará el monto de 10.000.000 de UF.

Para los efectos anteriores, si se efectuaren emisiones nominales en Pesos con cargo a la Línea, la equivalencia de la UF se determinará a la fecha de cada Escritura Complementaria que se otorgue al amparo del Contrato de Emisión; y si se efectuaren emisiones en Dólares con cargo a la Línea, la equivalencia de los Dólares se determinará según el valor del Dólar Observado y de la UF en la fecha de la Escritura Complementaria que acuerde la emisión. En todo caso, el monto colocado en UF no podrá exceder el monto autorizado de la Línea a la fecha de inicio de la colocación de cada Emisión. Lo anterior es sin perjuicio que dentro de los diez días hábiles anteriores al vencimiento de los Bonos, el Emisor podrá realizar una nueva colocación dentro de la Línea, por un monto de hasta el cien por ciento del máximo autorizado de la Línea, para financiar exclusivamente el pago de los instrumentos que estén por vencer.

El Emisor podrá renunciar a emitir y colocar el total de la Línea y, además, podrá reducir su monto al equivalente del valor nominal de los Bonos emitidos con cargo a la Línea y colocados a la fecha de la reducción. Para este último efecto deberá contar con la autorización expresa del Representante de los Tenedores de Bonos, y ser comunicadas al Depósito Central de Valores S.A., (Depósito de Valores, “DCV”) y a la Comisión para el Mercado Financiero (“CMF”). A partir de la fecha en que dicha declaración de reducción se registre en la CMF, el monto de la Línea quedará reducido al monto que se señale en la declaración. Desde ya el Representante de los Tenedores de Bonos se entiende facultado para concurrir, en conjunto con el Emisor, al otorgamiento de la escritura pública en que conste la reducción del monto máximo de la Línea, pudiendo acordar con el Emisor los términos de dicha escritura sin necesidad de autorización previa por parte de la Junta de Tenedores de Bonos.

En la cláusula primera del Contrato de Emisión se define “Escrituras Complementarias” como las respectivas escrituras que complementen el Contrato de Emisión, que deberán otorgarse con motivo de cada emisión de Bonos con cargo a la Línea y que contendrán las especificaciones de los Bonos que se emitan con cargo a la Línea, en especial su monto, características y las demás condiciones especiales de la respectiva emisión.

5.5 Plazo de vencimiento de la línea

La Línea tiene un plazo máximo de treinta años contado desde su fecha de inscripción en el Registro de Valores, dentro del cual el Emisor tendrá derecho a colocar y deberán vencer las obligaciones con cargo a la Línea.

5.6 Títulos al portador, a la orden o nominativos

Al portador

5.7 Títulos materializados o desmaterializados

Desmaterializados

5.8 Procedimiento para rescate anticipado

a) Salvo que se indique lo contrario para una o más Series en la respectiva Escritura Complementaria que establezca sus condiciones, el Emisor podrá rescatar anticipadamente en forma total o parcial los Bonos que se emitan con cargo a esta Línea, a contar de la fecha que se indique en dichas Escrituras Complementarias para la respectiva Serie. En el caso de Bonos denominados en Dólares, los Bonos se rescatarán a un valor equivalente al saldo insóluto de su capital más los intereses

devengados en el período que media entre el día siguiente al de la fecha de vencimiento de la última cuota de intereses pagada y la fecha fijada para el rescate. Para el caso de aquellos Bonos emitidos en Unidades de Fomento o Pesos nominales, y sin perjuicio de lo indicado en las respectivas Escrituras Complementarias, se especificará si los Bonos de la respectiva Serie o Sub-serie tendrán la opción de amortización extraordinaria según una de las siguientes alternativas o una combinación de ellas, en este último caso, señalando en la respectiva Escritura Complementaria en que período de la vigencia de los Bonos se usará una u otra de las opciones de rescate anticipado: (i) al valor equivalente al saldo insoluto de su capital debidamente reajustado, si correspondiere, más los intereses devengados en el período que media entre el día siguiente al de la fecha de vencimiento de la última cuota de intereses pagada y la fecha fijada para el rescate; o (ii) al valor equivalente a la suma del valor presente de los pagos de intereses y amortizaciones de capital restantes establecidos en la respectiva Tabla de Desarrollo, descontados a la Tasa de Prepago, según ésta se define a continuación. Este valor corresponderá al determinado por el sistema valorizador de instrumentos de renta fija del sistema computacional de la Bolsa de Comercio, "SEBRA", o aquel sistema que lo suceda o reemplace, a la fecha del rescate anticipado, utilizando el valor nominal de cada Bono a ser rescatado anticipadamente y utilizando la señalada Tasa de Prepago; o (iii) a un valor equivalente al mayor valor entre (i) y (ii).

Para los efectos de lo dispuesto en los literales (ii) y (iii) precedentes, la "Tasa de Prepago" será equivalente a la suma de la "Tasa Referencial" más un "Spread de Prepago". La Tasa Referencial se determinará de la siguiente manera: Se ordenarán desde menor a mayor duración todos los instrumentos que componen las categorías *benchmark* de renta fija de instrumentos emitidos por el Banco Central de Chile y la Tesorería General de la República de Chile, obteniéndose un rango de duraciones para cada una de las categorías *benchmark*. Si la duración del Bono valorizado a su tasa de colocación, considerando la primera colocación, si los respectivos Bonos se colocan en más de una oportunidad, está contenida dentro de alguno de los rangos de duraciones de las categorías *benchmark*, la Tasa Referencial corresponderá a la Tasa *Benchmark* informada por la Bolsa de Comercio para la categoría correspondiente.

En caso que no se diere la condición anterior, se realizará una interpolación lineal en base a las duraciones y tasas de aquellos dos papeles que pertenezcan a alguna de las siguientes categorías *benchmark*, y que se hubieren transado el Día Hábil Bancario previo a la publicación del aviso de rescate anticipado, /x/ el primer papel con una duración lo más cercana posible pero menor a la duración del Bono a ser rescatado, e /y/ el segundo papel con una duración lo más cercana posible pero mayor a la duración del Bono a ser rescatado. Para el caso de aquellos Bonos emitidos en Unidades de Fomento, las categorías *benchmark* serán las categorías *benchmark* de renta fija de instrumentos emitidos por el Banco Central de Chile y la Tesorería General de la República de Chile Unidad de Fomento guion cero dos, Unidad de Fomento guion cero cinco, Unidad de Fomento guion cero siete, Unidad de Fomento guion diez y Unidad de Fomento guion veinte, de acuerdo al criterio establecido por la Bolsa de Comercio. Para el caso de aquellos Bonos emitidos en Pesos nominales, las Categorías *Benchmark* serán las Categorías *Benchmark* de Renta Fija de instrumentos emitidos por el Banco Central de Chile y la Tesorería General de la República de Chile Pesos guion cero dos, Pesos guion cero cinco, Pesos guion cero siete y Pesos guion diez, de acuerdo al criterio establecido por la Bolsa de Comercio. Si por parte de la Bolsa de Comercio se agregaran, sustituyeran o eliminaran categorías *benchmark* de Renta Fija por el Banco Central de Chile y la Tesorería General de la República de Chile, se utilizarán los papeles punta de aquellas categorías *benchmark*, para papeles denominados en Unidades de Fomento o Pesos nominales según corresponda, que estén vigentes al Día Hábil Bancario previo al día en que se publique el aviso del rescate anticipado. Para calcular el precio y la duración de los instrumentos, se utilizará el valor determinado por la "Tasa *Benchmark* una hora veinte minutos pasado meridiano" del "SEBRA", o aquel sistema que lo suceda o reemplace. En aquellos casos en que se requiera realizar una interpolación lineal entre dos papeles según lo descrito anteriormente, se considerará el promedio de las transacciones de dichos papeles durante el Día Hábil Bancario previo a la publicación del aviso de rescate anticipado.

El "Spread de Prepago" para las colocaciones con cargo a la Línea será definido en la Escritura Complementaria correspondiente, en caso de contemplarse la opción de rescate anticipado. Si la duración del Bono valorizado a la tasa de colocación resultare superior o inferior a las contenidas en el rango definido por las duraciones de los instrumentos que componen todas las categorías *benchmark* de Renta Fija o si la Tasa Referencial no pudiere ser determinada en la forma indicada anteriormente, el Emisor solicitará al Representante de los Tenedores de Bonos a más tardar el Día Hábil Bancario previos al día en que se publique el aviso de rescate anticipado, que solicite a al menos tres de los Bancos de Referencia una cotización de la tasa de interés de los bonos considerados en las categorías *benchmark* de renta fija de la Bolsa de Comercio de instrumentos emitidos por el Banco Central de Chile y la Tesorería General de la República, cuyas duraciones sean inmediatamente superior e inmediatamente inferior a la duración del Bono, tanto para una oferta de compra como para una oferta de venta, las que deberán estar vigentes el Día Hábil Bancario previo al día en que se publique el aviso de rescate anticipado. Se considerará la cotización de cada Banco de Referencia como el punto medio entre ambas ofertas cotizadas. La cotización de cada Banco de Referencia así determinada, será a su vez promediada con las proporcionadas por los restantes Bancos de Referencia, y el resultado de dicho promedio aritmético constituirá la tasa de interés correspondiente a la duración inmediatamente superior e inmediatamente inferior a la duración del Bono, procediendo de esta forma a la determinación de la Tasa Referencial mediante interpolación lineal. La Tasa Referencial así determinada será definitiva para las partes, salvo error manifiesto.

Serán Bancos de Referencia los siguientes bancos: Banco de Chile, Banco BICE, Banco Bilbao Vizcaya Argentaria Chile, Banco Santander Chile, Banco del Estado de Chile, Banco de Crédito e Inversiones, Scotiabank, y Banco Security. La Tasa de Prepago deberá determinarse el Día Hábil Bancario previo al día de publicación del aviso del rescate anticipado. Para estos efectos, el Emisor deberá hacer el cálculo correspondiente y comunicar la Tasa de Prepago que se aplicará al Representante de los Tenedores de Bonos a más tardar a las diecisiete horas del Día Hábil Bancario previo al día de publicación del aviso del rescate anticipado. En el caso de Bonos denominados en Dólares, los Bonos se rescatarán a un valor equivalente al saldo insoluto de su capital más los intereses devengados en el período que media entre el día siguiente al de la fecha de vencimiento de la última cuota de intereses pagada y la fecha fijada para el rescate.

b) En caso que se rescate anticipadamente una parcialidad de los Bonos de alguna serie, el Emisor efectuará un sorteo ante notario para determinar los Bonos que se rescatarán. Para estos efectos, el Emisor publicará un aviso en el Diario y notificará al Representante de los Tenedores de Bonos y al DCV mediante carta entregada en sus domicilios por notario, todo ello con a lo menos quince Días Hábiles Bancarios de anticipación a la fecha en que se vaya a efectuar el sorteo. En ese aviso y en las cartas

se señalará el monto de Dólares, Unidades de Fomento o Pesos nominales, en caso que corresponda, que se desea rescatar anticipadamente, con indicación de la o las series de los Bonos que se rescatarán, el notario ante el cual se efectuará el sorteo y el día, hora y lugar en que éste se llevará a efecto. A la diligencia del sorteo podrá asistir el Emisor, el Representante de los Tenedores de Bonos, el DCV y los Tenedores de Bonos que lo deseen. No se invalidará el procedimiento de rescate anticipado si al sorteo no asistieren algunas de las personas recién señaladas. Se levantará un acta de la diligencia por el respectivo notario en la que se dejará constancia del número y serie de los Bonos sorteados. El acta será protocolizada en los registros de escrituras públicas del notario ante el cual se hubiere efectuado el sorteo. El sorteo deberá verificarse con, a lo menos, quince Días Hábiles Bancarios de anticipación a la fecha en la cual se vaya a efectuar el rescate anticipado. Dentro de los cinco Días Hábiles Bancarios siguientes al sorteo se publicará por una vez en el Diario, con expresión del número y serie de cada uno de ellos, los Bonos que según el sorteo serán rescatados anticipadamente. Además, copia del acta se remitirá al DCV a más tardar al Día Hábil Bancario siguiente a la realización del sorteo, para que éste pueda informar a través de sus propios sistemas el resultado del sorteo a sus depositantes. Si en el sorteo resultaren rescatados Bonos desmaterializados, esto es, que estuvieren en depósito en el DCV, se aplicará lo dispuesto en el Reglamento del DCV para determinar los depositantes cuyos Bonos han sido rescatados, conforme lo dispuesto en el artículo nueve de la Ley del DCV;

c) En caso que el rescate anticipado contemple la totalidad de los Bonos en circulación de una serie, se publicará un aviso por una vez en el Diario indicando este hecho y se notificará al Representante de los Tenedores de Bonos y al DCV mediante carta entregada en sus domicilios por notario público, todo ello con a lo menos quince Días Hábiles Bancarios de anticipación a la fecha en que se efectúe el rescate anticipado. Igualmente, se procurará que el DCV informe de esta circunstancia a sus depositantes a través de sus propios sistemas. El aviso de rescate anticipado incluirá el número de Bonos a ser rescatados, la tasa de rescate /cuando corresponda/ y el valor al que se rescatarán los Bonos afectos a rescate anticipado. La fecha elegida para efectuar el rescate anticipado deberá ser Día Hábil Bancario y el pago del capital y de los intereses devengados se hará conforme a lo señalado en el presente Contrato de Emisión. Los intereses y reajustes de los Bonos sorteados o de los amortizados extraordinariamente, cesarán y serán pagaderos desde la fecha en que se efectúe el pago de la amortización correspondiente.

5.9 Uso general de los fondos

Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos correspondientes a la Línea, se destinarán (i) al pago y/o prepago de pasivos de corto o largo plazo del Emisor y/o de sus Filiales e independientemente de que estén expresados en moneda nacional o extranjera y/o (ii) al financiamiento de las inversiones del Emisor y/o de sus Filiales. Los fondos se podrán destinar exclusivamente a uno de los referidos fines o, simultáneamente, a ambos y en las proporciones que se indiquen en cada una de las Emisiones, según se señale en las respectivas Escrituras Complementarias.

5.10 Clasificaciones de riesgo

Las clasificaciones de riesgo de la Línea de Bonos son las siguientes:

Clasificadora de Riesgo Humphreys Limitada	: AA+ (tendencia Estable)
Fitch Chile Clasificadora de Riesgo Limitada	: AA+ (tendencia Estable)
Feller Rate Clasificadora de Riesgo Limitada	: AA+ (tendencia Estable)

Los estados financieros utilizados por ambas clasificadoras de riesgo para efectuar sus respectivas clasificaciones corresponden al 30 de junio de 2020.

Se deja constancia que en los últimos 12 meses la Sociedad no ha sido objeto de clasificaciones de solvencia o similares por parte de otras entidades clasificadoras.

5.11 Procedimiento para bonos convertibles

Estos bonos no serán convertibles.

5.12 Reglas de protección de los tenedores de bonos

5.12.1 Obligaciones, limitaciones y prohibiciones del Emisor

Mientras el Emisor no haya pagado a los Tenedores de los Bonos el total del capital, reajustes e intereses de los Bonos en circulación, el Emisor se sujetará a las siguientes obligaciones, limitaciones y prohibiciones, sin perjuicio de las que le sean aplicables conforme a las normas generales de la legislación pertinente:

- A contar del treinta y uno de marzo de dos mil diez, mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del Emisor, un Nivel de Endeudamiento /definido como la suma de las cuentas Otros Pasivos Financieros Corrientes y Otros Pasivos Financieros no Corrientes, dividido por el valor de la UF a la fecha de cierre del Estado de Situación Financiera Consolidada del Emisor/ inferior o igual al valor establecido por la fórmula que se describe en el número 4.6 de este Prospecto.

Al 30 de junio de 2020, la Deuda Máxima permitida asciende a MUF 123.532 según los contratos de los bonos públicos vigentes. La deuda vigente al 30 de junio de 2020 asciende a MUF 42.197. Un detalle del cálculo se muestra en el cuadro contenido en el número 4.6 de este Prospecto, junto con el mismo cálculo al 30 de junio de 2020.

- Enviar al Representante de los Tenedores de Bonos, en el mismo plazo en que deban entregarse a la CMF, (i) copia de los Estados Financieros del Emisor y de sus Filiales que se rijan por las normas aplicables a las sociedades anónimas abiertas

y (ii) toda otra información pública que el Emisor proporcione a la CMF. Además, deberá enviarle copia de los informes de clasificación de riesgo, a más tardar dentro de los cinco días hábiles siguientes después de recibirlos de sus clasificadores.

- c) Informar al Representante de los Tenedores de Bonos, dentro del mismo plazo en que deban entregarse los Estados Financieros a la CMF, del cumplimiento de las obligaciones contraídas en virtud del Contrato de Emisión. Sin perjuicio de lo anterior, el Emisor se obliga a dar aviso al Representante de los Tenedores de Bonos, de toda circunstancia que implique el incumplimiento o infracción de las condiciones u obligaciones que contrae en virtud del Contrato de Emisión, tan pronto como el hecho o infracción se produzca o llegue a su conocimiento. Se entenderá que los Tenedores de Bonos están debidamente informados de los antecedentes del Emisor, a través de los informes que éste proporcione al Representante de los Tenedores de Bonos.
- d) Mantener seguros que protejan razonablemente sus activos operacionales, incluyendo sus oficinas centrales, edificios, plantas, existencias, muebles y equipos de oficina y vehículos, de acuerdo a las actuales prácticas para la industria del Emisor en Chile. El Emisor velará para que sus Filiales también se ajusten a lo establecido en este número.
- e) El Emisor se obliga a velar porque que las operaciones que realice con sus Filiales o con otras personas naturales o jurídicas relacionadas, según este término se define en el artículo cien de la Ley de Mercado de Valores se efectúen en condiciones de equidad similares a las que habitualmente prevalecen en el mercado.
- f) Registrar en sus libros de contabilidad las provisiones que surjan de contingencias adversas que, a juicio de la administración del Emisor, deban ser reflejadas en los Estados Financieros de éste y/o en los de sus Filiales. El Emisor velará porque sus Filiales se ajusten a lo establecido en esta letra.
- g) Hacer uso de los fondos que obtenga de la colocación de los Bonos de acuerdo a lo señalado en el punto 5.9 "Uso general de los fondos" de este prospecto y conforme lo que se señale en la respectiva Escritura Complementaria.
- h) Mantener, en forma continua e ininterrumpida, durante toda la vigencia de los Bonos, la inscripción del Emisor y de los Bonos en el Registro de Valores que lleva la CMF; y cumplir con los deberes y obligaciones que de ello se derivan. Asimismo, durante la vigencia de la presente Línea, el Emisor se obliga a mantener en forma continua a dos clasificadoras de riesgo.
- i) El Emisor deberá establecer y mantener adecuados sistemas de contabilidad sobre la base de las normas IFRS o aquéllas que al efecto estuvieren vigentes, como asimismo, contratar y mantener a una empresa de auditoría externa inscrita en el Registro que al efecto lleva la CMF, para el examen y análisis de los Estados Financieros del Emisor y de sus Filiales Relevantes, respecto de los cuales tal empresa deberá emitir una opinión al treinta y uno de diciembre de cada año.

Sin perjuicio de lo anterior, se acuerda expresamente que // si por disposición de la CMF se modificare la normativa contable actualmente vigente sustituyendo las normas IFRS o los criterios de valorización de los activos o pasivos registrados en dicha contabilidad, y ello afectare una o más obligaciones, limitaciones o prohibiciones contempladas en los puntos 5.12.1 y 5.12.2 de este prospecto, en adelante los "Resguardos" y/o //ii/ si se modificaren por la entidad facultada para definir las normas contables IFRS los criterios de valorización establecidos para las partidas contables de los actuales Estados Financieros, y ello afectare uno o más de los Resguardos, el Emisor dentro un plazo de treinta días contados desde que las nuevas disposiciones hayan sido reflejadas por primera vez en sus Estados Financieros, deberá exponer estos cambios al Representante de los Tenedores de Bonos y solicitar a su empresa de auditoría externa que, dentro de los sesenta días siguientes a la fecha de esa solicitud, procedan a adaptar los respectivos Resguardos según la nueva situación contable. El Emisor y el Representante deberán modificar el Contrato de Emisión a fin de ajustarlo a lo que determinen los referidos auditores dentro del plazo de diez días contados a partir de la fecha en que los auditores evacuen su informe, debiendo el Emisor ingresar a la CMF la solicitud relativa a esta modificación al Contrato de Emisión, junto con la documentación respectiva. Para lo anterior no se necesitará el consentimiento previo de la Junta de Tenedores de Bonos, sin perjuicio de lo cual, el Representante deberá informar a los Tenedores de Bonos respecto de las modificaciones al Contrato de Emisión mediante una publicación en el Diario dentro del plazo de veinte días contados desde la aprobación de la CMF a la modificación del Contrato de Emisión respectiva. En los casos mencionados precedentemente, y mientras el Contrato de Emisión no sea modificado conforme al procedimiento anterior, no se considerará que el Emisor ha incumplido el Contrato de Emisión cuando a consecuencia exclusiva de dichas circunstancias el Emisor dejare de cumplir con uno o más Resguardos. Se deja constancia que el procedimiento indicado en la presente disposición tiene por objetivo resguardar cambios generados exclusivamente por disposiciones relativas a materias contables y, en ningún caso, aquellos generados por variaciones en las condiciones de mercado que afecten al Emisor.

- j) Por otra parte, no será necesario modificar el Contrato de Emisión en caso que sólo se cambien los nombres de las cuentas o partidas de los Estados Financieros actualmente vigentes y/o se realizaran nuevas agrupaciones de dichas cuentas o partidas, afectando la definición de las cuentas y partidas referidas en este Contrato de Emisión y ello afectare o no a uno o más de los Resguardos del Emisor. En este caso, el Emisor deberá informar al Representante de los Tenedores de Bonos dentro del plazo de veinte días contados desde que las nuevas disposiciones hayan sido reflejadas por primera vez en sus Estados Financieros, debiendo acompañar a su presentación un informe de su empresa de auditoría externa que explique la manera en que han sido afectadas las definiciones de las cuentas y partidas descritas en el presente Contrato de Emisión.

Asimismo, el Emisor deberá informar en una nota a los Estados Financieros el valor de las restricciones financieras contenidas en punto 5.12.1 junto con su fórmula de cálculo.

5.12.2 Causales de incumplimiento del Emisor

Los Tenedores de Bonos, por intermedio del Representante de los Tenedores de Bonos y previo acuerdo de la Junta de Tenedores de Bonos adoptado con las mayorías correspondientes de acuerdo a lo establecido en el artículo ciento veinticuatro de la Ley de Mercado de Valores, podrán hacer exigible íntegra y anticipadamente el capital insoluto, los reajustes y los intereses devengados por la totalidad de los Bonos en caso que ocurriera uno o más de los eventos que se singularizan a continuación y, por lo tanto, acepta que todas las obligaciones asumidas para con los Tenedores de Bonos en virtud del Contrato de Emisión se consideren como de plazo vencido, en la misma fecha en que la Junta de Tenedores de Bonos adopte el acuerdo respectivo:

- a) Mora o Simple Retardo en el Pago de los Bonos. Si el Emisor incurriera en mora o simple retardo en el pago de cualquier cuota de intereses, reajustes o amortizaciones de capital de los Bonos, y dicho incumplimiento no se subsanare dentro del plazo de tres Días Hábiles Bancarios siguientes, sin perjuicio de la obligación de pagar los intereses penales pactados. No constituirá mora o simple retardo, el atraso en el cobro en que incurran los Tenedores de los Bonos.
- b) Incumplimiento de Obligaciones de Informar. Si el Emisor no diere cumplimiento a cualquiera de las obligaciones de proporcionar información al Representante de los Tenedores de Bonos, establecidas en las letras a), b) y c) del punto 5.12.1 "Obligaciones, limitaciones y prohibiciones del Emisor" del presente prospecto, y dicha situación no fuere subsanada dentro del plazo de treinta Días Hábiles Bancarios contados desde la fecha en que ello le fuera solicitado por el Representante de los Tenedores de Bonos.
- c) Persistencia en Incumplimiento. Si el Emisor persistiera en incumplir cualquiera otra de sus obligaciones contraídas en virtud del Contrato de Emisión por un período de sesenta días corridos (excepto en el caso del Nivel de Endeudamiento definida en la letra a) del punto 5.12.1 "Obligaciones, limitaciones y prohibiciones del Emisor" del presente prospecto), luego que el Emisor hubiere recibido del Representante de los Tenedores de Bonos, mediante correo certificado, un aviso por escrito en que se describa el incumplimiento o infracción y se exija remediarlo. En el caso de incumplimiento o infracción del índice financiero definido en la letra a) del punto 5.12.1 "Obligaciones, limitaciones y prohibiciones del Emisor" del presente prospecto, este plazo será de ciento veinte días corridos luego que el Emisor haya recibido del Representante de los Tenedores de Bonos la carta certificada con el requerimiento antes mencionado. El Representante de los Tenedores de Bonos deberá despachar al Emisor el aviso con el requerimiento antes referido, dentro del Día Hábil siguiente a la fecha en que hubiere verificado el respectivo incumplimiento o infracción del Emisor y, en todo caso, dentro del plazo referido en el artículo ciento nueve, letra b/, de la Ley de Mercado de Valores, si este último término fuere menor.
- d) Mora o Simple Retardo en el Pago de Obligaciones de Dinero. Si el Emisor o cualquiera de sus Filiales Relevantes, incurriera en mora o simple retardo en el pago de obligaciones de dinero por un monto total acumulado superior al cinco por ciento del Total de los Activos Consolidados según se registre en el último Estado Financiero, en la medida que la fecha de pago de las obligaciones incluidas en ese monto no se hubiera prorrogado, y no subsanare esta situación dentro de un plazo de sesenta Días Hábiles Bancarios. En dicho monto no se considerarán las obligaciones que se encuentren sujetas a juicios o litigios pendientes por obligaciones no reconocidas por el Emisor o la Filial Relevante en su contabilidad.

En la cláusula primera del Contrato de Emisión, se define Filial Relevante como aquellas Filiales que sean propietarias o concesionarias en virtud de contratos de concesión cuyo plazo de vigencia sea igual o mayor al plazo de vencimiento de los Bonos vigentes emitidos con cargo a la Línea, de una superficie igual o superior a cinco mil metros cuadrados comerciales arrendables en Chile.

A su vez, en la referida cláusula del Contrato de Emisión, se define Filial como aquellas personas jurídicas que reúnan respecto del Emisor los requisitos establecidos en el artículo ochenta y seis de la Ley dieciocho mil cuarenta y seis.

El 5% del Total de los Activos Consolidados al 30 de junio de 2020 es de \$ 183.277.615.439

- e) Aceleración de créditos por préstamos de dinero. Si uno o más acreedores del Emisor o de cualquiera de sus Filiales Relevantes cobraren judicialmente y en forma anticipada al Emisor o a la respectiva Filial Relevante, la totalidad de uno o más créditos por préstamos de dinero sujetos a plazo, en virtud de haber ejercido el derecho de anticipar el vencimiento del respectivo crédito por una causal de incumplimiento por parte del Emisor o de la respectiva Filial Relevante contenida en el contrato que dé cuenta del mismo. Se exceptúan, sin embargo, las siguientes circunstancias: i. los casos en que el monto acumulado de la totalidad del crédito o créditos cobrados judicialmente en forma anticipada por uno o más acreedores, de acuerdo a lo dispuesto en este número, no exceda del equivalente al cinco por ciento del Total de los Activos Consolidados del Emisor, según se registre en los últimos Estados Financieros; y ii. los casos en que el o los créditos cobrados judicialmente en forma anticipada hayan sido impugnados por el Emisor, o por la respectiva Filial Relevante, según corresponda, mediante el ejercicio o presentación de una o más acciones o recursos idóneos ante el tribunal competente, de conformidad con los procedimientos establecidos en la normativa aplicable.

El 5% del Total de los Activos Consolidados al 30 de junio de 2020 es de \$ 183.277.615.439

- f) Quiebra o insolvencia. Si el Emisor o cualquiera de sus Filiales Relevantes incurriera en cesación de pagos o suspendiera sus pagos o reconociera por escrito la imposibilidad de pagar sus deudas, o hiciera cesión general o abandono de bienes en beneficio de sus acreedores o solicitare su propia quiebra; o si el Emisor o cualquiera de sus Filiales Relevantes fuere declarado en quiebra por sentencia judicial firme o ejecutoriada; o si se iniciare cualquier procedimiento por o en contra del Emisor o cualquiera de sus Filiales Relevantes con el objeto de declararle en quiebra o insolvencia; o si se iniciare cualquier procedimiento por o en contra del Emisor o cualquiera de sus Filiales Relevantes tendiente a su disolución, liquidación, reorganización, concurso, proposiciones de convenio judicial o extrajudicial o arreglo de pago, de acuerdo con cualquier ley sobre quiebra o insolvencia; o se solicitara la designación de un síndico, interventor, experto facilitador u otro funcionario similar respecto del Emisor o cualquiera de sus Filiales Relevantes o de parte importante de sus bienes, o si el Emisor o cualquiera de sus Filiales Relevantes tomare cualquier medida para permitir alguno de los actos señalados precedentemente en este número, siempre que, en el caso de un procedimiento en contra del Emisor o cualquiera de sus

Filiales Relevantes, el mismo no sea objetado o disputado en su legitimidad por parte del Emisor o la filial respectiva con antecedentes escritos y fundados ante los tribunales de justicia o haya sido subsanado, en su caso, dentro de los sesenta Días Hábiles Bancarios siguientes a la fecha de inicio del respectivo procedimiento. Para todos los efectos de este punto, se considerará que se ha iniciado un procedimiento cuando se hubieren notificado las acciones judiciales de cobro en contra del Emisor o cualquiera de sus Filiales Relevantes. La quiebra, se entenderá subsanada mediante su alzamiento.

- g) Declaraciones Falsas o Incompletas. Si cualquier declaración efectuada por el Emisor en cualquiera de los Documentos de la Emisión, según dicho término se define en el Contrato de Emisión, o en los instrumentos que se otorguen o suscriban con motivo del cumplimiento de las obligaciones de información contenidas en el Contrato de Emisión, fuere o resultare ser manifiestamente falsa o manifiestamente incompleta en algún aspecto esencial al contenido de la respectiva declaración.
- h) Disolución del Emisor. Si se modificare el plazo de duración del Emisor a una fecha anterior al plazo de vigencia de los Bonos o si se disolviera el Emisor antes del vencimiento de los Bonos.
- i) Garantías Reales. Si, en el futuro, el Emisor y/o cualquiera de sus Filiales otorgaren garantías reales para caucionar obligaciones existentes a la fecha del Contrato de Emisión u otras obligaciones que se contraigan en el futuro, siempre que el monto total acumulado de las garantías exceda al equivalente del diez por ciento del Total de los Activos Consolidados del Emisor, según el valor que unas y otras estuvieren registrados en los últimos Estados Financieros. Para determinar el referido monto, no se considerarán las obligaciones que estén garantizadas con: /i/ garantías reales existentes a la fecha de este instrumento y las que se constituyan en el futuro para caucionar las renovaciones, prórrogas o refinanciamiento de aquéllas, sea o no con el mismo acreedor, en la medida que las nuevas garantías se constituyan sobre los mismos bienes; /ii/ garantías reales constituidas para financiar, refinanciar o amortizar el precio de compra o costos, incluidos los de construcción y operación, de activos adquiridos o construidos con posterioridad a este instrumento, siempre que la respectiva garantía recaiga sobre activos adquiridos o construidos con posterioridad a esta fecha; /iii/ garantías reales que se otorguen por parte del Emisor a favor de sus Filiales y viceversa, destinadas a caucionar obligaciones entre ellas; /iv/ garantías reales otorgadas por una sociedad que posteriormente se fusione con el Emisor o con una Filial o que pase a consolidar con Estados Financieros del Emisor o de dicha Filial; /v/ garantías reales sobre activos adquiridos por el Emisor a alguna de sus Filiales con posterioridad a este contrato, que se encuentren constituidos antes de su compra; /vi/ prórroga o renovación de cualquiera de las garantías mencionadas en los puntos /ii/ a /v/, ambas inclusive, de este literal. No obstante lo dispuesto en esta letra i), el Emisor o sus Filiales siempre podrán otorgar garantías reales para asegurar el cumplimiento de otras obligaciones si, previa o simultáneamente, constituyen garantías al menos proporcionalmente equivalentes a favor de los Tenedores de los Bonos. En este caso, la proporcionalidad de las garantías será calificada en cada oportunidad por el Representante de los Tenedores de Bonos, quien, de estimarla suficiente, concurrirá al otorgamiento de los instrumentos constitutivos de las garantías a favor de los Tenedores. En caso de dudas o dificultades entre el Representante y el Emisor respecto de la determinación de la proporcionalidad de las garantías, el asunto será sometido al conocimiento y decisión del árbitro que se designe en conformidad a la cláusula Decimocuarta del Contrato de Emisión, quien resolverá con las facultades allí señaladas y determinará en definitiva la proporcionalidad referida, procediendo sólo después de dicha resolución el Emisor a la constitución de garantías a favor de aquellas otras obligaciones. Para efectos de determinar si el monto del total de las obligaciones caucionadas con garantías reales excede el monto correspondiente al diez por ciento del Total de los Activos Consolidados del Emisor, según se exige en este numeral, deberá efectuarse el correspondiente cálculo por una sola vez al momento del otorgamiento de las referidas garantías reales, en base a los últimos Estados Financieros del Emisor.

En la cláusula primera del Contrato de Emisión, se señala que Total de Activos Consolidados del Emisor corresponde a la cuenta denominada "Total de Activos" del Estado de Situación Financiera Consolidado del Emisor.

El 10% del Total de los Activos Consolidados al 30 de junio de 2020 es de \$ 366.555.230.879

5.12.3 Causal de pago anticipado

Si durante la vigencia de los Bonos emitidos con cargo a la Línea, el Emisor dejare de mantener Activos Esenciales, según éstos se definen en la cláusula primera del Contrato de Emisión, en adelante la "Causal de Pago Anticipado", el Emisor deberá ofrecer a cada uno de los Tenedores de Bonos Elegibles (según dicho término se define más adelante) una opción de rescate voluntario, en idénticas condiciones para todos ellos, en conformidad con lo establecido en el artículo ciento treinta del Ley de Mercado de Valores y con arreglo a los siguientes términos: Tan pronto se verifique la Causal de Pago Anticipado, nacerá para cada uno de los Tenedores de Bonos Elegibles la opción de exigir al Emisor durante el Plazo de Ejercicio de la Opción (según este término se define más adelante) el pago anticipado de la totalidad de los Bonos de que sean titulares, en adelante la "Opción de Prepago". En caso de ejercerse la Opción de Prepago por un Tenedor de Bonos Elegible, la que tendrá carácter individual y no estará sujeta de modo alguno a las mayorías establecidas en la Ley y en el Contrato de Emisión para las Juntas de Tenedores de Bonos, se pagará al Tenedor optante una suma igual al monto del capital insoluto de los Bonos de que sea titular, más los intereses devengados y no pagados hasta la fecha en que se efectúe el pago anticipado (en adelante la "Cantidad a Prepagar"). El Emisor deberá informar la ocurrencia de la Causal de Pago Anticipado al Representante de los Tenedores de Bonos, dentro del plazo de treinta días de producida la Causal de Pago Anticipado. Contra el recibo de dicha comunicación, el Representante de los Tenedores de Bonos deberá citar a una Junta de Tenedores de Bonos a la brevedad posible, la cual en todo caso deberá celebrarse dentro de los treinta días contados desde la fecha en que haya recibido el respectivo aviso por parte del Emisor, a fin de informar a los Tenedores de Bonos acerca de la ocurrencia de la Causal de Pago Anticipado. Dentro del plazo de treinta días contado desde la fecha de celebración de la respectiva Junta de Tenedores de Bonos (el "Plazo de Ejercicio de la Opción"), los Tenedores de Bonos que de acuerdo a la ley hayan tenido derecho a participar en dicha Junta, sea que hayan o no concurrido a la misma (los "Tenedores de Bonos Elegibles") podrán ejercer la Opción de Prepago mediante comunicación escrita enviada al Representante de los Tenedores de Bonos, por carta certificada o por presentación escrita entregada en el domicilio del Representante de los Tenedores de Bonos, mediante Notario Público que así lo certifique. El ejercicio de la Opción de Prepago será irrevocable y deberá referirse a la totalidad de los Bonos de que el respectivo Tenedor de Bonos Elegible haya tenido

derecho a participar en la mencionada Junta. La circunstancia de no enviar la referida comunicación o enviarla fuera de plazo o forma, se tendrá como rechazo al ejercicio de la Opción de Prepago por parte del Tenedor de Bonos Elegible. La cantidad a prepagar deberá ser cancelada por el Emisor a los Tenedores de Bonos Elegibles que hayan ejercido la Opción de Prepago en una fecha determinada por el Emisor que deberá ser entre la del vencimiento del Plazo de Ejercicio de la Opción y los sesenta días siguientes. Se deberá publicar aviso en el Diario, indicando la fecha y lugar de pago, con una anticipación de a lo menos veinte días a la señalada fecha de pago. El pago se efectuará contra la presentación y cancelación de los títulos y cupones respectivos, en el caso de Bonos materializados, o contra la presentación del certificado correspondiente que para el efecto debe emitir el DCV, de acuerdo a lo establecido en la Ley del DCV y su Reglamento, en el caso de Bonos desmaterializados.

La Cláusula Primera del Contrato de Emisión define “Activos Esenciales” como activos correspondientes a quinientos mil metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad directa del Emisor o a través de sociedades Filiales o Coligadas, o respecto a los cuales el Emisor o cualquiera de sus Filiales o Coligadas sean concesionarios en virtud de contratos de concesión cuyo plazo de vigencia sea igual o mayor al plazo de vencimiento de los Bonos vigentes emitidos con cargo a la Línea. A estos efectos, a fin de determinar los metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad de Filiales o Coligadas del Emisor, o de los cuales éstas sean concesionarias –de acuerdo a lo recién señalado- sólo se considerará la cantidad que resulte de multiplicar (i) la totalidad de los metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad de cada Filial o Coligada o que éstas tengan en concesión; por (ii) el porcentaje de propiedad directa o indirecta del Emisor en la respectiva Filial o Coligada. Dicha información constará en una nota en los Estados Financieros.

Al 30 de junio de 2020, Plaza S.A. mantiene Activos Esenciales por 1.374.000 m² arrendables en Chile

5.12.4 Garantías

Los Bonos emitidos con cargo a la Línea no tendrán garantía alguna.

5.13 Características específicas de la emisión

Monto de la emisión a colocar

La Serie U considera Bonos por un valor nominal de hasta UF 3.000.000.-.

Series
Serie U

Código nemotécnico
BPLZA-U

Cantidad de bonos
6.000 Bonos

Cortes
UF 500

Valor nominal de las series
UF 3.000.000

Reajustabilidad

Los Bonos de la Serie N estarán expresados en Unidades de Fomento y, por tanto, el monto de los mismos se reajustará según la variación que experimente el valor de la Unidad de Fomento, debiendo pagarse en su equivalente en Pesos al día de vencimiento de la respectiva cuota. Para estos efectos, se tendrán por válidas las publicaciones del valor de la Unidad de Fomento que haga en el Diario Oficial el Banco Central de Chile de conformidad al número nueve del artículo treinta y cinco de la ley número dieciocho mil ochocientos cuarenta o el organismo que lo reemplace o suceda para estos efectos.

Tasa de interés

Los Bonos Serie U devengarán, sobre el capital insoluto expresado en Unidades de Fomento, un interés anual de 3,60%, compuesto, vencido, calculado sobre la base de semestres iguales de 180 días, equivalente a 1,7841% semestral.

Fecha de inicio devengo de intereses y reajustes

Los intereses de los Bonos Serie U se devengarán desde el 2 de mayo de 2019.

Fecha de amortización extraordinaria

El Emisor podrá rescatar anticipadamente en forma total o parcial los Bonos Serie U a partir del 2 de mayo de 2023, de acuerdo con el procedimiento descrito en la sección 5.8 del Prospecto.

Los Bonos Serie U se rescatarán al mayor valor entre /i/ el equivalente al saldo insoluto de su capital debidamente reajustado, si correspondiere, más los intereses devengados en el período que media entre el día siguiente al de la fecha de vencimiento de la última cuota de intereses pagada y la fecha fijada para el rescate y, /ii/ el equivalente a la suma del valor presente de los pagos de intereses y amortizaciones de capital restantes establecidos en la Tabla de Desarrollo, descontados a la Tasa de Prepago, conforme a lo señalado en el numeral (iii), del literal (a) de la sección 5.8 del Prospecto.

Para efectos de calcular la Tasa de Prepago, se considerará que el Spread de Prepago será 70 puntos base.

Sin perjuicio de lo anterior, en caso que el Emisor decida rescatar anticipadamente en forma total o parcial los Bonos Serie U con posterioridad al 2 de mayo de 2032, estos se rescatarán al valor equivalente al saldo insoluto de su capital debidamente reajustado, si correspondiere, más los intereses devengados en el período que media entre el día siguiente al de la fecha de vencimiento de la última cuota de intereses pagada y la fecha fijada para el rescate.

Plazo de colocación

El plazo de colocación de los Bonos Serie U será de 12 meses, contados a partir de la fecha de la emisión del oficio por el que la Comisión para el Mercado Financiero autorice la emisión de los Bonos Serie U. Los Bonos que no se colocaren en dicho plazo quedarán sin efecto.

Uso específico de los fondos

Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos Serie U se destinarán en un 100% al canje de los bonos Serie C emitidos por Plaza S.A.

Tabla de Desarrollo

TABLA DE DESARROLLO

Plaza S.A.

Serie U

Valor nominal	UF 500
Intereses	Semestrales
Tasa de carátula anual	3,60% anual
Tasa de carátula semestral	1,7841% semestral
Fecha inicio devengo intereses	2 de mayo de 2019
Fecha vencimiento	2 de noviembre de 2032
Prepago a partir de	2 de mayo de 2023

Cupón	Cuota de Intereses	Cuota de Amortizaciones	Fecha de Vencimiento	Interés	Amortización	Valor Cuota	Saldo insoluto
1	1	1	2 de noviembre de 2019	8,9205	22,7273	31,6478	477,2727
2	2	2	2 de mayo de 2020	8,5150	22,7273	31,2423	454,5454
3	3		2 de noviembre de 2020	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
4	4		2 de mayo de 2021	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
5	5		2 de noviembre de 2021	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
6	6		2 de mayo de 2022	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
7	7		2 de noviembre de 2022	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
8	8		2 de mayo de 2023	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
9	9		2 de noviembre de 2023	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
10	10		2 de mayo de 2024	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
11	11		2 de noviembre de 2024	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
12	12		2 de mayo de 2025	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
13	13		2 de noviembre de 2025	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
14	14		2 de mayo de 2026	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
15	15		2 de noviembre de 2026	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
16	16		2 de mayo de 2027	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
17	17		2 de noviembre de 2027	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
18	18		2 de mayo de 2028	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
19	19		2 de noviembre de 2028	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
20	20		2 de mayo de 2029	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
21	21		2 de noviembre de 2029	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
22	22		2 de mayo de 2030	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
23	23		2 de noviembre de 2030	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
24	24		2 de mayo de 2031	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
25	25		2 de noviembre de 2031	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
26	26		2 de mayo de 2032	8,1095	0,0000	8,1095	454,5454
27	27	3	2 de noviembre de 2032	8,1095	454,5454	462,6549	0,0000

6. DESCRIPCIÓN DE LA COLOCACIÓN

6.1 Mecanismo de colocación

El mecanismo de colocación de los Bonos será a través de intermediarios bajo la modalidad que en definitiva acuerden las partes, pudiendo ser a firme, mejor esfuerzo u otra. Esta podrá ser realizada por medio de uno o todos los mecanismos permitidos por la Ley, tales como remate en bolsa, colocación privada, etc.

Por el carácter desmaterializado de la emisión, esto es que el título existe bajo la forma de un registro electrónico y no como lámina física, se debe designar un encargado de la custodia que en este caso es el Depósito Central de Valores S.A., Depósito de Valores, el cual mediante un sistema electrónico de anotaciones en cuenta, recibirá los títulos en depósito, para luego registrar la colocación realizando el traspaso electrónico correspondiente.

La cesión o transferencia de los Bonos, dado su carácter desmaterializado y el estar depositado en el Depósito Central de Valores S.A., Depósito de Valores, se hará, mediante cargo en la cuenta de quien transfiere y abono en la del que adquiere, en base a una comunicación escrita o por medios electrónicos que los interesados entreguen al custodio. Esta comunicación, ante el Depósito Central de Valores S.A., Depósito de Valores, será título suficiente para efectuar tal transferencia.

6.2 Colocadores

Credicorp Capital S.A. Corredores de Bolsa

6.3 Relación con los colocadores

No hay.

7. INFORMACIÓN A LOS TENEDORES DE BONOS

7.1 Lugar de pago

Los pagos se efectuarán en la oficina principal del Banco de Chile, en su calidad de Banco Pagador, actualmente ubicada en Santiago, calle Ahumada 251, en horario bancario normal de atención al público.

7.2 Forma en que se avisará a los tenedores de Bonos respecto de los pagos

Se informará a través de la página web del Emisor www.mallplaza.com

7.3 Informes financieros y demás información que el Emisor proporcionará a los tenedores de bonos

El Emisor deberá enviar al Representante de los Tenedores de Bonos, en el mismo plazo en que deban entregarse a la CMF copia de los Estados Financieros del Emisor y de sus Filiales que se rijan por las normas aplicables a las sociedades anónimas abiertas (en su caso, también preparados según se señala en la letra i) del punto 5.12.1 “Obligaciones, limitaciones y prohibiciones del Emisor”); y toda otra información pública que el Emisor proporcione a la CMF.

El Emisor deberá informar al Representante de los Tenedores de Bonos, dentro del mismo plazo en que deban entregarse los Estados Financieros a la CMF, del cumplimiento de las obligaciones contraídas en virtud del Contrato de Emisión. Sin perjuicio de lo anterior, el Emisor se obliga a dar aviso al Representante de los Tenedores de Bonos, de toda circunstancia que implique el incumplimiento o infracción de las condiciones u obligaciones que contrae en virtud del Contrato de Emisión, tan pronto como el hecho o infracción se produzca o llegue a su conocimiento. Se entenderá que los Tenedores de Bonos están debidamente informados de los antecedentes del Emisor, a través de los informes que éste proporcione al Representante de los Tenedores de Bonos.

El Emisor deberá enviar al Representante de los Tenedores de Bonos copia de los informes de clasificación de riesgo a más tardar dentro de los cinco días hábiles siguientes después de recibirlos de sus clasificadores.

8. OTRA INFORMACIÓN

8.1 Representante de los tenedores de bonos

Banco de Chile.

8.2 Encargado de la custodia

No corresponde.

8.3 Perito(s) calificado(s)

No corresponde.

8.4 Administrador extraordinario

No corresponde.

8.5 Relación con Representante de los tenedores de bonos, encargado de la custodia, perito(s) calificado(s) y administrador extraordinario

No existe relación.

8.6 Asesores legales externos

Prieto Abogados