



Memoria Integrada Plaza S.A. 2022





Índice de contenidos

Carta Sergio Cardone, Presidente Directorio Plaza S.A.	4
Carta Fernando de Peña, Gerente General Plaza S.A.	7
I. Resultados del negocio 2022	10
li. Somos Mallplaza, centros urbanos y omnicanales	13
Información General	14
Propósito	15
Misión	15
Visión	15
Valores	15
Historia	16
Hitos 2022	19

III. Gestión 2022: adaptación, innovación y crecimiento de nuestros negocios	24
1. Gestión 2022	25
2. Pilares Estratégicos	26
3. Nuestros centros urbanos y omnicanales	27
4. Distribución superficie arrendada	28
5. Alianzas con marca de alto valor	29
6. Sostenido ritmo de aperturas y nuevas categorías	30
7. Consolidación de la Propuesta Omnicanal	32
8. Somos parte de un ecosistema integral	34
9. Impulso a la gastronomía	35
10. Uso de la data para generar valor a visitantes	37
IV. Crecimiento como parte de nuestro ADN	38
1. Mallplaza Vespucio (Santiago, Chile)	39

2. Mallplaza NQS (Bogotá, Colombia)	41
3. Proyectos en desarrollo	43
V. Avanzamos junto a nuestros socios comerciales	47
1. Modelo de relacionamiento con colaboradores de tiendas	50
2. Actividades participativas con socios comerciales y sus colaboradores	51
VI. Visitantes	52
1. Ruta del cliente	55
2. Mallplaza: una marca ciudadana y presente	56
Vli. Modelo de Gobierno Corporativo	57
1. Continuidad operacional	59
2. Directorio	60
3. Comité de Directores	69
4. Equipo Ejecutivo Mallplaza	71



5. Organigrama	78
6. Ética y transparencia	79
7. Políticas corporativas	80
8. Programa de cumplimiento	83
9. Modelo de Prevención de delito	83
10. Gestión de riesgos	86
11. Modelo de gestión integral de riesgos	87
12. Principales riesgos	88
13. Riesgos emergentes	95
14. Metodología TCFD: integración de riesgos climáticos al sistema de gestión de riesgos	95
15. Ciberseguridad y seguridad de la información	97
VIII. Inversionistas: transparencia y simetría en la información pública	98

IX. Gestión ESG: creando redes y valor compartido	100
1. Centros urbanos sustentables	112
2. Impacto Social: comunidades	122
3. Cultura organizacional Mallplaza: promoviendo el liderazgo bajo un propósito común	129
4. Relación con proveedores y otros grupos de interés: valor, innovación y crecimiento	149
5. Compromiso con los derechos humanos	156
X. Información Corporativa	162
1. Identificación de la entidad	163
2. Propiedad, accionistas y control	168
3. Patrimonio	180
3. Hechos esenciales	182
4. Estructura de la propiedad	186

5. Información sobre filiales y subsidiarias	187
XI. Alcance de esta Memoria	192
XII. Anexos	201
1. Anexos centros urbanos sustentables	203
2. Anexos personas	210
3. Anexos proveedores	227
XIII. Estados financieros	229



Carta presidente del Directorio de Plaza S.A.

GRI 2-22

Las empresas son parte del tejido social de cada país y, como tales, viven los mismos cambios que la ciudadanía está atravesando. En el caso de Mallplaza, las transformaciones ocurridas en Chile, Perú y Colombia durante los últimos años nos han desafiado a asumir como prioridades distintas causas y acciones para avanzar en valores compartidos y en un actuar que responda a las expectativas que las personas tienen sobre nuestros centros urbanos.

En primer lugar, ofrecer espacios inclusivos e integrados a la cultura de cada lugar en el que estamos presentes. Como compañía, si bien hemos avanzado en estandarizar una manera de hacer las cosas y trabajar en una operación regional eficiente al servicio de una propuesta de valor potente y ganadora, también hemos sido capaces de mantener la particularidad de cada cultura.

Desde la búsqueda de nuevos socios comerciales hasta la inclusión de servicios públicos pasando por el *cowork*, la educación, la salud, la gestión climática y la incorporación de los más destacados exponentes de la cultura y gastronomía local, los centros urbanos de Mallplaza buscan ser el reflejo de la idiosincrasia de cada lugar en el que están presentes.

Para eso, **ha sido clave nuestra permanente conexión con las personas, entender sus preocupaciones, sus necesidades y sus anhelos.** Comprender cómo los cambios de la pandemia transformaron su día a día, sus canales de compra, su forma de trabajar, su manera de sociabilizar y, especialmente, en la manera en

que viven la ciudad y buscan el encuentro con otros. Esto nos ha permitido renovar nuestra propuesta de valor y, de la mano con eso, tener un año 2022 con un sólido desempeño operacional y comercial, recuperando los niveles previos a la pandemia y concretando aumentos sostenidos en ventas, ingresos y flujo de visitas en los últimos 12 meses, visibilizado en un balance financiero fuerte y sano.

En esta línea, resulta destacable que marcas de alto valor como IKEA vean en Mallplaza su socio estratégico para llegar a Colombia e instalen su tienda más grande de Chile en Mallplaza Oeste y, próximamente, en Mallplaza NQS en Bogotá. También que el grupo gastronómico Mil Sabores comprometa la apertura de más de 85 restaurantes -cuidando que cada uno de ellos recoja los aspectos particulares de cada ciudad a la que llegarán- y que Mallplaza NQS haya mejorado sustantivamente su propuesta de valor y, con ello, el flujo de visitantes desde que ingresó a nuestro portafolio, gracias a la nueva oferta de *retail*, gastronomía y entretención que hemos desarrollado especialmente para este sector tan importante de la capital colombiana.

Y es que así trabajamos en Mallplaza. Primero, con convicción frente a la transformación. **Nos gusta desafiarnos y sorprender con propuestas distintas, incorporando nuevos usos y ampliando los propósitos de visita** para quienes llegan a nuestros centros urbanos. En segundo lugar, buscando la colaboración. Así como los socios comerciales y *Sellers* están en el centro de nuestras de-

cisiones, y por ello buscamos ofrecerles nuevos negocios y oportunidades de crecimiento conjunto como, por ejemplo, nuestros servicios de *Click&Collect* y *PitStop*; también seguimos robusteciendo el trabajo con las comunidades, autoridades y sociedad civil, para contribuir a la cocreación de nuevas redes de oportunidades que fomenten el empleo local, el emprendimiento, el trabajo colaborativo y nuevas capacidades entre líderes sociales y vecinos. Por ejemplo, en la segunda versión de la Academia Mallplaza realizamos ocho cursos a 277 dirigentes sociales en temáticas relacionadas al bienestar comunitario, el trabajo en red y el liderazgo.

Somos parte de Pacto Global de las Naciones Unidas desde 2018. Durante 2022 avanzamos en los cuatro ejes centrales que son Derechos Humanos, Estándares Laborales, Medioambiente y Anticorrupción.

Es así que en el periodo **profundizamos nuestro compromiso con la Gestión ESG**. Un factor clave y diferenciador de nuestra estrategia de negocios, que hoy se ve materializado en una gestión desarrollada bajo los criterios ambientales, sociales y de gobernanza (ESG en sus siglas en inglés), lo que también incluye como base el respeto de los derechos humanos y acciones concretas para enfrentar la crisis climática. En línea con esto, por cuarto año consecutivo nos encontramos en los índices MILA y Chile del Dow Jones Sustainability Index, alcanzando el puntaje más alto respecto de los tres anteriores y siendo la única empresa del rubro presente en el Índice Chile.

Y tuvimos importantes avances. En Acción Climática pusimos en marcha una estrategia de Cambio Climático, alineada con **nuestro compromiso Net Zero**

2035, para asegurar la eficiencia y la reducción de emisiones, en el consumo energético y en el menor consumo hídrico; así como también hemos trabajado fuertemente en la gestión integral de residuos. Prueba de ello es la implementación en Mallplaza Egaña de la iniciativa Plaza O, un inédito modelo de gestión de residuos con el que queremos transformar nuestros patios de comida en lugares sin plásticos de un solo uso y donde nos hacemos cargo de toda la gestión asociada al reciclado. Gracias a Plaza O, hemos evitado que 3,495 toneladas de residuos lleguen a rellenos sanitarios, anualmente.

Durante 2022, el 100% de la energía consumida en Chile corresponde a Energías Renovables No Convencionales, mientras que en Perú llegamos al 25% con la incorporación de Mallplaza Bellavista. En cuanto a la iluminación de nuestros centros urbanos, trabajamos para alcanzar –al 2025– la implementación de luminarias LED en el 100% de ellos.

En tanto, avanzamos con iniciativas concretas en biodiversidad tales como la plantación en Mallplaza Oeste del primer bosque con especies nativas en un centro urbano y la creación del primer vivero de regeneración nativa y arbolarío urbano en Cerrillos, en Chile, con el propósito de reforestar y crear nuevas áreas verdes dentro de esa comuna.

En emprendimiento, **seguimos poniendo a disposición espacios diferenciadores para exhibir productos a más de 6.800 emprendedores a través de Plaza Emprende**, a quienes además les ofrecemos capacitación y la posibilidad de transformarse en socios comerciales permanentes de la propuesta de valor de Mallplaza. Tal fue el caso de la segunda tienda TXAFKIN abierta en Chile, en



Integración del centro urbano con la red de transporte público. Mallplaza Egaña, La Reina, Chile.



El Mercado Mallplaza Buenavista, Barranquilla, Colombia.

Mallplaza La Serena, y que busca entregar un lugar permanente para la venta y exhibición de productos realizados por integrantes de nuestros pueblos originarios así como también la nueva tienda Plaza Emprende en Mallplaza Manizales.

En diversidad e inclusión, dimos importantes pasos para avanzar en la construcción de una cultura organizacional que fomente la participación, inserción y bienestar de todas las personas, sin exclusiones. Nuestros centros urbanos son lugares inclusivos, donde todas las personas son bienvenidas. En Mallplaza, estamos comprometidos con políticas corporativas y acciones específicas que promueven la inclusión y la equidad. En este sentido, **recibimos con orgullo los premios Impulsa por liderar la incorporación de más mujeres en la industria y los reconocimientos de Fundación Iguales y de Pride Connection Chile** como uno de los mejores lugares para trabajar para el talento LGTBQ+.

Pero Mallplaza no sería lo que es hoy sin el equipo de profesionales que lo conforma y que asume estos desafíos con pasión y liderazgo, buscando entender y adelantarse a lo que el cliente anhela. Hoy más que nunca, vemos cómo el propósito compartido con todas las empresas del grupo Falabella de simplificar y disfrutar más la vida, se materializa con un solo equipo que trabaja unido, persiguiendo un mismo objetivo y que se siente motivado y empoderado para ser protagonista.

De cara al futuro, sabemos que tendremos importantes desafíos. Las exigencias de las economías, las nuevas dinámicas sociales y los procesos particulares que vive cada uno de los países donde estamos presentes, nos demanda a seguir estando atentos al entorno. **Pero también nos plantean oportunidades interesantes para seguir innovando, impulsando la transformación de la industria** y para mantener y aumentar la confianza de quienes hoy confían en el trabajo que estamos haciendo en Mallplaza.

Seguramente aún nos faltan muchos ámbitos donde podemos seguir fortaleciendo nuestro accionar, pero estoy confiado en que el camino que estamos construyendo es sólido y de largo plazo. En Mallplaza sabemos que no hay vuelta atrás y para eso nos esforzamos en hacer de nuestros centros urbanos y omnicanales los mejores lugares de la ciudad, potentes y atractivos para clientes, socios comerciales, *Sellers*, vecinos, inversionistas y todos quienes los visitan.

Hoy, **tenemos el mismo deseo que tuvimos hace más de 30 años de ofrecer algo distinto a las personas y a los países donde estamos.** Un quehacer empresarial responsable, con altos estándares éticos y siempre teniendo a la sostenibilidad como base de nuestro negocio. De esta manera reiteramos y hacemos explícito nuestro respeto hacia las personas, el medio ambiente y la sociedad.

Sergio Cardone

Presidente Directorio Plaza S.A.

Carta gerente

General Plaza S.A.

GRI 2-22

En Mallplaza estamos viviendo un momento único. Los últimos años nos han empujado a movernos con mucha velocidad y, de esa manera, tomar las oportunidades que el contexto nos ha ofrecido para reinventarnos y crecer. Y es que como compañía hemos buscado anticiparnos a los cambios y desafiarnos a innovar y responder a las nuevas necesidades y requerimientos de nuestros socios comerciales, *Sellers* y visitantes.

Esa ha sido la premisa con la que en Mallplaza hemos avanzado durante este año 2022. Un periodo que, al mirarlo en retrospectiva, ha estado marcado por la renovación y consolidación de nuestros centros urbanos y omnicanales, y la sostenida recuperación de flujos, ingresos y ventas, que nos han permitido revertir los efectos negativos de la pandemia.

Es así como en 2022 constatamos un positivo desempeño con importantes crecimientos anuales en ventas (20% respecto del 2021, 29% respecto del 2019), ingresos (39% vs 2021, 24% vs 2019), y en Ebitda (36% vs 2021, 19% vs 2019); sumados al crecimiento de los flujos (3% en relación con el 4Q2021, 9% vs 4Q2019) y una ocupación del 95%.

Por supuesto que esto no ha sido producto del azar. Por el contrario. **Los buenos resultados que hemos conseguido responden a una estrategia de negocios ganadora** y a una organización cada vez más ágil y eficiente en sus procesos y en la toma de decisiones.

Sin duda, estos resultados no hubieran sido posibles sin un equipo de colaboradores comprometidos con desafiarse y ser parte de los cambios que estamos concretando en los tres países. Para ello estamos siendo más flexibles, más simples y usamos cada vez con mayor profundidad la data como base para la toma de decisiones. Trabajamos siendo un solo equipo, ágil y apasionado por el cliente. Y esto último, es lo que nos mueve para seguir impulsando cambios.

Hoy podemos dar cuenta de un **portafolio de centros urbanos líderes** en sus mercados, preferidos por los visitantes y con un potencial de crecimiento permanente, lo que nos permite estar constantemente renovándolos e incorporándoles nuevos usos, de acuerdo a las necesidades que las personas están teniendo y procurando mantenernos como un lugar de encuentro que promueve el contacto y la socialización entre ellas.

Sostenido ritmo de apertura

600 tiendas equivalen a tres centros urbanos de gran tamaño. Este fue el total de nuevas aperturas que concretamos durante 2022 en Chile, Perú y Colombia. Mallplaza Vespucio, Mallplaza Oeste, Mallplaza La Serena, Mallplaza Norte o Mallplaza NQS, son ejemplos de estos procesos de actualización y fortalecimiento de sus propuestas de valor e infraestructura que hoy les están permitiendo consolidarse como destinos preferidos en cada uno de sus mercados



Varios de estos nuevos socios comerciales han entrado a Mallplaza dejando sus ubicaciones tradicionales en búsqueda de alto flujo y mayor seguridad, y han visto en nuestros centros urbanos, el lugar para lograrlo. Es así que hoy contamos con una propuesta comercial fortalecida con aperturas de diversas marcas tales como Aufbau, Bath and Body Works, Bold, Casaideas, Cuesta Blanca, Family Shop, Isadora, Lego, Miniso, Motorola, Natura, Puma, Studio F, The Line y muchos otros que continúan llegando y creciendo con Mallplaza. En Perú, las incorporaciones de Forli, IShop, Olympikus, Xiaomi con la nueva ampliación de Mallplaza Trujillo, además de marcas como Bissu, Chinawok, Diverxia, La Lucha, Mascóvalo, Maternelle, Norton, NorthStar, Starbucks, Topitop, y Tec Store; y en Colombia, marcas como Farmatodo y Lobisa.

Pero la renovación no ha venido de la mano sólo del mix comercial, sino que también nos hemos orientado a robustecer nuestros espacios destinados a Uso Mixto y Conveniencia. Hoy tenemos del orden del **26% de GLA orientado a servicios esenciales y comercios que nos generan tráfico diario y habitualidad** como es el caso de supermercados, tiendas de multiproductos orientales y servicios públicos como el Registro Civil en Chile, el Centro de Mejor Atención al Ciudadano en Perú y la Registraduría en Colombia.

Del mismo modo, al concebir nuestros espacios como centros urbanos y omnicanales lo que estamos priorizando es el desarrollo de espacios que promueven la conexión entre las personas. Para ello, modificamos nuestra arquitectura, habilitando nuevos espacios para el encuentro como son, por ejemplo, los destinados al *cowork* y al deporte, como las nuevas canchas de pádel que tenemos junto a Conecta en Mallplaza Arica y Mallplaza Oeste en Chile.

En total, estamos destinando un **28% de superficie arrendable** a estos usos, los que también **consideran una robusta propuesta de gastronomía y entretenimiento** que nos permite materializar nuestro propósito de simplificar y disfrutar más la vida. **Hoy contamos con nuevos distritos y formatos gastronómicos,**

con propuestas atractivas de cocina internacional, gastronomía local y cafeterías que son protagonistas en todos nuestros centros urbanos. Particularmente, me gustaría destacar la alianza con el grupo gastronómico Mil Sabores para la apertura de 85 a 100 locales entre 2022 y 2025; la habilitación en Colombia de un nuevo Mercado con 15 de 23 propuestas gastronómicas y marcas como Archies Beer, Leños y Carbón en Mallplaza NQS, Bogotá junto con la inauguración de Panorámica en la azotea de Mallplaza Cartagena con siete propuestas adicionales.

Así también renovamos las salas de cine con modernos complejos en Mallplaza La Serena, Mallplaza Oeste y las nuevas salas IMAX de Mallplaza Vespucio. Junto a ello, innovamos al incorporar el primer Movistar Game Club en Mallplaza Vespucio, un espacio dedicado a los fanáticos de los videojuegos y que ha atraído a más de 30 mil personas mensuales.

Alianzas con marcas de alto valor

Ikea, H&M y Decathlon han sido tres alianzas estratégicas fundamentales que consolidamos durante 2022. Se trata de marcas traccionadoras de flujo y altamente valoradas por nuestros clientes y que han visto en Mallplaza un potencial interesante para su propio desarrollo en la región.

En el caso de IKEA, destacada marca sueca de mejoramiento del hogar, además de abrir su tienda más grande de Chile en Mallplaza Oeste, con más de 25

El Mercado Buenavista, Barranquilla, Colombia.



mil m², confirmó su llegada a Colombia de la mano de Mallplaza, planificando su arribo a Mallplaza NQS en Bogotá durante 2023 y a Mallplaza Cali en 2024.

En tanto, H&M comprometió la apertura de 13 nuevas tiendas en nuestros centros urbanos, llegando a un total de 19 a nivel regional en ciudades como Arica, Iquique, Calama y Copiapó. Por último, el destacado retailer internacional Decathlon ha confiado en Mallplaza para crecer en Chile y Colombia, con cuatro nuevas tiendas.

Asimismo, estamos potenciando la presencia del grupo Inditex con nuevas aperturas en nuestros centros urbanos y celebramos la exitosa llegada del supermercado Jumbo a Mallplaza Trébol, Chile.

La llegada de estas grandes marcas reafirma el atractivo que nuestros centros urbanos están consiguiendo entre los socios comerciales y su consolidación en cada mercado en el que se encuentran, logrando la preferencia de los visitantes.



Mallplaza Vespucio,
La Florida, Santiago.

Lo anterior, se refleja en lo que ha pasado con Mallplaza Vespucio en Chile y con Mallplaza NQS en Colombia. El primero está viviendo su mayor transformación en los últimos 30 años convirtiéndolo en un ícono de nuestra propuesta de valor, sumando nuevos socios comerciales y marcas de alto valor pero, sobre todo, fortaleciendo y renovando su propuesta cultural, gastronómica y de entretenimiento. Esta transformación ha permitido que Mallplaza Vespucio sea uno de los principales centros urbanos de la Región Metropolitana, con un 50% de aumento anual en su flujo de visitantes durante 2022. En tanto, en la capital colombiana, Bogotá, podemos decir con satisfacción que Mallplaza NQS ya integra el sello de Mallplaza en toda su propuesta de valor. Este centro urbano -que adquirimos en 2020- ya cuenta con una completa remodelación interior, más de 68 nuevas tiendas y nuevos distritos gastronómicos, mejoras

y aperturas que nos han permitido triplicar el número de visitantes desde que se incorporó a nuestra cartera de centros urbanos, superando el millón de visitantes mensual.

Propuesta omnicanal

El año 2022 fue un periodo donde también aceleramos el despliegue de nuestros servicios omnicanales, lo que nos permitió fortalecer nuestra posición en la cadena de valor e integrar las transacciones online con la experiencia física de nuestros centros urbanos.

Queremos consolidarnos como centros logísticos en medio de la ciudad y crear nuevos negocios e interacciones para nuestros socios comerciales y *Sellers* y facilitar nuevos productos a nuestros clientes. Para ello nuestros 19 *Click&Collect*, los más de 1,3 millones de pedidos a través de *PitStop*, la alianza Marketplace que permite a destacados *Sellers* de Falabella.com exhibir sus productos en Mallplaza y que ha atraído a más de un millón de visitantes y los **acuerdos con actores de última milla, como Blue Express y Starken**, nos están permitiendo que cada vez sean más las personas que vienen a recoger y a devolver sus productos a nuestros centros urbanos y omnicanales. De hecho, más del 16% de los nuevos clientes que vienen a buscar una compra a algún punto de *Click&Collect* se queda en el centro urbano haciendo uso de alguno de los distintos servicios que ofrecemos.

Ecosistema integral

No puedo dejar de mencionar las innumerables oportunidades que nos entrega el ser parte del grupo Falabella para seguir robusteciendo nuestra propuesta omnicanal. Desde el programa de *loyalty* hasta el uso de nuevos medios de pago, hemos podido ofrecer una experiencia integral que los clientes ya están prefiriendo. Un ejemplo de ello es la exitosa implementación de la billetera digital para pagos en nuestro sistema de parking free flow que tenemos ha-

bilitado en siete centros urbanos. La implementación de esta solución nos ha permitido, mejorar los tiempos de salida, incorporar a más de 200 mil usuarios y concretar del orden de 1,1 millones de transacciones.

Cuando abrimos las puertas de Mallplaza Vespucio en 1990 en medio de la comuna de La Florida, en Chile, sabíamos que estábamos marcando un punto de inflexión en la industria. Hoy más de 30 años después, queremos volver a generar el cambio. Y confiamos en poder hacerlo. **En Mallplaza nos caracterizamos por mirar hacia el futuro** y buscar nuevas categorías y usos que nos permitan dar el paso siguiente para seguir siendo líderes y consolidar nuestros centros urbanos con propuestas potentes que sean atractivas para los más de 270 millones de personas que anualmente nos visitan.

Sabemos que el contexto seguirá siendo desafiante, particularmente los primeros meses de 2023. Para ello, **nos hemos preparado con anticipación y acuciosidad, buscando e impulsando mayores niveles de eficiencia y agilidad** en los equipos y en los procesos, tomando las decisiones necesarias para maximizar y potenciar nuestros resultados de cara a nuestros inversionistas.

En Mallplaza miramos el futuro con optimismo. La certeza de saber que las sociedades buscan nuevos espacios para seguir siendo comunidad y generar nuevas relaciones entre unos y otros. Y es, precisamente, esa permanente conexión con las personas la que nos permite atender a sus nuevas necesidades y entender que nuestros centros urbanos son espacios vivos y que se transforman permanentemente para sorprender y enriquecer la vida de todos y todas.

Fernando de Peña

Gerente General Plaza S.A.



Encendido del árbol de Navidad Mallplaza Oeste. Cerrillos, Chile.

I. Resultados del negocio 2022

Resultados del negocio 2022

2022 fue un año de recuperación, renovación y consolidación de nuestros centros urbanos y omnicanales, con crecimientos anuales en ventas, ingresos y flujos de visita. Estos resultados responden a la estrategia que ha definido la compañía de impulsar propuestas ganadoras, logrando la fidelización y preferencia de nuestros visitantes y las mejores soluciones para que nuestros *Sellers* y socios comerciales puedan crecer y desarrollarse. Para ello, mejoramos y reordenamos el mix comercial e impulsamos la transformación de espacios, fortaleciéndolos como núcleos en medio de la ciudad, capaces de entregar múltiples propósitos de visita con nuevas marcas, servicios y categorías.

Resultados Anuales

Resultados PLAZA S.A.

Rating Plaza S.A. ⁽³⁾

(CL) FELLER RATE

AA+

(CL) HUMPHREYS

AA+

Resultados anuales ^{(1),(2)}

Ingresos

Var. c/r anual diciembre 2021

383.864

millones de CLP

▲ 39%

EBITDA ⁽⁴⁾

282.699

millones de CLP

▲ 36%

Utilidad ⁽⁵⁾

66.445

millones de CLP

▲ 43%

FFO ⁽⁶⁾

218.935

millones de CLP

▲ 33%

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

(2) Resultados anuales al 31 de diciembre del 2022.

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

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

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

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

Cifras anuales al 31 de diciembre del 2022 ^{(1),(2)}

Operamos

25 Centros urbanos

17

Chile

4

Perú

4

Colombia

16 Ciudades

Ventas totales socios comerciales^{(1) (3)}

4.637 miles de millones de CLP

Locales

4.210

Superficie arrendable (GLA) ⁽¹⁾

1.888.000 m²

Flujo visitantes ⁽¹⁾

270 millones / año

Ventas socios comerciales por m² ⁽¹⁾⁽²⁾

2.456.000 CLP/m²

Ocupación

95%

Seguidores redes sociales

3.101.000

Mayor comunidad en redes sociales de la industria en LATAM

(1) Cifras 12 meses móviles al 31 de diciembre del 2022 de Flujo visitantes, ventas socios comerciales, superficie arrendable y centros urbanos operados en Chile, Perú y Colombia.
(2) Cifras 12 meses móviles al 31 de diciembre del 2022. Cifras presentadas en pesos chilenos (CLP).
(3) Ventas de socios comerciales o arrendatarios presentada en pesos chilenos (CLP) al tipo de cambio de cierre de diciembre 2022.
Plaza S.A. posee el 33,3% del Mall Plaza Perú S.A. siendo una subsidiaria no consolidada en sus Estados Financieros.
Billones de CLP: Miles de millones de pesos chilenos.





Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia

II. **Somos Mallplaza:** centros urbanos y omnicanales

Información general

CMF 2.3.3.a.b
GRI 2-1
GRI 3-3 Continuidad operacional física y digital

Acerca de la compañía

RUT	76.017.019-4
Nombre o razón social	Plaza S.A.
Naturaleza de la propiedad y su forma jurídica	Sociedad anónima abierta, inscrita bajo el registro número 1.028 en la Comisión para el Mercado Financiero (CMF)
Ubicación sede central	Américo Vespucio N° 1737 pisos 9 y 10, comuna de Huechuraba, ciudad de Santiago, Región Metropolitana, Chile.
Países en los que opera	Chile Perú Colombia

Somos Mallplaza: centros urbanos y omnicanales

Somos articuladores de la vida en la ciudad con alta generación de múltiples motivos de visita y destino. Contamos con un 28% de nuestra propuesta de valor destinada a experiencias, una propuesta de *retail* equilibrada, y un 26% del GLA está orientado a negocios de servicios esenciales y comercio que impulsa el tráfico diario, tales como supermercados, mejoramiento del hogar, servicios públicos y privados que generan habitualidad entre los visitantes.

La historia de Mallplaza está anclada en el anhelo permanente de responder a las necesidades de las personas. Bajo esa convicción evolucionamos constantemente para que nuestros espacios sean verdaderos núcleos de la ciudad donde existan múltiples usos y motivos de visita junto a una robusta experiencia omnicanal. Para lograr lo anterior trabajamos bajo una renovación constante de nuestra propuesta de valor, innovando para dar vida a iniciativas líderes que nos permiten contar con los primeros centros urbanos y omnicanales de la región, logrando la fidelización y preferencia de nuestros visitantes y ofreciendo las mejores soluciones para que nuestros socios comerciales y *Sellers* puedan crecer y desarrollarse.

Nuestra estrategia es desplegada con un profundo compromiso con la gestión sostenible bajo criterios Ambientales, Sociales y de Go-

bernanza (ASG o ESG por sus siglas en inglés), apalancando así nuestro desempeño en la generación de vínculos fuertes y responsables para responder a todos nuestros *stakeholders* y a las comunidades en las que se insertan nuestros centros urbanos, tanto en Chile como en Perú y Colombia.

En materia medioambiental asumimos nuestro rol como agente movilizador de los cambios al adherirnos a una causa ciudadana de primera importancia, como lo es el compromiso de alcanzar la carbono neutralidad al 2030. Con este objetivo por delante, durante 2022 avanzamos en las metas definidas respecto de la eficiencia energética, la construcción sostenible y el desarrollo de áreas verdes con bajo consumo hídrico. En cuanto a la gestión de residuos buscamos generar menos y valorizar los existentes a través del reciclaje, la reutilización,

el compostaje u otros mecanismos, con iniciativas emblemáticas como “Plaza 0”: el primer patio de comidas libre de plástico y con un modelo inédito de economía circular, habilitado en Mallplaza Egaña.

En tanto, en la dimensión de gobernanza hemos fortalecido nuestro gobierno corporativo y desarrollado nuevas políticas de relacionamiento con proveedores, seguridad y salud en el trabajo y equidad de género, manteniendo también el constante perfeccionamiento de nuestra gestión de riesgos.

También hemos trabajado en nuevas políticas de inclusión y derechos humanos.

Propósito

Simplificar y disfrutar más la vida.

Misión

Ser el lugar donde las oportunidades, los sueños y las personas se encuentran.

Visión

El lugar donde encuentras lo que sientes tuyo.

Valores

Somos un solo equipo

Diverso, que confía y desarrolla a personas

Nos movemos ágilmente

Anticipando, siendo protagonista, aprendiendo permanentemente

Nos apasionamos por el cliente

Con empatía, conocimiento y simplicidad

Cuidamos el futuro

Respetando a las personas, a la sociedad y el medio ambiente



Mallplaza Trébol, Talcahuano, Chile.

Historia

CMF 2.2.a.

● 1990

- Aperturamos nuestro primer centro comercial: Mallplaza Vespucio, ubicado en la comuna de La Florida, Santiago de Chile.

● 1992

- Abrimos el primer multicine del país en Mallplaza Vespucio junto a un área de juegos infantiles.

● 1994

- Llegamos a la zona poniente de la capital de Chile con la apertura de Mallplaza Oeste, en la comuna de Cerrillos.

● 1995

- Inauguramos el primer centro urbano en una región de Chile: Mallplaza Trébol, en la comuna de Talcahuano, Región del Biobío.
- Incorporamos un centro médico a Mallplaza Vespucio.

● 1998

- En Chile aperturamos Mallplaza Tobalaba, en la comuna de Puente Alto, Región Metropolitana, y Mallplaza La Serena, en la Región de Coquimbo.

● 2000

- Incorporamos el primer complejo Autoplaza en Mallplaza Oeste, dedicado a la venta automotriz al interior de un centro comercial.

● 2001

- Continuamos con la incorporación de nuevas categorías y formatos como entretenimiento, gastronomía y cultura en Mallplaza Vespucio.

● 2003

- En Chile inauguramos Mallplaza Los Ángeles, en la Región del Biobío; y Mallplaza Norte, en la comuna de Huechuraba, Región Metropolitana.
- El Instituto Profesional DUOC UC abrió sus puertas en Mallplaza Vespucio, incorporando la primera propuesta de educación superior en un centro comercial.
- En Mallplaza Norte y Mallplaza Vespucio comenzaron a funcionar Las Terrazas: un nuevo concepto que combina entretenimiento y gastronomía.



Historia

CMF 2.2.a.

2006

- Inauguramos Mallplaza Trujillo, en la ciudad de Trujillo, Perú, marcando el inicio de nuestra expansión internacional.
- A través de una asociación público-privada inauguramos Mallplaza Antofagasta, en el norte de Chile.

2008

- En la Región Metropolitana de Chile inauguramos Mallplaza Sur, en la comuna de San Bernardo; y Mallplaza Alameda, en Estación Central.
- Continuamos nuestra expansión en Lima, con la apertura de Mallplaza Bellavista, en la zona de El Callao, Lima.

2009

- Incursionamos por primera vez en el mercado de capitales chileno con una exitosa emisión de bonos corporativos.

2012

- Arribamos a Colombia con la construcción y operación de Mallplaza Cartagena, en Cartagena de Indias.
- Inauguramos Mallplaza Mirador Biobío, en la comuna de Concepción, Región del Biobío, Chile.

2013

- Marcamos un hito con la inauguración de Mallplaza Egaña: el primer centro comercial sustentable del país con certificación *LEED Gold*, ubicado en la comuna de La Reina, Región Metropolitana, Chile.
- Inauguramos Mallplaza Iquique, en la Región de Tarapacá, zona norte de Chile.

2014

- En Mallplaza Oeste inauguramos una laguna abierta al público de 3.500 m².
- Abrimos las puertas de Mallplaza Copiapó, al norte de Chile: el primer centro comercial tipo mall de la Región de Atacama.



2016

- Inauguramos Mallplaza Arequipa, en Arequipa, Perú: el primero de nuestros centros urbanos en el país en obtener la certificación *LEED*.

2017

- Inauguramos Mallplaza Los Dominicos, en la comuna de Las Condes, Región Metropolitana, Chile.



Historia

CMF 2.2.a.

2018

- Concretamos la apertura bursátil de Plaza S.A. en la Bolsa de Valores de Santiago.
- Inauguramos Mallplaza Arica, en la Región de Arica y Parinacota, al norte de Chile: el primer centro comercial *Tax Free* del país.
- Avanzamos nuestra expansión en Colombia con la apertura de Mallplaza Manizales, ubicado en el “Eje Cafetero” del país.



Resultados del negocio 2022

Somos Mallplaza, centros urbanos y omnicanales

2019

- Inauguramos Mallplaza Buenavista, en Barranquilla, Colombia.
- Ingresamos al Dow Jones Sustainability Index (DJSI) de la Bolsa de Nueva York, en las categorías Chile y MILA.

Gestión 2022

Crecimiento y transformación como parte de nuestro ADN

2020

- Concretamos nuestra llegada a Bogotá, Colombia, a través de la compra del centro comercial Calima que pasó a llamarse Mallplaza NQS y abrimos Mallplaza Comas en Perú.



Avanzamos junto a nuestros socios comerciales

Visitantes

Modelo de Gobierno Corporativo

2021

- Comenzamos con los primeros servicios omnicanales para nuestros socios comerciales y visitantes: *Click&Collect*, *PitStop* y la alianza con Falabella.com para darle vitrina física a sus *Sellers* a través de la iniciativa Marketplaza.
- Anunciamos nuestro compromiso con la carbono neutralidad en 2030 y nos adherimos a la Alianza para la Acción Climática (ACA Chile).



Inversionistas

Gestión ESG

Información Corporativa

Alcance de esta Memoria

Anexos

Estados Financieros



- Habilitamos 17 centros urbanos de Mallplaza en Chile, Perú y Colombia como centros de vacunación en las campañas COVID-19 e Influenza.

Hitos 2022



Luego del período de pandemia, **retomamos la construcción de Mallplaza Cali:** será nuestro quinto centro urbano en Colombia y contará con una atractiva propuesta *fashion*, con la segunda tienda IKEA del país, Azotea Urbana y una completa oferta gastronómica y de entretenimiento.



Continuamos con las renovaciones y actualizaciones de nuestros centros urbanos con formato regional y que tienen una fuerte posición competitiva, alto flujo de visitas y potencial de crecimiento: Mallplaza Vespucio, Mallplaza Oeste y Mallplaza La Serena, en Chile; Mallplaza Trujillo, en Perú; y Mallplaza NQS, en Colombia.



Incorporamos 600 nuevas tiendas en Chile, Perú y Colombia: durante el año tuvimos un ritmo creciente y sostenido de aperturas, equivalente a tres nuevos centros urbanos.



Concretamos alianzas estratégicas con socios comerciales tan relevantes como H&M y Decathlon para abrir nuevas tiendas a nivel regional.

Ikea llegó a Mallplaza Oeste con más de 25.000 m², convirtiéndolo en el polo más completo para el mejoramiento del hogar en la Región Metropolitana de Chile. Junto con eso, IKEA confirmó la próxima apertura de sus primeras tiendas en Colombia en Mallplaza NQS (2023) y Mallplaza Cali (2024).



Firmamos una alianza con el grupo gastronómico Mil Sabores para potenciar nuestra propuesta gastronómica con la apertura de más de 80 locales (entre 2022 y 2025) equivalentes a una superficie de 21.300 m² en 11 centros urbanos de Mallplaza.



Incorporamos nuevas categorías a la propuesta de valor: *cowork* y centros deportivos integrales con canchas de pádel, fútbol, muros de escalar, entre otros.



Movistar Game Club, Mallplaza Vespucio, Santiago, Chile.

Aperturamos la primera zona Movistar GameClub en Mallplaza Vespucio: un espacio único de 1.000 m² dedicado a un público desde 13 años. Esta zona ha incrementado en 30.000 visitantes el flujo mensual de Mallplaza Vespucio.



Panorámica, Mallplaza Cartagena, Cartagena de Indias, Colombia.

Aperturamos Panorámica, en Mallplaza Cartagena: un nuevo concepto gastronómico de 519 m² que además cuenta con un centro de eventos.



Proyecto El Mercado del 14.

Expandimos nuestro formato gastronómico El Mercado con la apertura en Mallplaza NQS con 23 propuestas y con el inicio de la construcción en Mallplaza Vespucio del Mercado del 14 el cual contará con una propuesta de alto nivel y una inédita experiencia gastronómica para Chile.

Realizamos seis eventos Marketplaza –con más de un millón de visitantes– que nos permitieron acercar de forma presencial a **Sellers de Falabella.com** con los visitantes de Mallplaza, potenciando sus ventas y desarrollando un inédito modelo de negocio.



Mallplaza Vespucio, Santiago, Chile.



Mallplaza Vespucio, Santiago, Chile.

Concretamos más de tres millones de transacciones en nuestros servicios omnicanales: al día movemos 6.000 transacciones. De ellas, el 45% proviene de Chile, 40% de Perú y un 15% de Colombia.



Click&Collect, Mallplaza Vespucio.

Cerramos nuevos acuerdos con socios comerciales, como Natura y Zara, para potenciar su e-commerce, y con nuevas aplicaciones de última milla y marcas que mueven logísticamente el mundo online, como **Blue Express** y **Starken**.

Plantamos el primer bosque con especies nativas al interior de un centro urbano: esta iniciativa la llevamos a cabo en Mallplaza Oeste, con 400 especies de bajo consumo hídrico tales como quillay, espino, molle, tara y colliguay.



Mallplaza Oeste, Cerrillos, Santiago, Chile.



Mallplaza Egaña, La Reina, Santiago, Chile.

En Mallplaza Egaña, creamos Plaza 0, un modelo inédito con el que buscamos reducir la generación de residuos en nuestros patios de comida, considerando un modelo de economía circular al implementar una mejor segregación y procesamiento de los residuos orgánicos que genera cada uno de nuestros establecimientos, transformándolos en nutrientes para el paisajismo.

Fuimos reconocidos como líderes de la categoría por los rankings Merco y Marcas Ciudadanas.



El Mercado, Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia.

Conseguimos nuestra calificación más alta en el Dow Jones Sustainability Index y somos la única empresa del rubro inmobiliario presente en el Índice Chile.



Mallplaza El Trébol, Talcahuano, Chile.



XXII Marcha del Orgullo, Santiago de Chile.

Obtuvimos categoría A en Radiografía Pride Connection e implementamos diversas iniciativas para visibilizar a la comunidad LGBTQ+.



Mallplaza Vespucio, La Florida, Santiago, Chile.

Impulsamos la cultura con “Alegra”, campaña artística que logró más de 60.000 visitas. Sus materiales fueron utilizados y transformados en 174 mobiliarios para ocho fundaciones y escuelas cercanas a nuestros centros urbanos en Santiago, Antofagasta y Talcahuano.



Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia

III.

Gestión

2022:

adaptación,
innovación y
crecimiento de
nuestros negocios

Gestión 2022:

Adaptación, innovación y crecimiento de nuestros negocios

CMF 3.1.v

En Mallplaza tomamos las oportunidades que nos entrega el contexto y, en esa línea, 2022 fue para nuestra compañía el año de la recuperación, renovación y consolidación de nuestros centros urbanos y omnicanales como núcleos en medio de la ciudad, capaces de entregar múltiples motivos de visita con nuevas marcas, servicios y categorías.

Nuestros clientes cambian sus hábitos, nuestros Sellers tienen nuevas necesidades, por ende, en Mallplaza invertimos en adaptar nuestros centros urbanos y nuestras capacidades como compañía, para lograr responder con velocidad frente a estos cambios.

Mallplaza al ser parte de un gran ecosistema de soluciones, tiene la ventaja competitiva de poder apalancarse de soluciones ya desarrolladas y poder acelerar su implementación.

Buscamos experimentar rápido, con alcances acotados (MVPs, pilotos, Proof of concept) y expandir y escalar cuando los resultados demuestren valor. Además incorporamos nuevo talento, con backgrounds y expertise en los nuevos dominios que la industria requiere incorporar (Marketplaces, E-commerce, Apps, Tech, BigData, entre otros).

Nuestro objetivo es liderar en la industria, y diferenciarnos con propuestas 360 para nuestros visitantes y nuestros Sellers.

El año 2022 iniciamos un gran proceso de transformación, con “Business Agility” al centro y una estrategia basada en “Apuestas” y mediciones de éxito, con equipos trabajando en células “Ágiles”.

Este proceso nos entregó resultados concretos:

- El cliente no quiere perder tiempo y quiere journey sin fricciones: implementamos Parking free-flow con Fpay.
- El cliente compra por diversos canales y necesita retirar y devolver compras realizadas online: implementamos Click&Collect con Curbside Pickups
- El cliente necesita que sus compras lleguen a su domicilio con velocidad y al menor costo: implementamos Pitstop, Cross-dockings y Darkstores
- El cliente quiere ofertas y experiencias personalizadas en función de sus gustos: comunicamos de manera personalizada.



Muu Steak, Mallplaza Vespucio, La Florida, Santiago, Chile.

Pilares Estratégicos

CMF 4.2.b.c



Estrategia Omnicanal

Generar una propuesta de valor amplia para ofrecer a nuestros clientes (visitantes, socios comerciales y *Sellers*) una mayor cantidad de servicios y productos en un único lugar físico-digital, aprovechando para ello todas las oportunidades que nos entrega ser parte de uno de los mayores ecosistemas de *retail* de la región. Esto permite llevar flujo digital a nuestros centros urbanos e incrementar las ventas de nuestros *Sellers*. Nuestros clientes obtienen una mejor experiencia de visita y acceden a oferta unificada en todos los canales de su visita.



Socios Comerciales

Propuesta de valor enfocada en incrementar el flujo de visitantes, la conversión y ventas. Sustentado en una estrategia omnicanal y en uno de los mayores ecosistemas de *retail* de Latinoamérica, buscamos generar valor compartido con los socios comerciales manteniendo el foco en las relaciones de largo plazo.



Cliente

Propuesta de valor basada en espacios que permiten resolver las múltiples y crecientes necesidades de los visitantes y que, al mismo tiempo, propician la socialización y el encuentro de las personas, tanto en espacios físicos como digitales. Espacios donde se viven experiencias cargadas de contenidos relevantes, personalizados y con sentido.



Oferta Comercial

Centros urbanos que evolucionan de manera permanente transformándose en un verdadero centro de la ciudad, donde las personas pueden vivir, estudiar, trabajar y divertirse, sin necesidad de trasladarse. Una propuesta de múltiples propósitos de visita y usos mixtos, en permanente crecimiento e incorporando una estrategia omnicanal robusta que permite ofrecer distintos puntos de contacto y venta.



Crecimiento

Desarrollo vía *greenfield* y *brownfield* de centros comerciales *Premium* con foco en las nuevas tendencias del mercado y comportamiento del consumidor. Continuamos con el fortalecimiento de las operaciones internacionales a través del desarrollo del centro comercial Mallplaza Cali, en Colombia.



Capital Humano

Un grupo humano ágil que comparte un propósito común de "simplificar y disfrutar más la vida", con espíritu emprendedor e innovador. Mallplaza se ha enfocado en fortalecer y reforzar su equipo con la incorporación de talento digital para afrontar los desafíos omnicanales.



Excelencia

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



Gestión ESG

Modelo de desarrollo sostenible que busca generar impactos económicos, sociales y ambientales, a partir la cocreación de redes de valor con nuestros grupos de interés. Comprometidos con la acción climática, el apoyo al emprendimiento y la promoción de la inclusión a lo largo de toda la cadena de valor de Mallplaza, contribuyendo así a la generación de oportunidades y a la construcción de relaciones de largo plazo con visitantes, socios comerciales, comunidades y colaboradores.

Nuestros centros urbanos y omnicanales

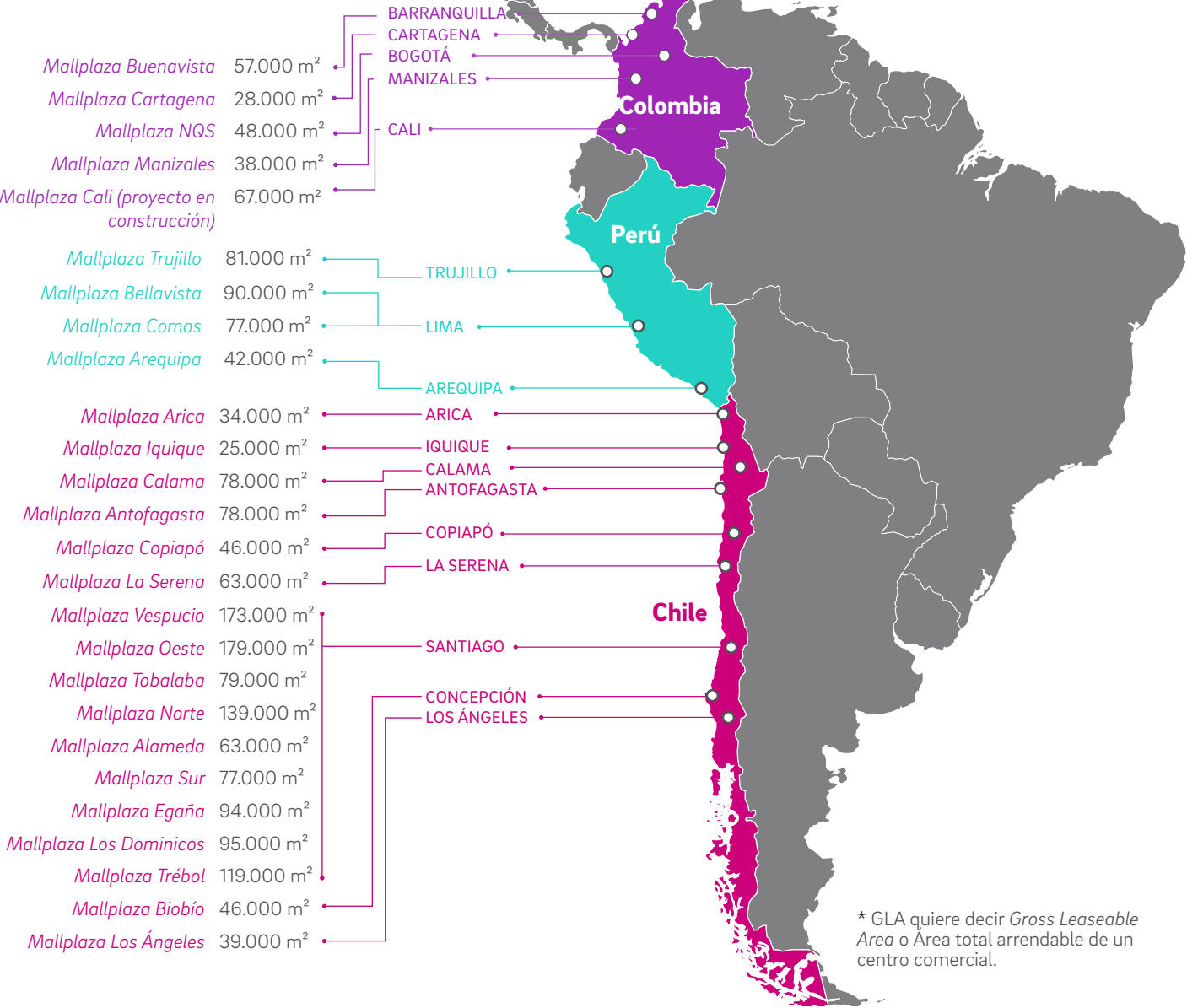
CMF 6.2.a.e
CMF 6.4.a.

En Mallplaza contamos con un portafolio diversificado a nivel de activos y de socios comerciales. Lo anterior se ve reflejado en los más de 4.000 locales distribuidos entre 25 centros urbanos, en 16 ciudades y tres países; y en que tenemos una cartera diversificada de clientes donde los cinco clientes principales representan el 16% de nuestros ingresos.

En cuanto a nuestro portafolio, la estrategia está orientada a desarrollar el potencial de aquellos activos que generan un mayor retorno sobre la inversión y que presentan una fuerte posición competitiva, un alto flujo de visitas, potencial de crecimiento y una alta productividad de GLA. Entre los centros urbanos con estas características se encuentran: Mallplaza Egaña, Mallplaza Vespucio, Mallplaza Norte, Mallplaza Oeste, Mallplaza La Serena, Mallplaza Trébol y Mallplaza Antofagasta en Chile; Mallplaza Trujillo en Perú y Mallplaza NQS y Mallplaza Buenavista en Colombia. El futuro Mallplaza Cali, actualmente en construcción y cuya apertura se estima para 2024, será el tercer activo con estas características en este último país.

GLA Centros urbanos Mallplaza*

A diciembre de 2022



* GLA quiere decir Gross Leaseable Area o Área total arrendable de un centro comercial.

Total:
1.888.000 m²

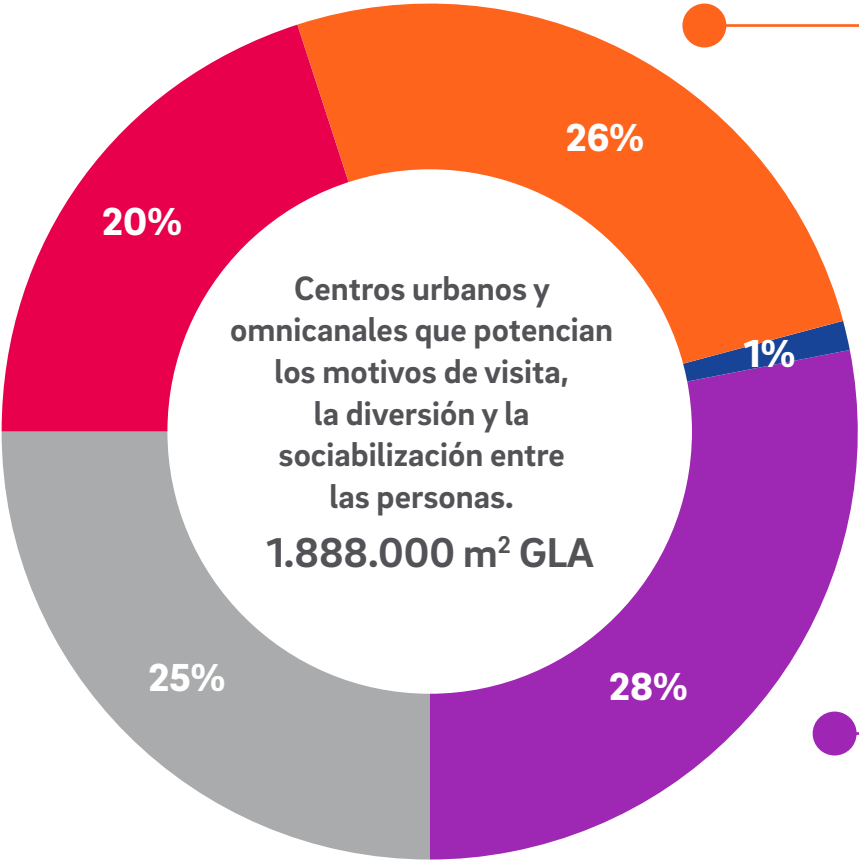
Distribución de superficie arrendada

SASB IF-RE-000.B SASB IF-RE-000.C

La diversificación de la propuesta de Mallplaza permite a nuestros centros urbanos convertirse en lugares de destino preferido con un creciente interés por parte de los visitantes hacia las marcas de alto valor recientemente incorporadas y el deseo de experimentar las propuestas ganadoras de entretenimiento y sociabilización. Durante 2022 alcanzamos un total de 270 millones de visitas en Chile, Perú y Colombia.

Mallplaza opera centros urbanos con alta generación de múltiples motivos de visita y destino, con 28% de su GLA enfocado a experiencias, una propuesta de *retail* equilibrada, y un 26% enfocado en comercio esencial de tráfico diario.

- Complementario al *retail*
- Comercio esencial de tráfico diario
- Retail de especialidad*
- Tiendas departamentales
- Otros



- Supermercados
- Mejoramiento del hogar
- Tiendas de servicios y *boulevard* financiero.
- Gimnasios.

14%
Retailtainment

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

10%
Uso mixto

- Recintos médicos donde se realizan más de 2,4 millones de prestaciones anuales.
- Centros educacionales con más de 22.000 alumnos estudiando diariamente.
- Oficinas.

4%
Automotriz

- Venta de automóviles y servicios automotrices.



Mallplaza Oeste, Cerrillos, Santiago, Chile.

Alianzas con marcas de alto valor

GRI 3-3 Continuidad operacional física y digital

El crecimiento de Mallplaza está dado por llevar al máximo el potencial que tienen todos nuestros centros urbanos y omnicanales. Queremos liderar la transformación hacia el centro urbano del futuro mediante una innovadora y robusta propuesta de valor. Para ello, contamos con la llegada de nuevas marcas, la adaptación de usos y oferta a las necesidades actuales, con una inmejorable conectividad y una infraestructura que facilita y ofrece la mejor experiencia omnicanal.

La actualización y renovación de nuestros centros urbanos ha considerado como aspecto central la incorporación de marcas altamente valoradas por nuestros visitantes, las cuales ven en nuestros centros urbanos un potencial para su propio desarrollo. Ello explica que hayamos concretado alianzas estratégicas con socios comerciales tan relevantes como IKEA, H&M y Decathlon.

H&M, por ejemplo, considera la apertura de 13 nuevas tiendas en nuestros centros urbanos, llegando a un total de 19 a nivel regional. En el caso de IKEA,

abrió su tienda más grande de Chile en Mallplaza Oeste, con más de 25.000 m², convirtiendo a este centro urbano en el punto de la zona sur de la Región Metropolitana con la mejor oferta integral de mejoramiento de hogar. En tanto, Decathlon es un *retailer* internacional destacado y atractivo que ha confiado en Mallplaza para crecer en Chile y Colombia, con cuatro nuevas tiendas. Asimismo, estamos potenciando la presencia de Zara con nuevas aperturas y destacamos la inauguración de un supermercado Jumbo en Mallplaza Trébol.

Lo anterior va de la mano con una mejor experiencia de visita, con menos fricciones, con más tecnología y nuevos servicios, junto a una operación que logra cubrir las distintas necesidades de los clientes, sin dejar de lado el cuidado del entorno. Esto se refleja en mejores tráficos y también en una mejor evaluación y satisfacción por parte de nuestros visitantes y socios comerciales.

En Mallplaza apostamos por el valor de la experiencia física, tanto ir a una tienda, trabajar, ir a un espacio gastronómico o a una de las distintas ofertas de diversión y entretenimiento. Queremos que nuestros visitantes disfruten la vida y, para eso, resulta fundamental contar con propuestas atractivas de conocer y distintos espacios que sorprendan.

Sostenido ritmo de aperturas y nuevas categorías

CMF 6.2.a.a

Durante 2022 incorporamos más de 600 nuevas tiendas a nivel regional, número equivalente a la apertura de tres nuevos centros comerciales. Varios de estos nuevos e inéditos *retailers* que han entrado a Mallplaza lo han hecho porque prefirieron dejar sus ubicaciones tradicionales para ingresar, por primera vez, a un centro urbano en búsqueda de alto flujo y seguridad, y nos han elegido para lograrlo. Además, hemos seguido incorporando nuevas categorías como los supermercados de multiproductos orientales, centros deportivos integrales, redes de *cowork* y servicios ciudadanos como las oficinas de Registro Civil en Chile y MAC en Perú.

Este mismo año fortalecimos el mix comercial con aperturas de diversas marcas tales como Aufbau, Bath and Body Works, Bold, Casaideas, Cuesta

Blanca, Family Shop, Isadora, Lego, Miniso, Motorola, Natura, PumaStudio F, The Line y muchos más socios comerciales que continúan llegando y creciendo con Mallplaza. En Perú, destacan las incorporaciones de Forli, IShop, Olympikus, Xiaomi con la nueva ampliación de Mallplaza Trujillo, además de marcas como Bissu, Chinawok, Diverxia, La Lucha, Mascótalo, Maternelle, Norton, NorthStar, Starbucks, Topitop, y Tec Store; y en Colombia, marcas como Farmatodo y Lobisa.

Comprometidos con nuestro propósito de simplificar y disfrutar más la vida, también queremos llegar con una propuesta de entretenimiento para todas las personas. Para eso, en el mundo de los videojuegos incorporamos en Mallplaza Vespucio la primera propuesta *gamer* en centros

comerciales de Chile; continuamos renovando las propuestas de cines con pantallas IMAX y mejor experiencia en Mallplaza Oeste, Mallplaza Vespucio y Mallplaza La Serena. También estamos ampliando las propuestas de gastronomía con un nivel de apertura muy potente en todos nuestros centros urbanos. La reciente alianza con el grupo gastronómico Mil Sabores —apertura de 85 a 100 locales, entre 2022 y 2025—; la apertura en Colombia de un nuevo Mercado con 15 propuestas gastronómicas y marcas como Archies Beer, Leños y Carbón en Mallplaza NQS en Bogotá; y la puesta en marcha de Panorámica en Mallplaza Cartagena con siete propuestas adicionales materializan nuestra convicción.



Mallplaza Trujillo.

Con más de 400 tiendas nuevas en Chile, 100 en Colombia y más de 100 en Perú, nuestros centros urbanos robustecieron su propuesta de valor, haciéndola más atractiva y ganadora. Varios de estos nuevos *retailers* han ingresado por primera vez a un centro comercial buscando más flujo y seguridad.



Movistar Game Club, Mallplaza Vespucio, Santiago, Chile.

Movistar GameClub

La entretención está asegurada gracias a esta nueva zona, la más grande de la región dedicada al mundo *gamer*, y que ha atraído a más de 30 mil visitantes durante 2022. Orientada a un público entre los 13 y los 45 años, responde al creciente interés que ha cobrado la categoría caracterizada por un alto potencial y crecimiento futuro.



Nueva Sala IMAX, Mallplaza Vespucio, Santiago, Chile.

Primera Sala IMAX Cinemark en Mallplaza Vespucio

Para brindarles una experiencia única e inolvidable a nuestros visitantes, en septiembre de 2022 inauguramos la primera sala IMAX de la cadena Cinemark en Mallplaza Vespucio. Con pantallas que cubren un área de pared a pared y de techo a suelo, cuenta con un sistema de audio ajustado por láser y distribuido con una precisión única, cubriendo todos los rincones.



Mallplaza Arica, Arica, Chile.

Clubes Conecta: centros deportivos integrales

Con la idea de promover el disfrute y la sociabilización de las personas, en 2022 concretamos una alianza estratégica con la cadena Clubes Conecta para incorporar 9.000 m² de canchas de pádel a nuestros centros urbanos en Chile. Mallplaza Arica debutó con tres canchas y Mallplaza Trébol, con ocho. Para 2023 se espera la apertura de siete canchas en Mallplaza Oeste.



Mallplaza Vespucio.

Consolidación de la propuesta omnicanal

Durante 2022 aceleramos nuestra estrategia omnicanal cerrando acuerdos con actores clave y generando una posición estratégica para nuestra cadena de valor.

En esta línea, agregamos valor a nuestros clientes y *Sellers* mediante el continuo diseño, desarrollo e implementación de nuevos servicios omnicanales que apalanquen nuestros activos y simplifiquen la vida de nuestros clientes, logrando integrar el mundo *online* de las transacciones con lo físico del encuentro y la sociabilización. Además, para potenciar el *e-commerce* de todos nuestros socios comerciales contamos con alianzas con aplicaciones de última milla como son Blue Express y Starken que traccionan flujo a nuestros centros urbanos.

Sumado a lo anterior, reforzamos en nuestros centros urbanos las alternativas omnicanales de *Click&Collect* y *PitStops*, que reducen los tiempos de entrega de productos, junto a las primeras *dark store*. Esto ha sido posible gracias a nuestra privilegiada ubicación en puntos estratégicos de la ciudad y a la readecuación de espacios en los centros urbanos que no tienen uso comercial, lo que nos permite ofrecer a nuestros socios comerciales y *Sellers* más alternativas de negocio, y, al mismo tiempo, que pueden estar más cerca de sus clientes.

Por último, modernizamos nuestra experiencia de *parking* junto con Fpay, permitiendo a más de 200.000 usuarios una experiencia *FreeFlow*, alcanzando el 15% del tráfico en Chile y mejorando en NPS en siete centros urbanos durante 2022.

Nuestros centros urbanos son *hub* logísticos en medio de la ciudad, donde visitantes, socios comerciales y *Sellers* pueden beneficiarse de todas las capacidades del ecosistema comercial en un único lugar físico-digital. De esta manera, mediante el continuo diseño, desarrollo e implementación de nuevos servicios omnicanales apalancamos nuestros activos y simplificamos la vida de nuestros clientes.

Nuestros servicios de *Click&Collect* ya operan en Chile, Perú y Colombia con 19 puntos de retiro, alcanzando más de 186.000 pedidos entregados en el 2022 (más de 9 millones en ventas de los *Sellers*), mientras que en nuestro servicio *PitStop* contamos con más de 600 restaurantes y tiendas, logrando procesar más de 1,3 millones de pedidos los que representan más de USD 17 millones en ventas de los *Sellers*.



Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia.

El 16% de los clientes visitantes van a buscar una compra al Click&Collect y luego se quedan en el centro urbano tomando un café, cambiando algún otro producto o usando otro de los múltiples y diversos servicios que ofrece Mallplaza.

Durante 2022 llevamos a cabo distintos pilotos de *Cross-Docking* en Chile, Perú y Colombia. Los primeros resultados son muy prometedores: con más de 213.000 paquetes que fueron procesados para explosión de última milla, los que representan USD 6 millones en ventas de los *Sellers*.



Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia.



Mallplaza Vespucio, La Florida, Santiago, Chile.

Marketplaza: alianza estratégica que potencia la tracción de flujo digital al físico

Con el propósito de incorporar a nuevas marcas provenientes del *online* y agregar valor a las propuestas de nuestros centros urbanos surge Marketplaza: una alianza que ofrece un espacio físico donde seleccionados *Sellers* de Falabella.com pueden exhibir sus productos a los miles de potenciales clientes que visitan los centros urbanos de Mallplaza. La ventaja de este modelo es que los *Sellers* acceden a espacios de alta visibilidad y flujo, pero manteniendo el modelo de negocio del *e-commerce*, es decir, pagando una comisión respecto de la venta y no sobre los metros cuadrados utilizados.

Durante 2022 realizamos seis eventos Marketplaza con más de un millón de visitantes. Todo esto nos ha permitido aumentar los flujos de los centros urbanos en torno al 12%, revalorizar los espacios físicos de las tiendas, incorporar a *Sellers* altamente valorados y entregarles nuevas oportunidades de negocio.

Los *Sellers online* participan del 30% del mercado *retail*. A través de Marketplaza les ofrecemos entrar al otro 70% de mercado, que es el público que prefiere los centros urbanos de Mallplaza.

Somos parte de un ecosistema integral

El ser parte de un ecosistema integral y trabajar de la mano de Falabella.com nos permite resolver las necesidades de nuestros *Sellers*, ofreciéndoles múltiples soluciones y oportunidades en términos de lealtad, medios de pagos, *fintech*, *marketplace*, *home delivery* y financiamiento. En tanto, a nuestros visitantes les ofrecemos una experiencia de 360° que facilite su cotidianidad mediante distintas soluciones de pago, beneficios y servicios omnicanales.

Gracias a la asociación con los programas de lealtad de CMR Puntos, más de 3,5 millones de visitantes han podido utilizar beneficios en las tiendas de nuestros centros urbanos adheridas, generando más de 40.000 canjes e incorporado a más de 135.000 nuevos usuarios.

Billetera digital:

La implementación de la billetera digital para pagos sin fricciones ha tenido positivos resultados apalancando una mejor experiencia del visitante, lo que se ha visto reflejado en un aumento de 24 puntos de NPS.

Un caso destacado de este uso de billetera digital es lo que ocurre en el servicio de *parking freeflow* habilitado conjuntamente con Fpay en Mallplaza Norte, Mallplaza Vespucio, Mallplaza La Serena, Mallplaza Egaña, Mallplaza Trébol, Mallplaza Oeste y Mallplaza Los Dominicos, y que durante 2022 alcanzó más de 200.000 usuarios adheridos y más de 1,1 millones de transacciones, logrando más de un 16% de penetración de este servicio. Su habilitación estuvo acompañada de una campaña de *marketing* de alta visibilidad que permitió conseguir un 16% de penetración sobre las transacciones en *parking* y un alza de más de 25 puntos porcentuales en su NPS.



Mallplaza Trujillo, Trujillo, Perú.



Mallplaza Egaña, La Reina, Región Metropolitana, Chile.

En 2022 el volumen del valor total de las transacciones de pago a través de la billetera digital Fpay en nuestros centros urbanos alcanzó más de USD 94 millones.

Impulso a la gastronomía: la apuesta por nuevos sabores para el disfrute

Nuestros centros urbanos y omnicanales están pensados para que las personas disfruten su vida. Por ello, la gastronomía y entretenimiento cumplen un rol fundamental con propuestas atractivas y variadas en nuevos distritos. Además, contamos con socios valorados por su trayectoria y con otros que estrenan su llegada a un centro comercial, como son: Bite Me y Organic Burger, en Mallplaza Egaña; Bobibobi en Mallplaza Egaña y Mallplaza Vespucio; Johny Rockets, en Mallplaza Calama y Mallplaza Los Dominicos; y Just Burger, en Mallplaza Trébol y Peluquería Francesa, en Mallplaza Los Dominicos.

En línea con lo anterior, la alianza estratégica en Chile con el grupo gastronómico Mil Sabores materializa el compromiso de impulsar y promover nuevos espacios no solo en Santiago, sino que en regiones donde la oferta es mucho más escasa. El acuerdo establece la apertura de 85 a 100 locales, entre 2022 y 2025, equivalentes a una superficie de 21.300 m² en 11 centros urbanos de Mallplaza, de los cuales cinco estarán en el norte y sur del país.

Destacamos también la apertura de El Mercado de Mallplaza NQS, una nueva propuesta gastronómica con una veintena de locales responsables de una variada oferta con identidad culinaria nacional.



Mallplaza Norte.

Mallplaza Oeste: ampliamos su gran propuesta de entretenimiento gracias al complejo de cine más moderno de la región, al que se suman nuevos restaurantes, como el bar de chocolates Brussels.

Mallplaza Norte: avanzamos en una propuesta gastronómica totalmente renovada y atractiva, con operadores tales como Barra Chalaca, Mit Burger, Tanta y Tigre Bravo (Emilio Peschiera), haciendo de la gastronomía en pasillo y terrazas lugares para disfrutar.



Panorámica, Mallplaza Cartagena

Se trata de un inédito concepto gastronómico, de experiencia y de entretenimiento que convierte la azotea de Mallplaza Cartagena en una panorámica 360° con siete propuestas gastronómicas de comida colombiana, asiática, italiana y fusión, más dos bares. Asimismo, cuenta con un centro de eventos para vivir la música y el sabor cartagenero.

Mallplaza Cartagena, Colombia.



El desafío de potenciar la propuesta gastronómica ha ido de la mano de campañas de *marketing* atractivas a nivel regional que además integran los distintos elementos del ecosistema comercial integral del cual Mallplaza es parte. Es así que, tanto en Chile como en Colombia, implementamos "Mercado a la carta": una campaña regional que ofrecía descuentos en locales de gastronomía al usar las tarjetas del Banco Falabella asociadas al ecosistema. Esta alianza permitió generar flujo y ventas incrementales por más de un 15% en los restaurantes adheridos.

El Mercado del 14, Mallplaza Vespucio, La Florida, Chile.



El Mercado del 14

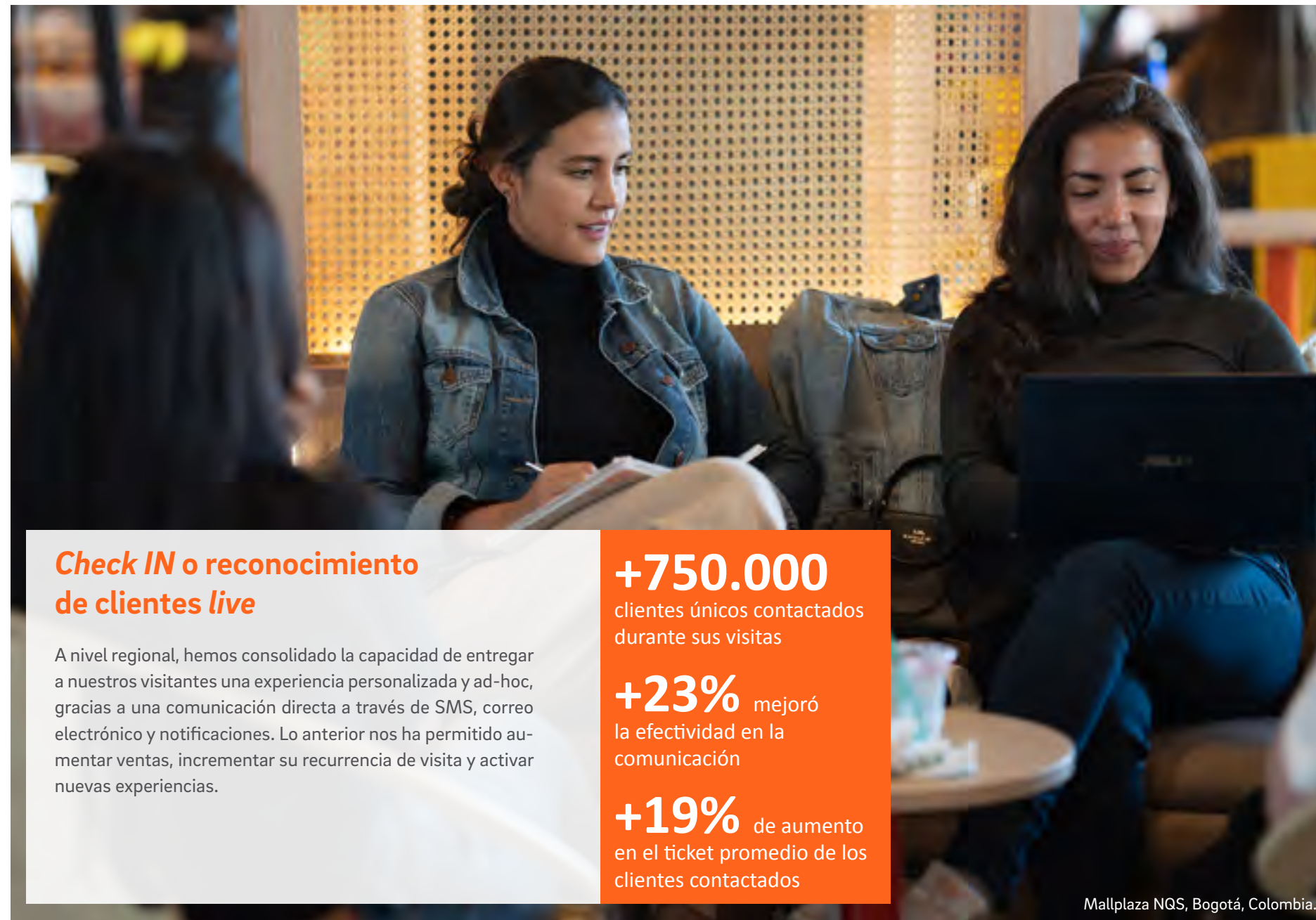
Este nuevo distrito gastronómico, que en 2022 inició su construcción en Mallplaza Vespucio, busca emular los mercados culinarios abiertos de grandes ciudades del mundo, donde distintos restaurantes y productores locales ofrecen, con altos estándares de diseño y conectividad, una completa variedad de alimentos. Este modelo ha sido impulsado por Mallplaza en Colombia y Perú, con una positiva recepción tanto de visitantes como de operadores que quieren ser parte de él. La propuesta en Mallplaza Vespucio apunta a tener cerca de 30 pequeñas cocinas de alta calidad que resalten la gastronomía chilena, que formarán una suerte de paseo o recorrido de sabores, con un acceso directo desde el exterior. Se trata de restaurantes nuevos y otros icónicos que llegarán por primera vez a La Florida.

Uso de la data para generar valor a visitantes:

Durante 2022 nos hemos perfeccionado en el desafío de transformar a Mallplaza en una empresa *Data Driven*. En esta línea, el desarrollo de productos de data para la gestión comercial nos ha permitido optimizar el valor de nuestros activos y reducir los tiempos de cierre de negociaciones, estimando un aporte en ingresos por más de USD \$600.000 sólo en el último trimestre de 2022.

Respecto a comunicación o *marketing* directo con nuestros clientes visitantes, durante 2022 logramos aumentar en 4,6 veces el volumen de clientes contactados respecto al año 2020. Esto implicó sobrepasar en un 23% la meta de clientes contactados con comunicaciones de valor agregado para ellos, logrando un aporte de USD 1,6 millones en ingresos incrementales gracias a estas campañas.

Avanzamos y buscamos comunicarnos con nuestros clientes de manera personalizada gracias a un permanente análisis de información respecto de comportamiento de visitas y preferencias de nuestros visitantes.



Check IN o reconocimiento de clientes *live*

A nivel regional, hemos consolidado la capacidad de entregar a nuestros visitantes una experiencia personalizada y ad-hoc, gracias a una comunicación directa a través de SMS, correo electrónico y notificaciones. Lo anterior nos ha permitido aumentar ventas, incrementar su recurrencia de visita y activar nuevas experiencias.

+750.000

clientes únicos contactados
durante sus visitas

+23% mejoró
la efectividad en la
comunicación

+19% de aumento
en el ticket promedio de los
clientes contactados

Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia.



Sector laguna, Mallplaza Oeste, Cerrillos Chile.

IV. Crecimiento y transformación como parte de nuestro ADN

Crecimiento y transformación como parte de nuestro ADN

Creer es parte del ADN de Mallplaza, por lo que estamos permanentemente renovando y buscando oportunidades para consolidar nuestra posición de liderazgo regional.

Durante 2022 continuamos con las ampliaciones y renovaciones en algunos de nuestros centros urbanos en Colombia, Chile y Perú, actualizando y fortaleciendo sus propuestas de valor, desarrollando nueva infraestructura y mobiliario, lo que ha permitido consolidarlos como destinos preferidos en cada uno de sus mercados y agregar nueva superficie disponible para nuestros socios comerciales y Sellers.

Además, hemos retomado las obras de construcción de Mallplaza Cali -que habían sido paralizadas a propósito de las restricciones provocadas por la pandemia Covid-19- y que sumarán otros 67.000 m2 a los GLA de la compañía.

Mallplaza Vespucio (Santiago, Chile):

El primer centro comercial para la clase media que hoy se transforma en el ícono de los centros urbanos del futuro.



Mallplaza Vespucio, La Florida, Santiago, Chile.

La apertura en 1990 de Mallplaza Vespucio, en el corazón de la comuna de La Florida, en Santiago de Chile, hizo historia como una apuesta rupturista de la compañía.

En Mallplaza vimos una gran oportunidad de negocio en la creación de lo que sería el primer centro comercial orientado a la clase media del país. Un centro comercial capaz de adelantarse a las necesidades de las personas y que desarrolló espacios urbanos que, al mismo tiempo, permitieron satisfacer la adquisición de bienes que antes no eran disponibles para un grupo importante de la población, junto con resolver sus necesidades de infraestructura, de conexión con el transporte público, de entretenimiento, de salud, de cultura y de educación.

El éxito de Mallplaza Vespucio fue inmediato y estuvo marcado por la incorporación de nuevas categorías como el primer patio de comidas, el primer centro médico, la primera sala de música y el primer centro universitario, entre otros. Las más de 24 millones de visitas durante 2022 confirman su consolidación, y es por eso que hoy hemos decidido renovarlo profundamente, convirtiéndolo en un nuevo ícono de nuestra propuesta de valor a partir de una oferta cultural, gastronómica y de entretenimiento de alto atractivo, consolidándolo así en uno de los principales centros urbanos de la Región Metropolitana.

Hoy, el nuevo Vespucio cuenta con una transformación 360° que le permite impulsar una mejor vida en la ciudad, capaz de sintonizar a diario con millones



Mallplaza Vespucio, La Florida, Santiago, Chile.



Mallplaza Vespucio, La Florida, Santiago, Chile.

Toda esta transformación nos permitió durante 2022 consolidar a Mallplaza Vespucio como uno de los principales centros urbanos de Santiago, siendo el de mayores flujos de visitantes y el segundo de Mallplaza que más creció en visitantes respecto a 2021, **con un 50% de aumento anual.**

de personas y atraer a los mejores socios comerciales como aliados estratégicos para generar múltiples interacciones y nuevos negocios.

Desde la experiencia hemos simplificado los recorridos interiores, renovado la infraestructura y logrado una mayor fluidez a la visita. Por ejemplo, el nuevo servicio de *parking* cuenta con una nueva tecnología de punta a nivel europeo, única en Chile y Latinoamérica, que nos ha permitido dar fluidez al proceso de acceso, de pago y de salida. Paralelamente hemos incorporado medios de pago digitales solucionando las fricciones en un punto clave dentro de la visita presencial a los centros urbanos.

En tanto, desde la propuesta comercial hemos incorporado más de 19.000 m² de nuevas propuestas de *retail*, con más de 87 tiendas como Bath and Body Works, Decathlon, Lego, Miniso, The Line, Psycho Bunny, y se renovaron las tiendas de más de 160 marcas. En entretenimiento desplegamos una propuesta

única en el mercado gracias a la renovación y ampliación de las salas Cine-mark, incorporando una sala IMAX, y sumando el primer Movistar *GameClub*: espacio dedicado a *gamers* que ha atraído a más de 30.000 nuevos visitantes mensuales al centro urbano.

En gastronomía culminamos la propuesta *fast casual* con marcas atractivas como Barra Chalaca, Carl's Jr, Emporio La Rosa, La Sanguchera del Barrio, MUU Steak House, entre otros, y se incluyeron propuestas en pasillo con la incorporación de Bonafide, Dulce Luna, Dunkin Donuts y Starbucks. Sumado a esto, avanzamos de manera importante en la construcción de El Mercado un *foodhall* de más de 15 propuestas que estará listo a público durante 2023. Por último, en otros usos incorporamos Launch Cowork, Clínica Dávila en más de 30.000 metros de GLA y esperamos desarrollar en 2023 el primer proyecto residencial *multifamily*.

La omnicanalidad también es protagonista de Mallplaza Vespucio y para eso cuenta con servicios de *Clic&Collect*, *PitStop* y la alianza estratégica con Star-ken que permite a los clientes visitantes enviar y recibir encomiendas desde el centro urbano.

En tanto, en infraestructura y conectividad urbana buscamos conectar el centro comercial con la ciudad, otorgándole plazas públicas de valor con temáticas y contenidos relevantes. Estamos convencidos de que el centro comercial debe ser una integración de múltiples propósitos de visita, donde lo transaccional cede protagonismo a los espacios de encuentro, a lo local, a más servicios, a nuevas categorías, a los espacios de trabajo remoto y a una mejor calidad de vida.



Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia.

Mallplaza NQS (Bogotá, Colombia): El sello Mallplaza en el corazón de la capital colombiana

La historia de Mallplaza se ha caracterizado por nuestra permanente búsqueda de nuevas oportunidades para crecer y desplegar una propuesta de valor única, haciendo sintonía con las personas y con los lugares donde estamos.

Es así que en 2020, en plena pandemia de COVID-19, decidimos dar un paso más en nuestra presencia en Colombia y llegar a Bogotá a través de la adquisición del centro comercial Calima, un *mall* regional de 66.000 m² por un monto de USD 128 millones, en línea con el plan estratégico que como compañía trazamos para potenciar nuestra presencia y posicionamiento en Colombia, país donde operamos desde 2012.

Conectado a las principales vías de acceso de la ciudad y del transporte público, el nuevo centro urbano—que pasó a llamarse Mallplaza NQS— está ubicado en una zona con alto desarrollo y potencial económico y comercial, lo que hizo aún más atractivo y desafiante su ingreso a nuestro portafolio.

Una vez concretada la compra, Mallplaza NQS se convirtió en el cuarto centro urbano de Mallplaza en Colombia y como tal comenzamos rápidamente a incorporar el sello Mallplaza, tanto en la oferta de valor como en la manera de hacer las cosas.

En un primer momento el foco del trabajo estuvo puesto en mejorar la experiencia de visita, para lo que realizamos modificaciones que generaron un recorrido más fluido y sin fricciones, simplificando los flujos al interior del centro comercial, potenciando el valor de la arquitectura y la simplicidad y el orden en la oferta que buscan los visitantes. Posteriormente, comenzamos una remodelación y actualización profunda de su propuesta de valor, incorporando las mejores marcas de *retail*, de gastronomía y de entretenimiento.

Tras la completa remodelación interior, que incluyó la apertura, a la fecha, de 68 tiendas, se incorporó y remodelaron más de 8.000 m² con una nueva propuesta de *retail* con más de 40 tiendas, entre ellas: American Eagle, Americanino, Chevignon, Decathlon, Naf Naf, Levis, Vélez, ello junto a la transformación del supermercado Éxito en Éxito Wow. En materia gastronómica se incorporó un

Mercado Gastronómico con un total de 23 nuevas propuestas (15 ya abiertas a fines de 2022) y se sumó un sector *Sweet Zone*. También se remodeló la Plaza Central con un Juan Valdez y una zona de entretenimiento de 600 m². En tanto, en las zonas de servicio contamos con bancos, droguerías, peluquerías, casas de cambio, agencias de viaje y servicios odontológicos.

Próximamente, durante el segundo semestre de 2023, incorporaremos más de 27.000 m² para recibir a la primera tienda IKEA de Colombia y 9.500 m² adicionales de *retail* con marcas de alto valor para nuestros clientes visitantes tales como H&M, Decathlon (que ya está operando), Esprit, Naf Naf y los mejores socios comerciales *fashion* del mercado colombiano. En total, las obras de remodelación contemplan una inversión de USD 40.000.000.

Entre 2018 y 2020, Mallplaza ha incorporó un centro urbano por año a su operación en Colombia. En el caso de Mallplaza NQS, los cambios realizados desde su adquisición nos han permitido posicionarlo como uno de los principales de Bogotá y triplicar el número de visitantes desde su incorporación al portafolio de Mallplaza, superando el millón mensual.



Cifras destacadas Mallplaza NQS

Renovamos
+26.000 m²

Reconvertimos
+6.000 m²

Reordenamos
+60 marcas

Proyectos en desarrollo



Mallplaza Cali, Cali, Colombia.

Mallplaza Cali, Colombia

Mallplaza Cali será nuestro quinto centro urbano en Colombia. Gracias a su ubicación central en la ciudad ofrece una importante conectividad norte y sur, lo que permitirá atraer a los caleños. Considera una gran propuesta *fashion* con marcas nacionales e internacionales, como Inditex (Zara, Berskha, Pull&Bear, Stradivarius y Zara), junto a Ikea, H&M, Decathlon, Homecenter y Cinemark. En línea con la propuesta de múltiples usos y propósitos de visita, contará con

una Azotea Urbana que incorporará una completa oferta gastronómica y de entretenimiento, considerando incluso una plaza.

En total, este nuevo proyecto sumará 67.000 m² a la superficie arrendable de la compañía y se proyecta su apertura para el primer trimestre de 2024.

Mallplaza Cali sumará 67.000 m² a la superficie arrendable de la compañía y se proyecta su apertura para el primer semestre de 2024.



Mallplaza Trujillo, Trujillo, Perú.

Mallplaza Trujillo, Perú

Remodelación y ampliación de Mallplaza Trujillo con el propósito de consolidar su liderazgo en el mercado. A nuestro primer centro urbano en Perú (2007) se le incorporará una nueva propuesta de *retail* de especialidad, de entretenimiento y tiendas de gastronomía. Además, la tienda Falabella se renueva con su formato más moderno, con cajas *self checkout* e innovaciones para mejorar la experiencia del visitante, considerando también el reciclaje de tiendas departamentales. La ampliación de Mallplaza Trujillo contempla la llegada de 17 nuevas marcas tales como Tommy Hilfiger, Calvin Klein, Xiaomi, DollarCity e Hiper Asia. A esto se suma la renovación de su exterior, semaforización, ordenamiento vial y peatonal, mejoramiento en los accesos y la incorporación de más de 200 nuevos estacionamientos.

El nuevo Mallplaza Trujillo contará con 6.000 m² de nuevo GLA y requerirá una inversión de 18.000.000 nuevos soles.



Mallplaza Oeste, Cerrillos, Santiago, Chile.



Mallplaza La Serena, La Serena, Santiago, Chile.

Chile:

Mallplaza Oeste: Tras la apertura de la tienda IKEA más grande de Chile se espera para el primer trimestre de 2023 la incorporación de una tienda Decathlon.

Mallplaza La Serena: Tras incorporar al nuevo supermercado Tottus, nuevos cines de la mano de la cadena internacional Cinemark, una tienda H&M además de estacionamientos y un boulevard de servicios, estamos trabajando en la reconversión de 2.700 m2 y ampliación de 1.000 m2 para albergar a una tienda Decathlon durante el segundo semestre de 2023.

Proyectos residenciales: centros urbanos que incorporarán nuevas alternativas habitacionales

En línea con la permanente búsqueda de oportunidades para hacer crecer y consolidar a nuestros centros urbanos como núcleos de la ciudad, en Mallplaza nos encontramos desarrollando dos proyectos de renta residencial en Santiago de Chile: uno en la comuna de La Florida, aledaño a Mallplaza Vespucio, y otro en la comuna de Huechuraba, en un terreno cercano a Mallplaza Norte.

Con estos proyectos, queremos dar respuesta una necesidad creciente de las personas por contar con nuevas alternativas en materia residencial, al mismo tiempo que contribuimos a revitalizar espacios en las distintas comunas en donde operan nuestros centros urbanos.

El proyecto de La Florida considera tres edificios de uso residencial, que buscan proveer nuevos espacios públicos y aportar a la consolidación del sector céntrico de la comuna de La Florida mediante nueva oferta habitacional bien localizada y de alta conectividad, además de mejorar y complementar la oferta comercial, cultural, gastronómica, de servicios y de entretenimiento del sector.



El proyecto de renta residencial ubicado en las cercanías de Mallplaza Norte considera un parque de uso privado residencial de 5.554 m².

En tanto, en el caso del proyecto de Huechuraba, que estamos desarrollando en conjunto con CCLA Group, contempla la construcción de cuatro torres de departamentos de hasta siete pisos, que se desarrollarán en dos etapas, en un plazo de ocho años. Su diseño incluye un parque de uso público de cerca de 23 mil m² para vecinos y visitantes de Mallplaza Norte.

Durante 2022, los proyectos se encuentran en distintas etapas de avance para la obtención de los permisos necesarios para iniciar su construcción.



El Mercado, Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia

V. **Avanzamos junto a nuestros socios comerciales**

Avanzamos junto a nuestros socios comerciales

La confianza, colaboración y el trabajo bien hecho constituyen pilares esenciales para el éxito de cualquier actividad comercial o iniciativa que se emprenda. Bajo esta premisa, con el fin de generar una verdadera comunidad entre las personas que se desempeñan en los locales de nuestros socios comerciales (cumpliendo de manera conjunta con nuestros objetivos de negocio), desde 2019 implementamos una nueva manera de vincularnos con las tiendas en base a un Modelo de Relacionamento ejecutado por los equipos de administración de cada uno de nuestros centros urbanos.

En Mallplaza buscamos crecer de la mano de nuestros socios comerciales y *Sellers*, trabajando con el objetivo de facilitar la apertura de nuevos negocios y acompañarlos en su desarrollo. En línea con lo anterior, nuestra estrategia tiene como foco principal facilitar su viaje comercial, así como potenciar sus negocios con nuevas alternativas, entregándoles oportunidades de mayor contacto con sus clientes y privilegiando su sostenibilidad futura.

Portal Socio Comercial: un canal único y permanente de comunicación:

Con el objetivo de entregar una atención personalizada, en 2022 dimos inicio a nuestro **Portal de Socios Comerciales**: plataforma digital con la que buscamos centralizar la interacción con ellos, poniendo a su disposición de forma simple y rápida toda la información relevante en su gestión con nuestro negocio: contingencias, noticias de interés, tutoriales, detalles de factura, trazabilidad de requerimientos y nuevos productos y servicios. Esta estrategia nos permitirá estar más conectados, de forma transparente y eficiente.



Mallplaza Oeste, Cerrillos, Región Metropolitana, Chile.

Seguridad: inversión en infraestructura y tecnología de vanguardia

GRI 3-3 Salud y Seguridad de los clientes

Resguardar la seguridad de los colaboradores, socios comerciales y visitantes es primordial en todas nuestras acciones, por lo que velamos por su implementación y por el cumplimiento de los protocolos en cada acción que realizamos. Nuestros centros urbanos cuentan con una infraestructura en permanente actualización lo que nos ha permitido reducir en 20% los delitos respecto de 2019.

Así, también tenemos coordinación permanente con la autoridad y policías, además de mesas de trabajo en materia de seguridad en todos nuestros centros urbanos, de modo de coordinarnos con las tiendas y personal especializado.

Medidas adoptadas por Mallplaza:

Centro de Operaciones (COP): Mallplaza cuenta con el más moderno centro que integra todos los sistemas de vigilancia de los centros urbanos de la compañía a nivel regional, lo que permite reaccionar ante vulneraciones a la seguridad y otras situaciones que puedan poner en riesgo a nuestros clientes y colaboradores. En los últimos dos años hemos invertido más de 10 millones de dólares en distintos sistemas de seguridad, lo que hoy nos permite:

- **Mejor capacitación:** trabajamos con expertos internacionales en la formación continua de nuestros operadores de sistemas de seguridad y tecnologías de vigilancia para exteriores.
- **Gestión de videovigilancia:** contamos con una nueva plataforma para la gestión de la video vigilancia (plataforma que maneja CCTV, alarmas, controles de acceso, video analítica, etc).

- **Registro de lectura:** registro de todas las patentes de vehículos y de todos los conductores que ingresan y pagan en los estacionamientos de los centros urbanos que cuentan con sistema de *parking*.
- **Plataforma de seguridad:** imágenes de calidad a través de la nueva plataforma de gestión de seguridad en todos los centros urbanos.
- **Nueva tecnología:** uso de drones y globos aerostáticos por parte de los equipos de seguridad enfocados en labores de observación, vigilancia perimetral y registro de videos e imágenes.
- **Alerta temprana:** botones de alarma en tiendas que nos permiten activar de manera instantánea los delitos y reaccionar con nuestro centro de operaciones y equipos en terreno.
- **Coordinación con Carabineros:** conexión electrónica inmediata con Carabineros de Chile (sistema Alpha 2).

Algunos de los soportes tecnológicos con los que cuenta Mallplaza:

 Sistemas de seguridad y alarmas perimetrales	 Medición remota de energía
 Comunicación radial, telefónica y satelital	 Alarmas perimetrales
 Comunicación y coordinación estricta con policías	 Control de aforo y aglomeraciones
 Enlace directo al servicio de encargo de vehículos de las policías	 Sistemas contra incendios
	 Predictor sísmico



Centro de Operaciones (COP), Mallplaza Norte, Santiago, Chile.

Modelo de relacionamiento con colaboradores de tiendas

En Mallplaza hemos declarado nuestro anhelo de convertirnos en el mejor *partner* de negocios en Latinoamérica para nuestros socios comerciales, entendiendo a estos como las marcas y las tiendas.

Con eso en mente hemos construido un modelo de relacionamiento con colaboradores de tienda que nos permite generar un sentimiento de comunidad entre cada centro urbano con sus tiendas. A través de un vínculo de confianza permanente y un liderazgo proactivo y resolutivo, desde los equipos de administración acompañado de acciones informativas para abordar distintas temáticas operacionales, noticias y campañas implementadas, y también de actividades participativas y de encuentros que promueven la construcción de comunidad, basadas en el diálogo y la participación activa.

Tienda a tienda

12.633
visitas realizadas

Tiendas convocadas

2.088

Reuniones con tiendas

+ 85
reuniones con tiendas

Comunicación con socios comerciales y comercios asociados:

- Newsletters
- Memoria Anual
- Canal de contactos
- Portal de Socios Comerciales
- Portal Tiendas
- Contratos
- Contacto directo ejecutivo comercial
- Canal de integridad
- Reuniones digitales
- Reuniones en terreno
- Reportes de gestión
- Encuestas de satisfacción
- Portal logístico

Portal Tiendas: una plataforma para la comunicación diaria

Mantener una comunicación fluida entre Mallplaza y los colaboradores de tienda es fundamental para el buen despliegue de nuestra propuesta de valor. Es por ello que implementamos nuestro Portal Tiendas: un canal de comunicación entre nosotros y los colaboradores de las tiendas de todos nuestros centros urbanos.

1.563 consultas resueltas

* 96% de cumplimiento de respuesta de consultas dentro del mes en el que fueron creadas

* 1,6 días fue el tiempo promedio de respuesta

3.450 usuarios activos
(+12% vs 2021)

+180
noticias compartidas

1.227 mensajes enviados
952 requerimientos operacionales

Mallplaza Trujillo, Trujillo, Perú.

Actividades participativas con socios comerciales y sus colaboradores

Premiar las buenas prácticas y las gestiones destacadas, junto con ofrecer la posibilidad de que nuestros socios comerciales y sus colaboradores puedan contar con las máximas competencias y capacidades técnicas para desarrollar un trabajo de excelencia, también forma parte de nuestros objetivos a nivel organizacional. En línea con eso, durante el año realizamos diversas iniciativas para reconocer a los colaboradores en cuatro ámbitos:

Ámbitos:

- **Reconocimiento por la gestión realizada en términos de ventas y de interacción con el Portal Tiendas.**
- **Capacitación en herramientas para facilitar la gestión comercial y generar compromiso y conocimiento respecto del modelo de atención de Mallplaza.**
- **Bienestar: generar conciencia sobre la importancia de tener hábitos saludables.**
- **Celebración: generar comunidad a través de instancias de sociabilización para fechas importantes de acuerdo a cada país.**



Mallplaza Oeste, Cerrillos, Santiago, Chile.



Mallplaza Trujillo, Trujillo, Perú.

VI.

Visitantes:

una experiencia
personalizada y con
mayor conocimiento



Nuestros centros urbanos están siendo preferidos por *Sellers*, socios comerciales y visitantes, gracias a una propuesta de valor diferenciadora, atractiva y única, a través de sinergias con el ecosistema y en línea con lo que espera el nuevo consumidor.

Terraza Mallplaza Egaña. La Reina, Santiago, Chile.

Visitantes: una experiencia cada vez más personalizada y con mayor conocimiento

GRI 3-3 Experiencia y fidelización de clientes

Nuestra estrategia abarca íntegramente el viaje o ruta omnicanal de nuestros clientes con el objetivo de seguir siendo líderes de la industria, brindando los mejores beneficios para clientes visitantes y socios comerciales y apalancándonos del ecosistema comercial para generar una mayor lealtad y recurrencia.

Junto a estos, al uso de la data y a otros indicadores de negocio definimos una segmentación que nos permite entender a los visitantes como: preferentes, regulares y ocasionales. La gestión se centra en aumentar la recurrencia, lo que se traduce en un impacto directo a uno de los principales indicadores de nuestro negocio: el flujo.

En esta línea, nuestra Gerencia de Marketing, Customer Experience & Projects impulsó distintas iniciativas para profundizar el conocimiento de nuestros clientes en cuanto a motivos de visita, gustos, tipos y características. Es así que activó una comunidad *online* de clientes para obtener opiniones cualitativas y cuantitativas como una manera de tener escucha inmediata y así accionar iniciativas *near time*.

Además, a partir del análisis de la voz del cliente, gatillamos dinámicas de *focus groups*, entrevistas en profundidad y conservatorios para profundizar en diferentes

temáticas asociadas a oportunidades de mejora y necesidades del negocio.

A nivel de experiencia, utilizamos dos indicadores clave para la gestión, basados en el Net Promoter Score (NPS), la métrica que mejor se correlaciona con el comportamiento real del cliente. Los dos indicadores NPS utilizados son:

- 1. **NPS Estratégico:** evalúa los niveles de recomendación de un centro urbano en un mercado particular, tanto para nuestra empresa como para nuestra competencia en dicha zona. Este indicador integra aspectos de la visita con atributos de imagen y posicionamiento de nuestros centros urbanos en sus respectivos mercados, midiéndose a través de un panel *online* a personas que han visitado algún centro comercial en los últimos tres meses.
- 2. **NPS Operacional:** evalúa la recomendación de visita de uno de nuestros centros urbanos en específico, identificando las causas raíz (desde los comentarios espontáneos de los visitantes), lo que nos permite gestionar mejoras. Este se mide a través de encuestas *online* a quienes nos han visitado.



Interacción de los visitantes y participación

En Mallplaza evaluamos nuestra gestión de forma permanente con nuestros distintos grupos de interés a través de la medición y gestión de los indicadores mencionados. Para asegurar su participación tenemos diversas herramientas y fuentes de información que nos permiten obtener representatividad estadística comprobable de los distintos universos muestrales para cada grupo. Con esta información generamos planes de acción que se traducen en una hoja de ruta.

Actualmente el 100% de nuestros centros urbanos cuentan con instancias de escucha y vinculación directa, ya sea presenciales o digitales, buscando permanentemente la retroalimentación de nuestras comunidades, levantando nuevas sinergias y oportunidades.

Satisfacción visitantes

63

NPS 2022 Regional

57

NPS 2022 Chile

En 2022, superamos la meta inicialmente propuesta para Chile - NPS 47 - llegando a NPS 57, **mejorando la experiencia que los clientes viven en nuestros centros urbanos y omnicanales.**

Superamos los niveles de experiencia de visita prepandemia, destacando la recuperación de Mallplaza Norte donde la reconversión de la propuesta de valor nos permite subir el indicador en más de 30 puntos. Por otro lado, destaca el alto de desempeño de Mallplaza La Serena y Mallplaza Los Dominicos posicionando un indicador por sobre los 60 puntos, obteniendo los mejores resultados de los malls estratégicos.

Ruta del cliente

El 90% de nuestros líderes *Top y Middle Management** participaron en, al menos, una Ruta Cliente durante 2022.

La satisfacción de nuestros clientes visitantes es el eje de todo lo que hacemos. Con el propósito de superar sus expectativas ejecutamos el programa de visitas multiformato **Ruta Cliente (RC)**, que permite a los líderes de *back office* conocer de primera mano la experiencia de cada persona en las tiendas de nuestros centros urbanos.

El objetivo de esta apuesta radica en vivenciar la experiencia de nuestros clientes, observando su estadía en la tienda o centro urbano, desde el rol de nuestros colaboradores. Para concretarlo es necesario empatizar con cada trabajador en su día a día, entendiendo las herramientas con las que cuenta para brindar una experiencia satisfactoria al cliente.

Para llevar a cabo la Ruta Cliente se efectúa una reunión de un grupo de máximo 12 líderes de todas las unidades de negocios del ecosistema. En la instancia damos a conocer los objetivos y cada uno de nuestros colaboradores recibe las instrucciones y sus actividades, a realizar en dos tiendas físicas en una jornada. Tras concluir la visita, se reúnen

a compartir su experiencia y reflexiones a través de una dinámica grupal y desde aquí proponer caminos de mejora.

En 2022 el programa se ejecutó en Mallplaza Los Domínicos, Mallplaza Oeste y Mallplaza Vespucio. Complementariamente, en estos mismos centros urbanos se puso en marcha la actividad Ejecutivo de Clientes, donde decenas de líderes de otras unidades de negocios vivieron la experiencia de apoyar a clientes y *Sellers*.

Tras el éxito alcanzado con esta iniciativa realizamos Ruta Cliente en Perú y, durante el cuarto trimestre del año se desarrolló como proyecto piloto en Colombia.

*Las categorías de alta gerencia y gerencia de Mallplaza representan a Top y Middle Management.



Mallplaza Oeste, Cerrillos, Santiago, Chile.

Salud y seguridad de los visitantes

GRI 3-3 Salud y Seguridad de los clientes

La seguridad de las personas es un valor primordial en nuestras operaciones. A través de ella podemos garantizar a los clientes una experiencia satisfactoria y completa que asegure su retorno a nuestras instalaciones.

En esta línea, durante los últimos tres años el 100% de nuestros centros urbanos han sido evaluados en materias de salud y seguridad de clientes.



Mallplaza: una marca ciudadana y presente

En Mallplaza trabajamos por ser una marca con propósito, con un impacto relevante en la sociedad y en la calidad de vida de las personas. Durante 2022, resignificamos nuestro pilar cultural para generar un impacto real en las comunidades en donde operamos, promoviendo el talento local y dando acceso al entretenimiento y a eventos de clase mundial, fortaleciendo nuestro propósito de “simplificar y disfrutar más la vida” y poniendo en el corazón de lo que hacemos, la relación con nuestros vecinos.



Mallplaza Vespucio, La Florida, Región Metropolitana, Chile.

Alegra

De la mano de la artista inglesa Morag Myerscough y destacados artistas chilenos nos propusimos llevar la cultura a distintas partes del país a través de una intervención de arte espacial inmersivo que destacaba distintas frases identitarias de nuestra cultura. La obra estuvo en Mallplaza Vespucio, Mallplaza Egaña, Mallplaza Oeste, Mallplaza Dominicos, Mallplaza Trébol y Mallplaza Antofagasta, consiguiendo más de 60.000 visitas alcanzadas y un *tracking* de asociación a la marca de 47,1 puntos.

Una vez finalizada la exposición, reutilizamos junto a artistas locales todos los paneles de la instalación y los convertimos en 174 mobiliarios, que fueron entregados a ocho fundaciones y escuelas aledañas a nuestros centros urbanos. De esta manera evidenciamos nuestro compromiso con aportar a la calidad de vida de nuestros vecinos.



Mallplaza Bellavista, Perú.

BKNciones en Mallplaza / Nickelodeon Slime Experience

A través de Nickelodeon *Slime* Experience invitamos a nuestros visitantes a vivir una experiencia lúdica, inmersiva y sensorial en Chile y Perú, impactando al posicionamiento de Mallplaza como el mejor lugar de entretenimiento para familias y niños, con un alza del NPS Operacional de 45% y un aumento de flujo en Perú de +25%. Esta iniciativa estuvo en Chile para las vacaciones de invierno y día del niño en Mallplaza Norte, Mallplaza Oeste, Mallplaza Tobalaba y Mallplaza Alameda. En Perú, en tanto, recorrió Mallplaza Trujillo, Mallplaza Bellavista, Mallplaza Comas y Mallplaza Arequipa.



Mallplaza Vespucio, La Florida, Región Metropolitana, Chile.

“Brilla y Sorprende”: una Navidad celebrada a nivel regional

Para celebrar las fiestas de fin de año realizamos una misma campaña en Chile, Perú y Colombia que destacara la experiencia de visita y las sorpresas que Mallplaza tuvo especialmente para Navidad. Tuvimos una gran experiencia con nuestra Plaza Mágica donde recibimos a más de 280.000 personas y 17.000 regalos envueltos, además de tener viejos pascueros y una muy linda decoración navideña en nuestros 25 centros urbanos.

En tanto, en Mallplaza Oeste se iluminó el árbol más grande de Latinoamérica con 26 metros de alto.



Mallplaza Vespucio.

VII. Modelo de Gobierno Corporativo

Modelo de Gobierno Corporativo

GRI 2-9
GRI 3-3 Gobierno Corporativo
CMF 3.1. i. CMF 3.5

En Mallplaza nos preocupamos de garantizar el buen funcionamiento de nuestro Gobierno Corporativo, por lo que utilizamos como guía y referente los Principios de Gobierno Corporativo del G20 y de la OCDE, los cuales nos ayudan a evaluar y mejorar nuestro marco reglamentario.

Accionistas

Propietarios de nuestra compañía quienes, entre otras responsabilidades, designan a los integrantes de nuestro Directorio y a los auditores de la sociedad. Asimismo, son los responsables de aprobar, entre otras materias, la Memoria y la Política de Dividendos.

Directorio

Conformado por nueve miembros. Según lo estipulado en la ley, el Directorio administra la sociedad y es el responsable de definir los objetivos, estrategias y políticas de nuestra compañía, así como designar a nuestro gerente General, don Fernando de Peña Iver, para delegar en él la ejecución de nuestra estrategia. Asimismo, controla nuestra gestión a través de sesiones de Directorio.

Comité de Directores

Conformado por tres miembros del Directorio y presidido por la Directora Independiente, doña Manuela Sánchez. Este organismo se reúne de manera mensual y dentro de sus funciones destaca examinar los informes emitidos por los auditores externos junto con el balance y demás estados financieros. También es el encargado de analizar las operaciones entre partes relacionadas, revisar las políticas que se presentarán a nuestro Directorio para su aprobación y los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de nuestros gerentes, principales Ejecutivos de nuestra sociedad.

Gerente General

Encargado de velar por el funcionamiento y organicidad de nuestro Gobierno Corporativo. En detalle, este cargo implica proponer objetivos, estrategias y políticas a nuestro Directorio, así como delegar en nuestros gerentes Corporativos la ejecución de nuestra estrategia.

Equipo Ejecutivo

Conformado por los principales ejecutivos de nuestra compañía. Su función es administrar las áreas que componen la cadena de valor de Mallplaza, participando en la definición de la estrategia que presenta nuestro gerente General a nuestro Directorio.

Comités

Instancias en que participan los integrantes de nuestro Equipo Ejecutivo para proponer las distintas estrategias y convenir las gestiones para su ejecución. Actualmente operan los siguientes, sin perjuicio de las demás mesas de trabajo: Comité de Contraloría; Comité de Riesgo y Cumplimiento; Comité de Integridad; Comité de Diversidad e Inclusión; Comité de Talentos; Comité de Cultura y Comité de Sostenibilidad.

Para asegurar el desarrollo de los mejores procesos, como parte del Modelo de Gobierno Corporativo en Mallplaza nos aseguramos de que cada uno de nuestros Directores –quienes son tomadores clave de decisiones– cuenten con toda la información y data requerida para una óptima gestión.

Así, desde 2017 y con la debida antelación, ponemos a disposición de los Directores todos los informes y presentaciones que sirvan de base en la materia de discusión de cada una de las sesiones. Además, mensualmente los Directores acceden a un completo informe relativo a la gestión de la sociedad y sus filiales, incluyendo un análisis de nuestra evolución y las variables e indicadores más importantes de nuestras actividades. Para poner a disposición de los Directores la referida información, de manera fácil y con los debidos resguardos de acceso y confidencialidad, se cuenta con una plataforma digital de nivel mundial (*Diligent*). Los directores pueden acceder de manera permanente a consultar las actas definitivas una vez que estas son aprobadas por ellos.

A fin de mantener las buenas prácticas asociadas a nuestro Modelo de Gobierno Corporativo, nuestro Directorio analiza durante el año en sus sesiones las distintas áreas de nuestra compañía para dar seguimiento a diversos temas. A modo de ejemplo, con nuestra Gerencia de Asuntos Corporativos realiza dos reuniones anuales a fin de analizar el adecuado funcionamiento de nuestro programa y gestión de sostenibilidad, con nuestra Gerencia de Personas una vez al año para presentar al Directorio de la compañía sus principales avances y desafíos en materia de gestión de personas con particular foco en materias relacionadas con gestión de talentos y cultura organizacional, revisión de estructuras salariales y políticas de compensación de los ejecutivos principales, entre otros temas.

Por su parte, el Comité de Directores se reúne mensualmente para ver las diversas materias de su competencia, especialmente la gestión de nuestra contraloría, la revisión de los estados financieros y la implementación de nuestros programas de cumplimiento.



Continuidad operacional

Plaza Prospert, Mallplaza Vespucio.

CMF 3.2.I.

A fin de mantener en pleno funcionamiento nuestras acciones enfocadas en continuidad operacional desarrollamos un "Protocolo de Operación de nuestro Directorio para situaciones de emergencia o crisis". En él establecimos las directrices que nos permitirán reaccionar de manera idónea ante las emergencias o situaciones de crisis que puedan presentarse durante el desarrollo de las operaciones, pudiendo afectarnos directamente.

Para mitigar las posibilidades de ocurrencia de esta situación, nuestro Directorio es responsable de velar por el correcto funcionamiento del negocio y la continuidad de una administración diligente que nos permita proteger el valor creado, evitando cualquier perjuicio hacia nuestros colaboradores, visitantes, socios comerciales y los intereses de nuestros accionistas.

En línea con la publicación emitida por la Comisión para el Mercado Financiero de su Norma de Carácter General N° 450, nuestro Directorio acordó en consideración a las reuniones celebradas de manera "enteramente virtual":

- Que las sesiones que consideren participación remota de algunos miembros sean efectuadas mediante llamado telefónico en conferencia o por los sistemas *Zoom*, *Teams*, *Webex* o *Skype*, o una combinación de ellos a través de ordenadores personales, *hardware* de videoconferencia, *tablets*, teléfonos celulares u otros medios tecnológicos que den acceso a dichos sistemas.
- Que cuando en una sesión la mayoría de los miembros se encuentre de cuerpo presente en el mismo lugar físico, tal encuentro se entenderá cele-

brado en dicho lugar. Asimismo, cuando en una sesión una mayoría de los miembros participe de ella mediante los medios tecnológicos antes indicados, la misma se entenderá por celebrada en aquel lugar virtual, conformado por la concurrencia del sistema de transmisión y recepción multidireccional de sonidos, imágenes e información que permitió la interacción de nuestros Directores en tiempo real y de manera simultánea y permanente.

- Que, en lo sucesivo, y salvo acuerdo expreso en contrario adoptado en la sesión del caso, todas las actas y constancias de nuestro Directorio, así como todas las declaraciones de responsabilidad de los miembros dadas en tal calidad, sean suscritas mediante firma electrónica simple mediante un sistema de firma electrónica de reconocida reputación.

Directorio

Composición del Directorio

CMF 3.2.i.
GRI 2-11



Sergio Cardone Solari

Edad	75 años
Cargo	Presidente
Rut	5.082.229-k
Profesión	Ingeniero Comercial
Ultima Reelección	18.04.2022



Paul Fürst Gwinner

Edad	56 años
Cargo	Director
Rut	6.979.383-5
Profesión	Ingeniero Comercial
Ultima Reelección	18.04.2022



Carlo Solari Donaggio

Edad	50 años
Cargo	Director
Rut	9.585.749-3
Profesión	Ingeniero Civil
Ultima Reelección	18.04.2022



Manuela Sánchez Muñoz

Edad	50 años
Cargo	Directora independiente y Presidenta del Comité de Directores.
Rut	9.306.718-5
Profesión	Ingeniero Comercial
Ultima Reelección	18.04.2022



Alejandro Puentes Bruno

Edad	47 años
Cargo	Director
Rut	8.860.493-8
Profesión	Ingeniero Comercial
Ultima Reelección	18.04.2022



Tomás Müller Benoit

Edad	49 años
Cargo	Director
Rut	10.994.040-2
Profesión	Ingeniero Comercial
Ultima Reelección	18.04.2022



Juan Pablo Montero Schepeler

Edad	59 años
Cargo	Director
Rut	9.357.959-3
Profesión	Ingeniero Civil
Ultima Reelección	18.04.2022



Pablo Eyzaguirre Court

Edad	50 años
Cargo	Director
Rut	8.878.318-2
Profesión	Ingeniero Civil
Ultima Reelección	18.04.2022



Dafne González Lizama

Edad	48 años
Cargo	Directora
Rut	14.242.364-2
Profesión	Abogada
Ultima Reelección	18.04.2022

Rol del presidente de nuestro Directorio

Dirigir las sesiones del Directorio y las juntas de accionistas.

Organizar y coordinar la agenda del Directorio.

Velar porque el Directorio cumpla con sus deberes y la normativa aplicable.

Diversidad en el Directorio

* En Mallplaza no existen directores en situación de discapacidad.

CMF 3.2.n.a CMF3.2.n.b

N° de Directores Titulares

* No existen directores suplentes.

Hombres

7

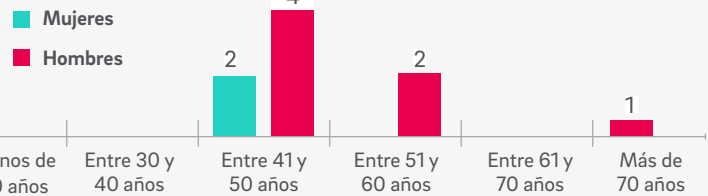
Mujeres

2

100%
Chilenos

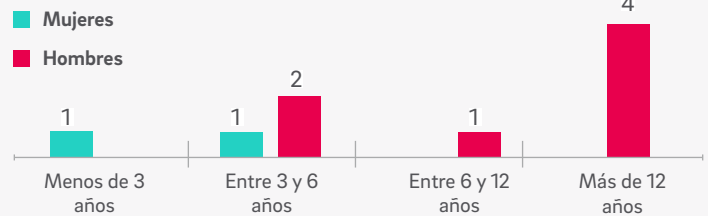
Composición etaria

CMF 3.2.n.c.



Antigüedad en el cargo

CMF 3.2.n.d.



Estructura del Directorio

Miembros

Directores ejecutivos

0

Directores independientes

1

Otros Directores no ejecutivos

8

Número total de Directores

9

Asistencia

CMF 3.2.x.

Director	Asistencia 2021	Asistencia 2022
Sergio Cardone Solari	15	17
Juan Pablo Montero Schepeler	14	17
Carlo Solari Donaggio	15	17
Paul Fürst Gwinner	14	17
Tomás Eduardo Muller Benoit	15	16
Claudia Manuela Sánchez Muñoz	15	16
Pablo Eyzaguirre Court	15	17
Alejandro Puentes Bruno	15	17
Dafne González Lizama	N/A	12
Gonzalo Somoza García*	10	N/A

* Gonzalo Somoza fue Director hasta abril del 2022, cuando en la junta ordinaria de accionista se nombró a Dafne González como Directora.

Conforme a nuestros estatutos, el Directorio debe realizar al menos una sesión al mes. Durante 2022 se realizaron 17 sesiones donde la asistencia fue de un 98,6%.

Proceso de elección

CMF 3.2.m CMF3.7.c CMF 3.7.c.
GRI 2-10

En línea con lo dispuesto en el artículo octavo de nuestros estatutos, nuestra sociedad es administrada por un Directorio compuesto por nueve miembros quienes, luego de cumplir sus funciones por periodos de tres años, pueden ser reelegidos.

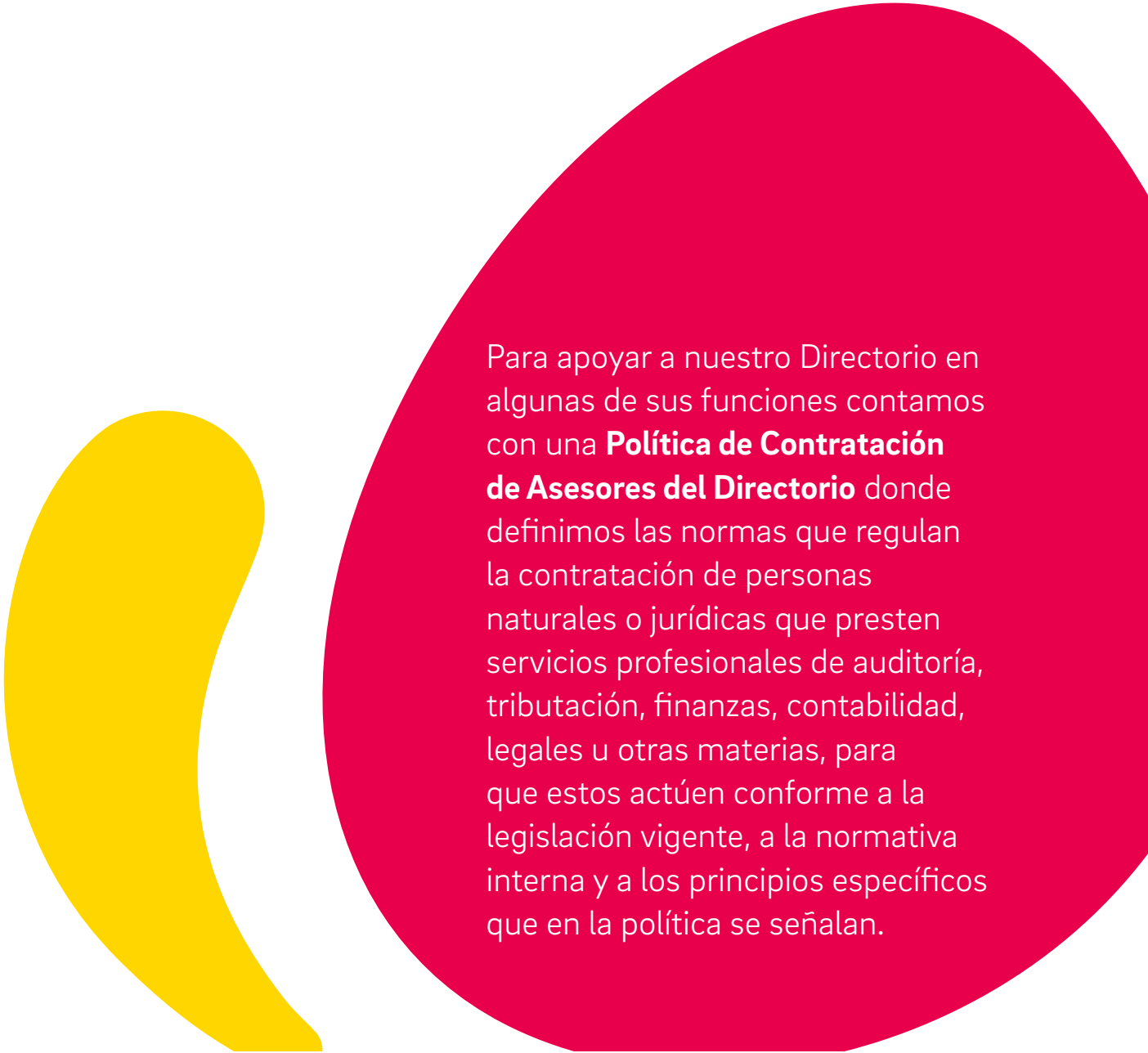
Para postular a cargos dentro de este órgano, cada candidato deberá enviar un breve resumen de su trayectoria laboral junto con una declaración de no tener inhabilidades para desempeñar el cargo. Esto, con el objetivo de transparentar al máximo posible la información asociada a esta gestión y que nuestros accionistas puedan tener acceso a ella a través de nuestro sitio web.

Cabe destacar que, según lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046, las sociedades anónimas abiertas deben designar –como mínimo– a un Director independiente. Para participar en este proceso los candidatos deberán ser propuestos por accionistas que representen el 1% o más de las acciones de la sociedad, con a lo menos diez días de anticipación a la fecha prevista para la junta de accionistas llamada a efectuar la elección de los Directores.

Así, con no menos de dos días de anterioridad a la junta ordinaria, el candidato deberá poner a disposición de nuestro gerente General una declaración jurada en la que señale que:

- 1. Acepta ser candidato a Director independiente.
- 2. No se encuentra en ninguna de las circunstancias indicadas en el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046.
- 3. No mantiene alguna relación con nuestra compañía y las demás sociedades del grupo del que formamos parte, ni con nuestro controlador, ni con principales ejecutivos de nuestra sociedad que puedan privar a una persona sensata de un grado razonable de autonomía, interferir con sus posibilidades de realizar un trabajo objetivo y efectivo, generarle un potencial conflicto de interés o entorpecer su independencia de juicio.
- 4. Asume el compromiso de mantenerse independiente por todo el tiempo en que ejerza el cargo de Director.

Como resultado final, luego de analizar a cada uno de los candidatos, el elegido será aquel que obtenga la más alta votación.



Para apoyar a nuestro Directorio en algunas de sus funciones contamos con una **Política de Contratación de Asesores del Directorio** donde definimos las normas que regulan la contratación de personas naturales o jurídicas que presten servicios profesionales de auditoría, tributación, finanzas, contabilidad, legales u otras materias, para que estos actúen conforme a la legislación vigente, a la normativa interna y a los principios específicos que en la política se señalan.



Mallplaza Los Dominicos.

Inducción del Directorio

CMF 3.2.v.

Como parte del proceso de integración a nuestro Directorio, todo nuevo miembro debe recibir la información necesaria para facilitar su proceso de integración, conocimiento y comprensión de nuestra sociedad. Este proceso lo llevamos a cabo a través de inducciones que incluyen, fundamentalmente, una descripción de los documentos y antecedentes relevantes que se entregarán a cada nuevo Director, así como las reuniones que deberán organizarse en el proceso para facilitar el conocimiento y comprensión de nuestro negocio, materias y riesgos de nuestra compañía.

Para optimizar este proceso hemos definido los siguientes parámetros:

1. Nuestro nuevo Director debe reunirse con nuestro gerente General y con uno o más de nuestros principales ejecutivos, quienes se encargarán de realizar una presentación general de nuestra compañía con el fin de:
 - Introducirlo en los temas estratégicos de la sociedad.
 - Informar acerca de los negocios más relevantes.
 - Darle a conocer los riesgos más relevantes.
 - Responder todas sus dudas e inquietudes.

2. Acto seguido, nuestro Fiscal deberá entregar a nuestro nuevo Director los siguientes antecedentes:
 - Estatutos de la sociedad.
 - Código de integridad.
 - Memoria Integrada.
 - Estados financieros de los últimos años con el objetivo de que conozca sus partidas más relevantes, con sus respectivas notas explicativas, además de los criterios contables aplicados en su confección.
 - Políticas implementadas.
3. Nuestro nuevo Director recibirá acceso a las actas del Directorio de los últimos dos años a fin de que pueda conocer los principales acuerdos adoptados por nuestra sociedad y las consideraciones en virtud de las cuales fueron adoptados.
4. Finalmente, se le entregarán los formularios que debe completar para su declaración de conflicto de interés y de PEP (Persona Expuesta Políticamente).

Visitas a terreno

CMF 3.2.viii.

Durante 2022 nuestro Directorio visitó las instalaciones de nuestro centro urbano Mallplaza Vespucio con el objetivo de revisar el estado actual del mismo y los avances asociados a la ejecución de nuestro plan estratégico.

No obstante, de forma permanente nuestro gerente General y principales ejecutivos visitan las instalaciones de nuestros distintos centros urbanos –distribuidos en los tres países en los que estamos presentes– a fin de verificar la correcta operación de los mismos.

Capacitaciones y Evaluación del Desempeño del Directorio

CMF 3.2.j.a.

GRI 2-17

En Mallplaza nos preocupamos por hacer más eficientes nuestras gestiones a fin de garantizar el éxito de nuestras operaciones. Por eso, nuestro Directorio ha acordado la realización de al menos una jornada anual de capacitación como mecanismo de actualización permanente sobre diversos temas de interés.

A su vez, con el objetivo de evaluar el eficaz y eficiente desempeño del rol de cada uno de los Directores, desarrollamos dos mecanismos: una autoevaluación y una evaluación realizada por una consultora externa.

Matriz de Habilidades

CMF 3.2.iv

Director	Carlo Solari Donaggio	Sergio Cardone Solari	Paul Fürst Gwinner
Profesión u oficio	Ingeniero Civil Pontificia Universidad Católica de Chile	Licenciado en Administración y Economía de la Pontificia Universidad Católica de Chile	Ingeniero Comercial
Postgrados/Estudios de Especialización	MBA de Wharton School, Universidad de Pennsylvania	Sin información	No
Antigüedad en el Directorio	13 años	13 años	15 Años
Director independiente de acuerdo con el art. 50 bis LSA	No	No	No
¿Participa o ha participado en otros directorios de empresas (tanto en Mallplaza como no Mallplaza)? En caso afirmativo, indicar en qué empresas.	» Presidente del Directorio de Falabella S.A. » Director de Falabella Inversiones Financiera S.A. » Director de Hipermercados Tottus S.A. » Director de Dinalsa SpA. » Director Ejecutivo de Megeve, grupo que invierte directamente en capital privado, acciones y bonos en América Latina, en rubros como bienes raíces, energía, servicios sanitarios y minería. » Miembro del Comité Ejecutivo del Centro de Estudios Públicos. » Vicepresidente de Fundación Paz Ciudadana. » Director de Fundación Educacional Aptus	» Director de Falabella Retail S.A. » Director de Falabella Inversiones Financieras S.A. » Director de la empresa inmobiliaria Enaco Haldeman Mining Co. » Director de Parque del Recuerdo	» Director Suplente Banco Chile » Director de Terraservice, compañía de perforaciones » Director Compañía Minera Ventana Minerals » Anteriormente, director de Parque Arauco por 12 años
Participación en organizaciones sin fines de lucro	» Miembro asesor de la Junta Directiva de Wharton School para América Latina » Vicepresidente de la Junta del Centro de Estudios Públicos » Miembro de la junta y fundador de Aptus, organización sin fines de lucro que apoya la educación de niños de bajos ingresos	» Presidente de la “Corporación 3xi”, organización sin fines de lucro que promueve los vínculos entre las empresas y las comunidades » Participa en “Juntos x la infancia”, una organización sin fines de lucro que vincula a empresas con fundaciones que prestan apoyo a largo plazo a los niños en hogares de guarda bajo la tutela del Estado » Participa en “Juntos por la reinserción”, una organización sin fines de lucro que ayuda a los ex convictos a obtener empleos » Participa en “Juntos por la calle”, una organización sin fines de lucro que ayuda a las personas sin hogar a obtener ayuda y trabajos	No

Director	Manuela Sánchez Muñoz	Alejandro Puentes Bruno	Tomás Müller Benoit
Profesión u oficio	Ingeniera Comercial Universidad Adolfo Ibáñez	Ingeniero Comercial de la Pontificia Universidad Católica de Chile	Ingeniero Comercial y Economista de la Universidad Finis Terrae.
Postgrados/Estudios de Especialización	MBA de la Universidad de Harvard. Primera mujer chilena en graduarse.	MBA de la Universidad de Harvard.	MBA de FW Olin School of Business, Babson College, Boston, Estados Unidos
Antigüedad en el Directorio	3 años	3 años	13 años
Director independiente de acuerdo con el art. 50 bis LSA	Sí	No	No
¿Participa o ha participado en otros directorios de empresas (tanto en Mallplaza como no Mallplaza)? En caso afirmativo, indicar en qué empresas.	» Directora del Banco de Crédito e Inversiones. » Directora de CAP. » Directora de Viña Luis Felipe Edwards	» Gerente General de Servicios Financieros Altis S.A. » Director de Marine Farm S.A.	No
Participación en organizaciones sin fines de lucro	» Directora Fundación Luksic. » Directora Fundación Make a wish. » Directora Corporación del Patrimonio Cultural de Chile. » Directora Fundación Los Anhelos. » Directora de la Asociación de Mujeres en Finanzas. » Miembro del Círculo de Finanzas y Negocios de ICARE. » Miembro del Consejo Asesor del Centro Latinoamericano de Tsinghua University. » Miembro del Consejo Consultivo del Mercado de Capitales, del Ministerio de Hacienda	No	No

	Juan Pablo Montero Schepeler	Pablo Eyzaguirre Court	Dafne González Lizama
Profesión u oficio	Ingeniero Civil Industrial de la Universidad de Chile.	Ingeniero Civil Industrial de la Pontificia Universidad Católica de Chile	Licenciada en Ciencias Jurídicas, Abogada Universidad de Chile.
Postgrados/Estudios de Especialización	No	MBA en The Wharton School de la Universidad de Pennsylvania. MA Administración y Estudios Internacionales en The Lauder Institute	Master en Derecho en la Empresa, Universidad Pompeu Fabra, Barcelona
Antigüedad en el Directorío	8 años	4 años	1 año
Director independiente de acuerdo con el art. 50 bis LSA	No	No	No
¿Participa o ha participado en otros directoríos de empresas (tanto en Mallplaza como no Mallplaza)? En caso afirmativo, indicar en qué empresas.	» Otras responsabilidades dentro del grupo: » Director de Banco Falabella Chile. » Director en otros directorios de Falabella en Chile, Perú, Argentina y Colombia. » Otras responsabilidades fuera del grupo: » Director de Inverfal Perú S.A.A. » Anteriormente, fue miembro de la División de Tiendas Departamentales de Falabella, director de la Cámara Asia Pacífico, de la Cámara Peruano Chilena de Comercio y de la Cámara Chileno Argentina de Comercio	» Director Ejecutivo de Urbem Capital (inversiones inmobiliarias). » Fundador y director de Prius Ventures (capital de riesgo fintech). » Socio en firmas de consultoría en gestión, innovación y digitalización. » Inscrito en el Registro de Directoras y Directores de la Superintendencia de Pensiones. » Anteriormente, consultor en compañías de retail e instituciones financieras en México, Brasil y Chile. Director de diversas compañías inmobiliarias y del sector financiero	No
Participación en organizaciones sin fines de lucro	No	No	» Socia Fundadora de la Corporación Red MAD Mujeres Alta Dirección. » Facilitadora de la Iniciativa Mundial #IamRemarkable. » Miembro de la International Bar Association (IBA).

Capacitaciones

GRI 2-18

Cada año la matriz de Plaza S.A. realiza al menos una jornada anual de capacitación como mecanismo de capacitación permanente a los Directores de sus filiales. Los últimos años se han desarrollado en las siguientes fechas:

2016	Septiembre
2017	20 de abril y 24 de agosto
2018	16 de mayo y 24 de octubre
2019	15 de mayo
2020	11 de mayo y 21 de octubre
2021	5 de mayo y 20 de octubre
2022	2 de junio y 27 de octubre

Adicionalmente se ha desarrollado una plataforma de entrenamiento y difusión que busca lograr el perfeccionamiento de los Directores en materia de cumplimiento e integridad. Este espacio de aprendizaje considera cinco módulos que tratan las siguientes materias: deberes fiduciarios de los Directores; libre competencia; prevención de delitos (responsabilidad penal de la persona jurídica); datos personales; e integridad. Los cursos son obligatorios para todos los Directores y cuentan con su respectiva evaluación.

La plataforma también contiene un espacio informativo en el que los Directores pueden revisar información de interés como, por ejemplo, noticias relevantes en materia de libre competencia de los distintos países en los que Mallplaza tiene operaciones; y novedades en materia ambiental a través de un reporte semestral en la materia.

Evaluación de Desempeño

CMF 3.2.ix. 3.2.j.c. 3.2.j.b 3.2 iii 3.3.v.
GRI 2-18

Cada año nuestro Directorio realiza una autoevaluación de su desempeño en función de un conjunto de pautas de gobierno corporativo, tal y como lo propone la regulación chilena. Esta evaluación anual, que es realizada por una firma consultora externa, consiste en aplicar un cuestionario a los Directores de la compañía sobre prácticas de gobierno corporativo, propuestas de mejora y relacionamiento con el Equipo Ejecutivo. Este cuestionario tiene como objetivo generar un diagnóstico sobre la definición de roles y responsabilidades en la gestión de la compañía, las estructuras y procesos necesarios en la toma de decisiones, el nivel de dedicación de los Directores, entre otros, con el objetivo de evaluar la efectividad y desempeño eficiente del Directorio.

Monto Total Desembolsado por servicios contratados a firma de Auditoria Externa EY: \$315.660.870, donde \$225.653.153 corresponde a servicios de auditoría propiamente tal y \$90.007.717 corresponde a otros servicios.

Monto Total por Asesorías Contratadas por el Directorio: Agora Advisor Inc. \$88.734.122

Remuneraciones del Directorio

CMF 3.2.ii. CMF 3.2.ii.
GRI 2-19 2-20

Conforme a lo acordado por la Junta Ordinaria de Accionistas en su sesión de fecha 18 de abril de 2022 , cada integrante de nuestro Directorio recibe una remuneración anual de UF 120 brutas, mientras que el presidente percibe un dieta de UF 240 brutas.

Nombre del Director	Dietas Fijas (\$)	
	2021	2022
Sergio Cardone Solari	79.011.423	95.629.819
Manuela Sánchez Muñoz	N/A	47.814.911
Paul Fürst Gwinner	39.505.713	47.814.911
Alejandro Puentes Bruno	39.505.713	47.814.911
Pablo Eyzaguirre Court	39.505.713	47.814.911
Tomás Müller Benoit	39.505.713	47.814.911
Carlo Solari Donaggio	39.505.713	47.814.911
Juan Pablo Montero Schepeler	39.505.713	47.814.911
Dafne González Lizama	N/A	36.477.360
Gonzalo Somoza García	28.948.711	15.198.730
Total	395.057.127	482.010.286

Nota: Los Directores no recibieron otros estipendios durante 2022. Gonzalo Somoza dejó de ser director en el mes de abril, y en esa fecha asumió Dafne González

En Mallplaza no existe brecha salarial entre Directores.
CMF 3.2.n.f.

Comité de Directores

Durante 2022 nuestro Comité de Directores siguió conformado por los mismos representantes de los últimos dos años: la Directora Independiente Manuela Sánchez Muñoz, como presidenta; y los Directores Tomás Müller Benoit y Juan Pablo Montero Schepeler, como integrantes.

Composición del Comité de Directores

Nuestro Comité de Directores fue constituido de acuerdo a lo establecido en el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046 y la circular N° 1.956 de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), en la sesión de Directorio del 24 de abril de 2019. El mismo se encuentra presidido por Manuela Sánchez Muñoz, Directora Independiente, e integrado por los Directores Tomás Müller Benoit y Juan Pablo Montero Schepeler.

El Comité se reúne de manera mensual y reporta al Directorio las operaciones entre partes relacionadas y las propuestas de políticas corporativas cada vez que las haya revisado; asimismo, reporta anualmente su informe de actividades, tal como lo exige la ley.

La subgerencia de riesgos se reúne de manera trimestral con el Comité de Directores, remitiéndose un reporte del tablero de riesgos al Directorio de la Compañía al menos una vez al año.

Descripción y composición de nuestros Comités

CMF 3.2.v.i. CMF 3.2.v.ii.
CMF 3.3.a.b.d.g.

Nombre de Comité	Integrantes	Gestiones realizadas	Periodicidad reuniones
Comité de Directores	Directores: - Manuela Sánchez - Tomás Müller - Juan Pablo Montero	Dentro de sus funciones se encuentran, entre otras: - Examinar los informes de los auditores externos, así como el balance y demás estados financieros. - Analizar las operaciones entre partes relacionadas. - Revisar las políticas que se presentarán a nuestro Directorio para su aprobación. - Examinar los sistemas de remuneraciones y planes de compensación de nuestros Gerentes, Principales Ejecutivos de la sociedad.	Mensual

Remuneraciones de los miembros

CMF 3.3.c. CMF 3.4 b.

Nuestra Junta de Accionistas, reunida con fecha del 18 de abril de 2022, fijó una remuneración para los miembros del Comité de Directores, asociada al ejercicio de 2022, equivalente en pesos a UF 50 brutas y una dieta mensual suplementaria de UF 50 brutas para su Presidente.

Remuneración del Comité de Directores		
Nombre	2021	2022
Manuela Sánchez Muñoz	31.161.926	39.845.758
Tomas Müller	15.580.964	19.922.882
Juan Pablo Montero	15.580.964	19.922.882

Asesorías del Comité de Directores

CMF 3.3.f. CMF 3.2.iii.
GRI 2-12

En Mallplaza buscamos estandarizar nuestros procesos para actuar de forma transparente y basados en una misma línea corporativa que aplique de forma transversal en todos los países donde operamos (Chile, Perú y Colombia).

Por esta razón, durante 2022 aprobamos una **Política de Contratación de Asesorías para nuestro Directorio y Comité de Directores** –publicada en nuestra página web– con el objetivo de establecer directrices internas que faciliten el debate y la toma de decisiones asociadas a la contratación de un asesor externo quien, dentro de un marco de respeto y participación, pueda actuar conforme a las leyes vigentes y a nuestro Código de Integridad.

El Comité de Directores no incurrió en gastos por asesorías durante el año 2022.

Informe de Gestión Anual

CMF 3.3.e.

Informe Anual 2022 Comité de Directores Plaza S.A.

El presente Informe Anual de Gestión ha sido revisado por nuestro Comité de Directores (la “Sociedad”) en su sesión el día 15 de marzo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 50 bis de la Ley N° 18.046, sobre Sociedades Anónimas.

* Referirse al Informe Anual 2022 del Comité de Directores en la página 202 de Anexos.





Equipo Ejecutivo Mallplaza

Composición del Equipo Ejecutivo

CMF 3.4.a



Cargo
Gerente General
Nombre
Fernando de Peña Iver
Nacionalidad
Chileno
RUT
7.556.207-1
Profesión
Ingeniero Civil
Ingresó en 1990 y ejerce el cargo desde el año 2008.

El Gerente General es el máximo ejecutivo de la compañía, responsable de liderar el desarrollo y crecimiento de la organización



Cargo
Contralora
Nombre
Ana Karina Navarrete Fuentes
Nacionalidad
Chilena
RUT
12.497.723-1
Profesión
Contadora Pública y Auditora
Ingresó a la compañía y ejerce el cargo desde el año 2021.

La Contralora contribuye a que nuestro negocio cumpla sus objetivos, aportando un enfoque sistemático y metódico para evaluar y mejorar la efectividad de los procesos de gestión, control y dirección aplicados. Su rol es analizar y verificar el cumplimiento del conjunto de métodos y medidas adoptadas dentro de la compañía para salvaguardar los recursos, así como verificar la exactitud y veracidad de la información financiera y administrativa, estimulando la observancia de la política prescrita atendiendo a los objetivos fijados por el Directorio y las reglamentaciones vigentes.



Cargo
Gerente Corporativo de Marketing, Customer Experience & Projects
Nombre
Cristián Somarriva Labra
Nacionalidad
Chileno
RUT
7.719.111-9
Profesión
Ingeniero Civil Industrial
Ingresó a la compañía en 1992 y ejerce el cargo desde el año 2021.

El gerente Corporativo de Marketing, Customer Experience & Projects es responsable de las iniciativas estratégicas relacionadas al *business to consumer* (B2C) de nuestro negocio en Chile, Perú y Colombia, además de la estrategia de *marketing* y de experiencia de cliente.

Su objetivo es aportar al crecimiento, desarrollo y consolidación de nuestros centros urbanos mediante el diseño y desarrollo de iniciativas de cara a los consumidores, asegurando experiencias positivas y de fidelización. Además, lidera el área de proyectos y construcción para entregar soporte al desarrollo, así como también se encarga de la definición y gestión de proyectos de ingeniería y arquitectura.



Cargo
Gerenta de Asuntos Corporativos
Nombre
Maria Irene Soto Layseca
Nacionalidad
Chilena
RUT
8.308.174-0
Profesión
Periodista y Magíster en Marketing y Gestión Comercial
Ingresó a la compañía y ejerce el cargo desde el año 2018.

La gerenta de Asuntos Corporativos es la responsable de gestionar los riesgos asociados a la interacción de nuestra empresa con nuestros principales *stakeholders* en la región, asegurando un alto posicionamiento en términos de imagen pública, así como establecer fluidas relaciones con la comunidad y autoridades. Asimismo, lidera la comunicación corporativa a nivel interno y externo, y es responsable de conducir la estrategia e implementación de planes de sostenibilidad, velando por las relaciones con las comunidades vinculadas a los centros urbanos para generar valor compartido.



Cargo
Gerente Corporativo de Desarrollo y Negocios
Nombre
Óscar Munizaga Delfín
Nacionalidad
Chileno
RUT
7.036.855-2
Profesión
Ingeniero Comercial
Ingresó a la compañía en 1992 y ejerce el cargo desde el año 2021.

El gerente Corporativo de Desarrollo y Negocios define y lidera las directrices estratégicas para asegurar el cumplimiento de la propuesta de valor en cada uno de nuestros centros urbanos y contribuir al desarrollo actual y futuro de la compañía en Chile, Perú y Colombia. Por otra parte, lidera la estrategia en torno a las grandes tiendas, buscando nuevas oportunidades de desarrollo en la región.



Cargo
Gerente División Chile
Nombre
Pablo Pulido Sierra
Nacionalidad
Colombiano
RUT
27.588.745-5
Profesión
Ingeniero en Administración de Empresas
Ingresó a la compañía en 2015 y ejerce el cargo desde el año 2021.

El gerente División Chile es responsable de diseñar e implementar iniciativas estratégicas relacionadas al B2C de nuestra compañía en el país. Vela por potenciar la propuesta comercial, optimizando los espacios en los centros urbanos y explorando nuevos formatos en el mix de productos y servicios.



Cargo
Gerente División Colombia
Nombre
Mauricio Mendoza Jenkin
Nacionalidad
Chileno
RUT
5.814.436-3
Profesión
Ingeniero en Administración de Empresas
Ingresó a la compañía en 1998 y ejerce el cargo desde el año 2021.

El gerente División Colombia es responsable de diseñar e implementar iniciativas estratégicas relacionadas al B2C de nuestra compañía en el país. Vela por potenciar la propuesta comercial, optimizando los espacios en los centros urbanos y explorando nuevos formatos en el mix de productos y servicios.



Cargo
Gerente División Perú
Nombre
Luis Martín Romero Santa Cruz
Nacionalidad
Peruano
RUT
DNI: 09542040
Profesión
Administrador de Empresas y Máster en Gestión Comercial & Marketing
Ingresó a la compañía en 2011 y ejerce el cargo desde el año 2021.

El gerente División Perú es responsable de diseñar e implementar iniciativas estratégicas relacionadas al B2C de nuestra compañía en el país. Vela por potenciar la propuesta comercial, optimizando los espacios en los centros urbanos y explorando nuevos formatos en el mix de productos y servicios.



Cargo
Fiscal
Nombre
Luis Hernán Silva Villalobos
Nacionalidad
Chileno
RUT
7.315.274-7
Profesión
Abogado
Ingresó a la compañía en 1999 y ejerce el cargo desde el año 2011.

El Fiscal es el líder de nuestra área Legal y Cumplimiento en Chile, Perú y Colombia, además de cumplir el rol de Oficial de Cumplimiento en materia de Libre Competencia y Prevención de Delito. La principal tarea de su equipo es velar por el cumplimiento del marco jurídico, valores y políticas de la compañía, orientando y apoyando a las distintas áreas, tanto operacionales y estratégicas como de gobierno corporativo para el desarrollo de su propósito.



Cargo
Gerenta de Product, Data & Technology
Nombre
Marina Tannenbaum Embeita
Nacionalidad
Chilena
RUT
9.656.507-0
Profesión
Ingeniero Civil Industrial
Ingresó a la compañía y ejerce el cargo desde 2018.

La gerente de Product, Data & Technology identifica, promueve y despliega nuevos servicios basados en tecnología digital, los que permitan entregar a nuestros socios comerciales, clientes y negocio una experiencia superior en cuanto a la facilidad, satisfacción y ciberseguridad. Su misión es estructurar la gobernanza en los temas de innovación digital con las demás áreas de la compañía, diseñando procesos de trabajo colaborativo y apoyando la consolidación de los equipos de talento digital.



Cargo
Gerente B2B Omnichannel & Strategy
Nombre
Christopher Banfield Erazo
Nacionalidad
Chileno
RUT
19.454.847-8
Profesión
Ingeniero Comercial
Ingresó a la compañía y ejerce el cargo desde 2020.

El gerente B2B Omnichannel & Strategy debe articular precisamente esta, empujando la ejecución de las iniciativas definidas al mismo tiempo que da visibilidad y continuo seguimiento de nuestros planes para Chile, Perú y Colombia.

Es responsable de impulsar la transformación omnicanal de la compañía, buscando movilizar e impulsar iniciativas que simplifiquen la vida de los visitantes.

También, lidera e impulsa la innovación y desarrollo de nuevos modelos de servicio, aportando herramientas diferenciadoras en el mercado que generan valor a nuestros socios comerciales y a los consumidores finales, ya sean digitales o presenciales.



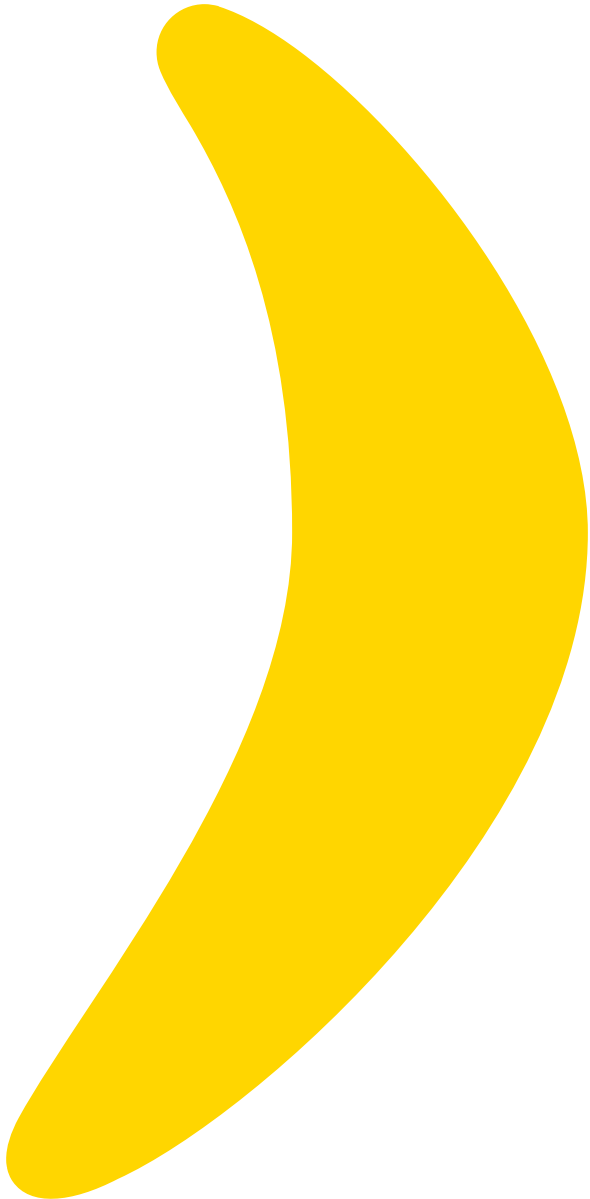
Cargo
Gerente Corporativo de Administración y Finanzas
Nombre
Pablo Cortés de Solminihac
Nacionalidad
Chileno
RUT
8.552.459-3
Profesión
Ingeniero Comercial
Ingresó a la compañía y ejerce el cargo desde el año 2008.

El gerente Corporativo de Administración y Finanzas es el responsable para Chile, Perú y Colombia de las directrices y estrategia de estructuración financiera, relación con inversionistas, procesos de administración, así como el análisis estratégico del negocio, gestión y administración de riesgos y de proveedores.



Cargo
Gerente de Personas
Nombre
Vicente Núñez Pinochet
Nacionalidad
Chileno
RUT
8.752.189-3
Profesión
Constructor Civil y MBA
Ingresó a la compañía y ejerce el cargo desde 2014

Responsable de la gerencia de Personas para nuestras operaciones en Chile, Colombia y Perú. Se enfoca en la atracción y desarrollo de talentos sobresalientes que permitan impulsar con éxito la estrategia corporativa, además del permanente desafío de transformación cultural que está fuertemente vinculado con procesos organizacionales. También se encarga de liderar la gestión del cambio y la instalación de culturas ágiles y nuevas dinámicas de trabajo.



Comités Internos

Comité de Riesgo y Cumplimiento

- Integrantes
- Equipo Ejecutivo
 - Gerentes
 - Subgerente de Riesgos
 - Subgerente de Cumplimiento

Gestiones realizadas

Órgano encargado de revisar los riesgos identificados en nuestras diversas mesas de riesgo y monitorear los definidos como clave por nuestro Directorio. Asimismo, toma conocimiento y analiza temas relativos a nuestros programas de cumplimiento.

Periodicidad reuniones

Trimestral

Contraloría Interna

- Integrantes
- Contralora
 - Equipo Ejecutivo

Gestiones realizadas

Analiza y toma conocimiento de los resultados de los programas de auditoría externa, así como de los planes de acción definidos con nuestras distintas áreas, como mitigación de los riesgos y brechas detectadas.

Periodicidad reuniones

Bimestral

Comité de Sostenibilidad

- Integrantes
- Equipo Ejecutivo
 - Gerentes de áreas involucradas
 - Subgerente de Sostenibilidad

Gestiones realizadas

Órgano encargado de supervisar el cumplimiento de nuestra política de sostenibilidad, así como de realizar el seguimiento de los objetivos, metas e indicadores de nuestra estrategia de sostenibilidad y definir los criterios de relacionamiento con nuestros grupos de interés.

Periodicidad reuniones

Bimensual

Comité de Integridad

- Integrantes
- Vicepresidente Ejecutivo
 - Fiscal
 - Gerente Corporativo de Administración y Finanzas
 - Gerente Regional de Personas
 - Contralora

Gestiones realizadas

Órgano encargado de asesorar a nuestros colaboradores en diversas dudas éticas en torno a su actuar, además de recibir y resolver las consultas y denuncias éticas de nuestros colaboradores, proveedores, clientes y comunidad frente a posibles irregularidades. Junto con lo anterior, supervisa la efectividad de nuestro Programa de Integridad, aprobado por nuestro Directorio.

Periodicidad reuniones

Trimestral

Comité de Diversidad e Inclusión

- CMF 3.1.vii
- Integrantes
- Gerente de Personas
 - Fiscal
 - Gerente General
 - Gerente de Asuntos Corporativos
 - Gerentes de División Chile, Colombia y Perú

Gestiones realizadas

Revisa y toma conocimiento de los avances de nuestra estrategia y planes relacionados con la promoción de la diversidad y la inclusión de nuestros grupos de interés definidos como prioritarios en esta materia.

Periodicidad reuniones

Trimestral

Comité de Cultura

- Integrantes
- Son un grupo de líderes de la Compañía representantes de los equipos de los tres países que cumplen un importante y activo rol como agentes de cambio y movilizadores de nuestra Cultura.

Gestiones realizadas

Órgano encargado de movilizar a los colaboradores de Mallplaza a vivir el propósito y los valores. En cada sesión los integrantes traen inquietudes o ideas para conversarlas en el Bloque de Emergentes y, a su vez, adquirimos compromisos que se van revisando sesión a sesión. Los integrantes son embajadores y movilizadores de la cultura que queremos ser.

Periodicidad reuniones

Mensual

Comité de Talentos

- CMF 3.1.vii
- Integrantes
- Comité Ejecutivo y Subgerente Desarrollo Organizacional.

Gestiones realizadas

Su objetivo es visibilizar y dar continuidad a la gestión del talento de Mallplaza, mostrando avances respecto a la retención y desarrollo de nuestros talentos, así como seguimiento a los planes de acción comprometidos para talentos críticos, sucesores y bajos desempeño.

Periodicidad reuniones

Trimestral

Plan de sucesión

CMFV 3.6.I 3.4.ii

El plan de sucesión Mallplaza es parte fundamental de la Gestión de Talentos y tiene como objetivo de cubrir rápidamente vacantes claves que pudieran generarse en la organización, ya sea por renuncias o desvinculaciones, minimizando así su impacto y manteniendo la continuidad operacional del negocio. Además, nos permite potenciar el desarrollo interno de nuestros talentos, identificando aquellos que han destacado por su desempeño y cuentan con el potencial para asumir nuevos desafíos en la organización.

Las etapas de definición de los sucesores Mallplaza son las siguientes:

- 1. Durante el Proceso de Evaluación de Desempeño anual, tanto el evaluado como su jefe directo/indirecto ingresan en la plataforma de desempeño los posibles sucesores, indicando nombre y plazo en el que estaría preparado para asumir el nuevo rol. Pueden ser colaboradores Mallplaza, Colaboradores Grupo Falabella y Externos.
- 2. Participan de este proceso todas las personas que cuentan con 3 meses de antigüedad y contrato indefinido en la compañía.
- 3. Comité de Sucesores: Con el objetivo de mapear adecuadamente a los sucesores y poder gestionar su plan de carrera, a partir del 2023 el equipo de Personas junto con cada Gerente Corporativo revisarán los sucesores ingresados y validarán aquellos que formarán parte del plan de sucesión. En caso de que algún colaborador no tenga sucesor, es responsabilidad de la Gerencia de Personas y su jefe en trabajar para definir un sucesor en el corto o mediano plazo (foco en subgerentes y gerentes).

- 4. Plan de Sucesión:
 - a. Sucesores internos Mallplaza:
 - i. Apoyo para potenciar aquellas competencias donde se observan oportunidades de mejora.
 - ii. Consideración en proceso de selección en caso de generarse vacantes relacionadas con su perfil e interés de desarrollo de carrera.
 - b. Sucesores Grupo Falabella:
 - i. Consideración en proceso de selección en caso de generarse vacantes relacionadas con su perfil
 - c. Sucesores Externos (foco en Subgerentes y Gerentes)
 - i. El equipo de Atracción de Talentos contacta a los sucesores validados, generando un primer acercamiento e identificando reales intereses de sumarse a la compañía frente a una eventual vacante.
 - ii. Consideración en proceso de selección en caso de generarse vacantes relacionadas con su perfil.



Remuneraciones y compensaciones

CMF 3.4.b. CMF 3.6 CMF 3.6.m

Política de incentivos

CMF 3.4.d CMF3.4.e. CMF 3.4.c

Con fecha 30 de junio de 2021, el Directorio de la sociedad aprobó un nuevo plan de incentivos variables y contingentes de compromiso de largo plazo para ciertos ejecutivos de la compañía y sus filiales, incluyendo pero sin limitarse a los ejecutivos principales de la sociedad para el período 2021 a 2023. Este plan está diseñado para promover la permanencia de los ejecutivos a los que se dirige y asegurar el alineamiento de los objetivos de los mismos con la generación de valor para los accionistas, en el mediano y largo plazo. Este plan de beneficios consta de dos elementos: i) una inversión en acciones de la sociedad por parte de cada ejecutivo destinatario, adquiridas en bolsa y financiada con un préstamo de uso exclusivo extendido por la sociedad para tal fin; y, ii) el pago de un bono de corto plazo y una retención de largo plazo. Esta última se pagará sí, y sólo sí, el ejecutivo beneficiario ha mantenido en forma ininterrumpida una relación laboral con la sociedad, cualquiera de sus filiales, o una sucesión continua de relaciones laborales con una combinación cualquiera de las anteriores.

El monto total de los préstamos otorgados con motivo de estos planes de incentivos al grupo completo de los ejecutivos de la compañía y sus filiales a los que aplican, que como se ha indicado incluye pero no se limita a sus ejecutivos principales, se encuentra expuesto en la Nota 7.4 de los Estados Financieros.

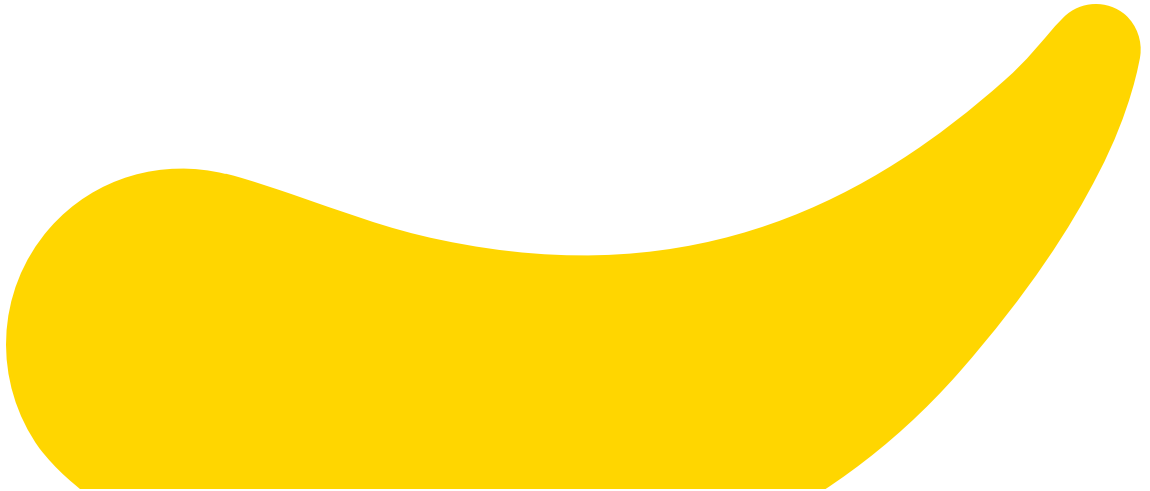
Cabe señalar que para determinar la compensación variable del periodo o bono de gestión para nuestro gerente General y los demás integrantes del equipo ejecutivo, medimos el cumplimiento de KPIs (*Key Performance Indicators*) como: utilidad (ROA de gestión); evaluación de desempeño; EBITDA; medición de la encuesta ESG Regional (*Environment, Social, Governance*); NPS Estratégico; ventas físicas y online; NPS Socios Comerciales; y densidad del Talento Regional.

Adicionalmente, durante 2022 se incorporaron al Gerente General y/o algunos miembros del Comité Ejecutivo KPIs vinculados a la gestión ESG, en sus dimensiones de cambio climático (reducción de huella de carbono alcances 1 y 2), gestión de riesgos, reputación corporativa y relacionamiento con grupos de interés.

Monto de remuneraciones percibidas por los ejecutivos principales:

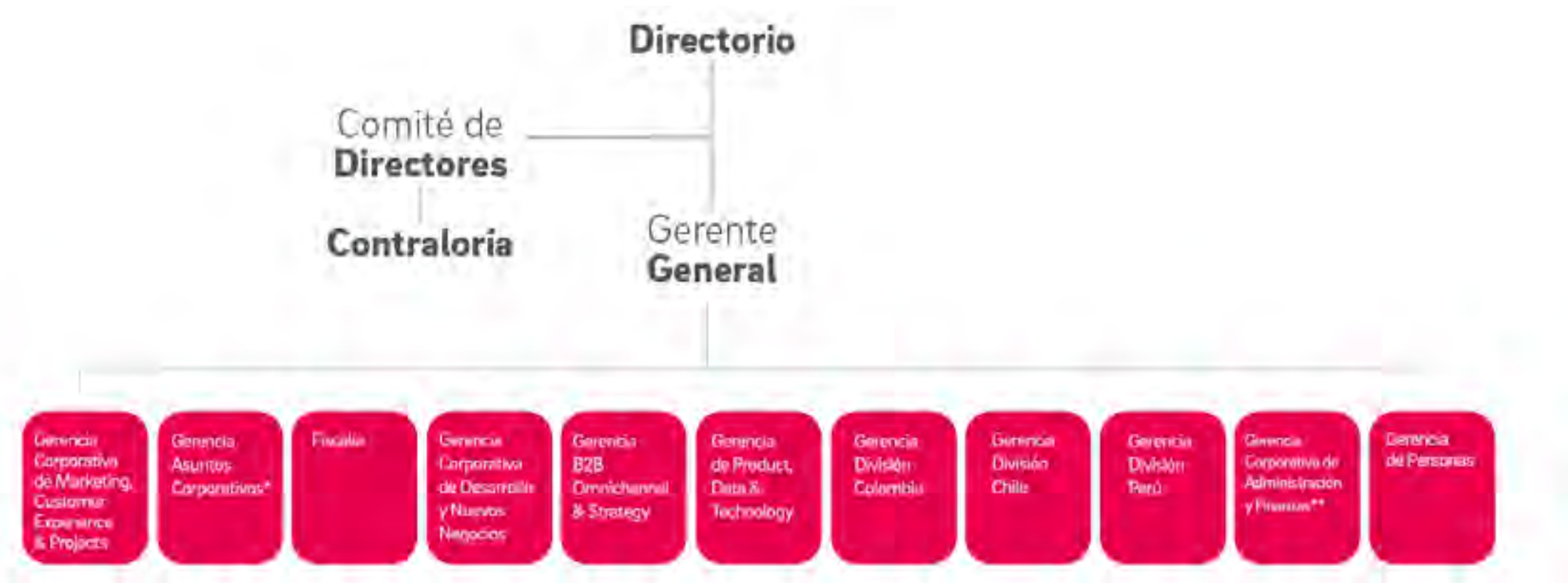
	Renta Fija	Renta Variable	Remuneración Total
2021	2.578.725.096	887.640.028	3.466.365.124
2022	2.923.249.928	2.682.146.706	5.605.396.635

* Nota: Es importante considerar que dada la Pandemia y sus efectos en los Negocios, el año 2021 no se pagó “Bono de Gestión Anual” (por la Gestión del año 2020), el cual fue reemplazado por un “Bono de Reconocimiento” aprobado por el Directorio de Plaza S.A.



Organigrama

CMF 3.1.viii



Desde el 31 de mayo de 2022, la Gerencia Comercial Corporativa forma parte de la División Chile.

* El área de Sostenibilidad y relación con prensa dependen de la Gerencia de Asuntos Corporativos.

** Subgerencia de Riesgos y Subgerencia de Relación con Inversionistas dependen de la Gerencia de Administración y Finanzas.

Ética y transparencia

Código de integridad

A fin de promover y resguardar nuestro proceder ético ante cualquier instancia o acontecimiento en el marco de la relación con los grupos de interés, en Mallplaza contamos con un [Código de Integridad](#). Este instrumento nos orienta a tomar decisiones, entregándonos un marco referencial vinculado a los valores establecidos por Mallplaza y a su propósito.

Tolerancia cero frente a la corrupción

CMF 3.1.iii
GRI 3-3 Lucha contra la corrupción
GRI 205-3

Con el objetivo de fortalecer a Mallplaza como una organización con sólidos principios y valores definidos, la compañía cuenta con políticas claras contra la corrupción y el soborno en todas sus formas.

Durante el año 2022 hubo cinco casos de incumplimiento contra el Código de Conducta, los cuales, en general, se refieren a casos de infracción a la normativa interna y conducta inapropiada. Para dichos casos, las medidas tomadas por parte de Mallplaza fueron amonestaciones a los colaboradores, planes de trabajo para mejorar conductas o desvinculaciones.

Es por ello que, para prevenir o mitigar la comisión de delitos contemplados en las leyes N° 20.393 y N° 19.913, por parte de cualquier integrante de nuestra compañía, hemos desarrollado un Modelo de Prevención de Delitos y un Programa de Prevención de Lavado de Activos y Financiamiento del Terrorismo junto a una serie de políticas y procedimientos que lo complementan, buscando cumplir debidamente con lo establecido en el marco legal correspondiente. Este Modelo de Prevención de Delitos de la Ley N° 20.393 es permanentemente auditado por la empresa BH Compliance.

De manera anual se realizan capacitaciones para todos nuestros colaboradores en temas de prevención de delitos a nivel regional, mientras que para aquellos cargos que mantienen relación directa con funcionarios públicos realizamos capacitaciones especiales.

Con el fin de robustecer los controles anticorrupción, se suma la implementación de nuestra herramienta “Autocompliance”: una plataforma de registro de reuniones con funcionarios públicos

En 2022 queremos destacar el Programa de Transparencia y Ética Empresarial que aprobamos para Mallplaza Colombia. Este implementa procesos, políticas y procedimientos aplicables a todos sus grupos de interés, encaminados a identificar, detectar, prevenir, gestionar, y mitigar los riesgos de corrupción y de soborno transnacional.

Junto a lo anterior se suma la actualización de nuestro Programa Sagrilaft en Colombia, que tiene por objeto robustecer los controles sobre prevención de lavado de cctivos y financiamiento del terrorismo.

En Chile, por su parte, se actualizó la Matriz de Riesgos del Modelo de Prevención de Delitos con el objeto de incorporar nuevos delitos contemplados en la Ley N° 20.393, y finalmente en Perú se revisó el Modelo de Prevención de Delitos con el objeto de certificarlo con una empresa externa.

En 2022 se registró un único incidente relacionado con la corrupción en Mallplaza Colombia, cuya naturaleza fue entre particulares. Dicho caso tuvo como consecuencia despedidos y se aplicaron medidas disciplinarias a los implicados.

Anualmente nuestra compañía desarrolla la campaña denominada **“Yo Juego Limpio”**, con el objetivo de dar a conocer los controles mínimos que deben cumplir todos los colaboradores para evitar la comisión de delitos, especialmente los relacionados con el lavado de activos, financiamiento del terrorismo, soborno o cohecho a funcionario público o entre privados, negociación incompatible y, en general, de aquellos que puedan generar responsabilidad penal o administrativa en la compañía.

Competencia desleal

GRI 3-3 Competencia desleal
CMF 8.1.4.a.

Determinar qué actos son constitutivos de competencia desleal y la prohibición de realizar los mismos es esencial para mantener la transparencia y los valores que guían nuestro accionar. Por eso, contamos con una Política y un Programa de Libre Competencia que establece que, en caso de incumplimiento, se podrá dar lugar a medidas disciplinarias respecto del colaborador que actúa de manera reñida con la ley o ilícita.

- Para gestionar esta temática implementamos los siguientes indicadores:
- Medimos el porcentaje de colaboradores capacitados en Libre Competencia.
 - Medimos el porcentaje de nuevos colaboradores que han tenido inducción sobre Libre Competencia.
 - Medimos la actividad del Canal de Integridad.
 - Junto a lo anterior, revisamos y monitoreamos los controles para mitigar los riesgos en esta materia, en nuestra Matriz de Riesgos Normativos de Libre Competencia de manera anual.

Contribuciones políticas

GRI 415-1
El Directorio ha definido no realizar contribuciones a campañas políticas ni a organizaciones de Lobby.

Políticas corporativas

Políticas en línea con la integridad

CMF 3.1.iii CMF3.6.ii. CMF 5.4.1
Dentro de nuestros lineamientos éticos destacamos la importancia de impedir un comportamiento irregular o falta de imparcialidad, o que pueda ser cuestionado como contrario a los principios de nuestro Código de Integridad.

Asimismo, contamos con diversas políticas corporativas, tales como el ya mencionado Código de Integridad; Modelo de Prevención de Delitos (MPD) y Política de Derechos Humanos, entre otras que se destacan a continuación:

En 2022, el Directorio visó la actualización de:

- [Política de Contratación Asesores para nuestro Directorio y Comité de Directores](#)
- [Política de Gestión Integral de Riesgos](#)
- [Política de Equidad de Género](#)
- [Política de Seguridad y Salud en el Trabajo](#)
- [Política de Relacionamento con Proveedores](#)

Estas nuevas directrices se suman a las que ya existen en Mallplaza:

- [Política de Donaciones](#)
- [Política Libre Competencia](#)
- [Política de Persona Expuesta Políticamente](#)
- [Política de Medio Ambiental y Cambio Climático](#)
- [Política de Derechos Humanos](#)
- [Política de Diversidad e Inclusión](#)
- [Política de Protección de datos personales](#)
- [Política de Sostenibilidad](#)
- [Política de Conflicto de Interés](#)
- [Política de Regalos](#)
- [Política de Invitaciones](#)
- [Política de Seguridad de la Información](#)
- [Política de Protección de los Derechos del Cliente](#)
- [Política de Privacidad](#)
- [Política de Prevención de Delitos y Anticorrupción](#)

Política de conflicto de interés

GRI 2-15

En Mallplaza contamos con una **Política de Gestión de Conflictos de Interés**, que establece los principios y criterios para la efectiva declaración de intereses por parte de los colaboradores, socios comerciales y proveedores.

Anualmente la Compañía solicita a los colaboradores actualizar la declaración de conflicto de intereses realizada al momento de su ingreso. Dichas declaraciones son debidamente gestionadas por la Subgerencia de Cumplimiento y el Comité de Integridad. Junto a lo anterior y en caso de que exista cualquier cambio, los colaboradores pueden realizar sus declaraciones en cualquier momento a través de un formulario electrónico.

Política de libre competencia

CMF 8.1.4.a

Como parte de nuestra cultura de integridad, en Mallplaza tenemos el compromiso de competir de forma libre, justa y leal, cumpliendo proactivamente con la Normativa de Libre Competencia en todos los países en los cuales operamos. Para ello, velamos por la innovación y el aseguramiento de que los bienes y servicios sean producidos de manera eficiente, con el objetivo de beneficiar a nuestros consumidores con menores precios y variedad de productos.

En este contexto, desde el año 2015 contamos con una Política de Libre Competencia y un conjunto de elementos normativos que buscan la ejecución estricta de la legislación en esta materia para evitar comportamientos abusivos o desleales.

En razón de ello, en 2022 enfocamos nuestros esfuerzos en establecer los principios generales y las normas de conductas específicas que guían el comportamiento de nuestros colaboradores en el mercado. El objetivo es prevenir que en nuestra empresa o con relación a ella se realicen actividades o conductas contrarias a la libre competencia, además de promover y dar cumplimiento a la normativa en este campo.

Códigos, manuales y canal de integridad

CMF 3.6.i. CMF3.6. k.
GRI 2-26

En relación con la integridad aplicada a todos nuestros procesos, en Mallplaza contamos con los siguientes instrumentos corporativos:

- **Código de Integridad:** orienta a todos nuestros colaboradores frente a un conflicto ético, definiendo no sólo su correcto actuar, sino que guiándolos a informar sobre aquellas situaciones que se alejan de la conducta esperada.

Independientemente de las actividades y responsabilidades que desempeñen, este Código incluye tanto a nuestros colaboradores de las sociedades Mallplaza como a nuestros Directores. Además, como compañía buscamos y promovemos que nuestros proveedores y terceros en general actúen de acuerdo a este Código.

- **Canal de Integridad:** todos nuestros colaboradores, socios comerciales, proveedores y accionistas pueden realizar consultas de manera confidencial y anónima sobre materias éticas o denunciar infracciones o transgresiones a cualquier normativa vigente en el país de operación o a la normativa interna de nuestra compañía, con el objetivo de mantener y proteger los más altos estándares de integridad.

Es importante destacar que cada vez que se realiza una consulta o denuncia, esta se gestiona adecuadamente a través de nuestra Gerencia de Ética, que entrega respuesta al denunciante dentro del plazo de tres días hábiles.

Asimismo, de manera constante estamos informando sobre la existencia del Canal de Integridad a través de nuestra página web, comunicaciones internas y externas, además de estar incluido en las cláusulas de los contratos con nuestros colaboradores, proveedores y socios comerciales.

Durante 2022 recibimos 77 contactos en el Canal de Integridad, lo que demuestra el buen funcionamiento del mismo: 44 éticos (39 denuncias y 5 consultas) y 33 no éticos.

Contamos con Consejeros de Integridad, quienes también pueden orientar a colaboradores respecto a cómo realizar las denuncias o consultas.

Capacitación y formación en línea con la integridad

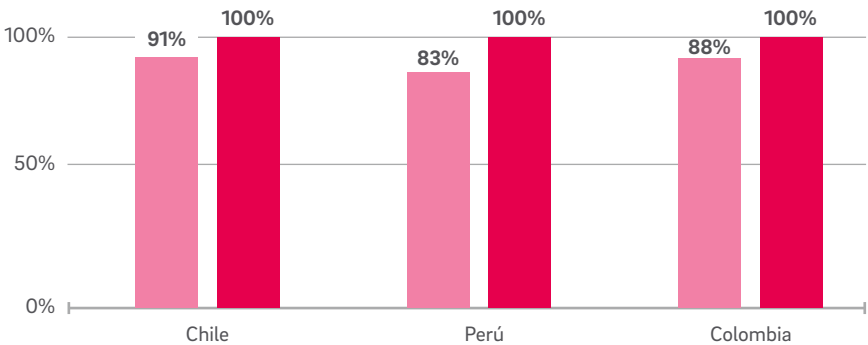
GRI 205-1 GRI 206-1 GRI 205-2

En 2022 no hubo acciones jurídicas pendientes o finalizadas respecto de conductas anticompetitivas y violaciones a la Normativa de Libre Competencia.

Comunicaciones y formación en anticorrupción						
	Chile		Perú		Colombia	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
% de miembros del órgano de gobierno a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de empleados a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de socios a quienes se haya comunicado las políticas y procedimientos anticorrupción	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de miembros del órgano de gobierno que haya recibido formación sobre anticorrupción	100%	100%	100%	100%	100%	100%
% de empleados que haya recibido formación sobre anticorrupción	100%	100%	100%	100%	100%	100%

N° de colaboradores capacitados		Temática de capacitación
2021	2022	
552	552	Prevención Lavado Activos y Financiamiento del Terrorismo
544	552	Modelo Prevención de Delitos
267	182	Libre Competencia
167	109	Nuevos colaboradores con inducción: en Integridad, Libre Competencia, Modelo de Prevención de Delitos, Prevención Lavado Activos y Financiamiento del Terrorismo, Datos Personales y Medio Ambiente.
N° de colaboradores capacitados 2022		Temáticas
232		Datos Personales
218		Protección Derechos del Consumidor
61		Medio Ambiente

Porcentaje de nuevos colaboradores con capacitación en Integridad, anticorrupción y libre competencia



Con el propósito de difundir la existencia y reforzar la importancia de los distintos Programas de Cumplimiento con los que contamos, en 2022 comunicamos sobre estos a todos nuestros colaboradores a través del correo institucional y diferentes instancias de *workplace*.

- Ejemplo de ello es el programa *Fiscalía on Tour*, donde:
- Visitamos 25 centros urbanos, tanto presencialmente como a través de videoconferencias.
 - Capacitamos a 160 colaboradores (37 de ellos externos y 12 relatores).
 - Revisamos los siguientes temas: Canal Integridad, Donaciones, Mi Cliente, Reuniones Funcionarios Públicos y Fiscalizaciones Autoridad.



Mallplaza Egaña, La Reina, Santiago, Chile.

Programa de Cumplimiento

El Directorio de Mallplaza se encarga de aprobar las diversas políticas que se enmarcan dentro del Programa de Cumplimiento, y que velan por el correcto accionar de nuestra compañía en materia de transparencia, ajustándose siempre al marco legal vigente. Dichos programas cuentan con elementos de difusión, detección, capacitación y prevención. Entre ellos, destacan los programas de Libre Competencia, Medio Ambiente, Derechos Humanos y Protección de los Derechos del Cliente, Anticorrupción, Datos Personales, Integridad.

En 2022 trabajamos en homologar los procedimientos y controles de los programas de cumplimiento en los tres países donde estamos presentes.

Modelo de Prevención de Delito (MPD)

En Mallplaza buscamos proactivamente evitar la comisión de cualquier delito, especialmente aquellos relacionados con el lavado de activos, financiamiento del terrorismo, soborno o cohecho a algún funcionario público nacional o extranjero, y de todos aquellos que puedan implicar responsabilidad penal o administrativa para nuestra compañía según la normativa local. En esta línea, en 2022 realizamos actualizaciones a nuestro Modelo de Prevención de Delitos Ley N° 20.393 (MPD).

El MPD se complementa con una serie de políticas y procedimientos, tales como, la Política Antisoborno, que prohíbe la comisión de cualquier ilícito al interior de la compañía, como el de soborno entre privados y a funcionarios públicos nacionales o extranjeros.

La eficacia de este MPD depende fuertemente, entre otros factores, de la existencia de un ambiente de control al interior de nuestra compañía. A continuación, detallamos los elementos que contribuyen a la existencia de este ambiente de control:

- Código de Integridad.
- Procedimiento General de Investigación.
- Procedimiento de Inversión.
- Procedimiento de Gestión de Riesgos.
- Política de Sostenibilidad.
- Procedimientos de reclutamiento y selección.
- Estructura de apoderados y representantes legales.
- Política de Conflicto de Intereses.
- Política de Donaciones.
- Política de Personas Expuestas Políticamente.

Marco legal y cambios normativos

CMF 6.1.a.c CMF 6.1.a.d CMF 8.1.5.a
GRI 3-3 Cambios normativos

En Mallplaza nos apegamos de manera irrestricta a la normativa legal vigente y constantemente revisamos el marco regulatorio para asegurarnos de cumplir con los nuevos protocolos establecidos. Por eso, nuestra Fiscalía se mantiene atenta a los cambios normativos que pueden afectar la operación de nuestro negocio, realizando un seguimiento mensual de los diferentes proyectos de ley.

Tales modificaciones normativas o regulatorias, así como todos los proyectos de ley que nos impactan, son analizados por el Comité de Riesgo y Cumplimiento y el Comité de Directores, con el fin de anticiparnos y asegurar el cumplimiento de manera eficiente.

Asimismo, en nuestro afán de actuar como un ciudadano corporativo, contamos con diversas políticas y programas de cumplimiento cuyos avances y funcionamiento son revisados por el Directorio y el Comité de Directores. Para reforzar aún más esta estructura, contamos con un Comité de Riesgo y Cumplimiento, y con una Área de Cumplimiento, cuyo objetivo es el de implementar y gestionar estos programas en Chile, Perú y Colombia.

En este contexto, damos cumplimiento a cada normativa legal según corresponda:

Normas específicas en materias de índole laboral:

- De conformidad a lo dispuesto en el artículo 203 del Código del Trabajo hemos optado por dar cumplimiento a esta normativa, suscribiendo convenios con distintos jardines infantiles a los cuales pagamos directamente los gastos asociados al cuidado de los hijos de cada colaboradora que se desempeñe en nuestras instalaciones.
- También hacemos efectiva la Ley N° 20.967 que regula el cobro del servicio de estacionamiento, que señala que los centros urbanos deben optar por cobrar por minuto efectivo de uso, o bien, cobrar por tramo vencido, no pudiendo establecerse un tramo inicial inferior a media hora.

Entidades reguladoras que cuentan con atribuciones fiscalizadoras:

- Comisión para el Mercado Financiero
- Unidad de Análisis Financiero
- Servicio de Impuestos Internos
- Inspección del Trabajo
- Superintendencia de Salud
- Superintendencia de Medio Ambiente
- Servicio Nacional del Consumidor
- Fiscalía Nacional Económica

En materia de descanso semanal nuestros centros urbanos funcionan todos los días del año, salvo los días feriados obligatorios e irrenunciables (donde abren nuestros restaurantes, cines, *pubs* y discotecas) y las fechas de elecciones populares y plebiscitos, en las que permanecen totalmente cerrados. Así, damos cumplimiento legal al número 7 del artículo 38 del Código del Trabajo, artículo 2 de la Ley N° 19.973, y artículo 169 de la Ley N° 18.700.

Incumplimientos regulatorios asociados a clientes

CMF 8.1.1.a

Brindar una experiencia satisfactoria a nuestros clientes y visitantes es lo que nos mueve y nos exige tener un comportamiento íntegro y ejemplar. Por eso, en Mallplaza tenemos un firme compromiso a la hora de actuar de manera respetuosa y coherente con quienes nos prefieren, respetando sus derechos en todo el proceso de oferta de bienes y servicios.

En concordancia con lo anterior, hemos establecido un Programa de Protección de los Derechos del Cliente que considera los siguientes factores:

- La designación de un Oficial de Cumplimiento
- La identificación e implementación de acciones o medidas correctivas y preventivas
- La implementación de controles destinados a evitar los riesgos de incumplimiento
- El compromiso del Equipo Ejecutivo y del Directorio
- La aplicación de medidas disciplinarias
- La reacción frente a hallazgos
- La mejora continua de revisión del Programa

También contamos con documentos orientados a prevenir incumplimientos regulatorios en relación con la normativa que protege los derechos de nuestros consumidores, entre los que destacamos:

- Política de Protección de los Derechos del Cliente.
- Política para la Elaboración de Material Publicitario y/o Promocional
- Procedimiento para la Elaboración de Material Publicitario y/o Promocional
- Procedimiento de Manejo de Accidentes e Incidentes.
- Procedimiento para abordar Fiscalizaciones y Visitas Inspectivas de la Autoridad
- Procedimiento para la Gestión de Contactos.
- Procedimiento *Parking*
- Procedimiento Personas Extraviadas Código de Integridad

Sanciones registradas en 2022

CMF 8.1.1.b CMF 8.1.1.c CMF 8.1.2.b. CMF 8.1.3.b CMF 8.1.4.b CMF 8.1.4.c CMF 8.1.5.b CMF 8.1.5.c
GRI 2-27

Sanciones en relación con clientes	En 2022, se registraron 9 sanciones ejecutoriadas en este ámbito, las cuales representaron un monto total de \$7.461.154.
Sanciones en relación con los trabajadores	No hubo *En el año 2022 se interpuso una tutela laboral por parte de un trabajador que terminó en avenimiento.
Sanciones en relación con la Libre Competencia	No hubo
Sanciones en relación a las Personas Jurídicas	No hubo

Gestión de Riesgos

CMF 3.6.v
GRI 3-3 Gestión de riesgos ESG

La permanente preocupación por mantener el bienestar y generar valor para todos nuestros grupos de interés, mitigando y previniendo riesgos, forma parte de nuestro compromiso hacia cada uno de ellos. Este marco de trabajo integra los riesgos en materias de ESG.

Para responder de forma eficiente contamos con un Modelo de Gestión de Riesgos que considera la identificación y evaluación de estos, así como la definición de acciones de mitigación y el monitoreo de efectividad y controles, con base en los estándares internacionales COSO ERM e ISO 31000.

Así, con una periodicidad bimensual y a través de siete mesas de riesgos agrupadas por procesos, nuestros equipos multidisciplinarios llevan a cabo sesiones de trabajo para identificar riesgos emergentes, evaluarlos y definir acciones de mitigación según el nivel de riesgo concluido. Además, se monitorean los indicadores del tablero de riesgos según su categoría (operacional, personas, financiero, crédito, cumplimiento, tecnología/seguridad de información). Fueron 45 indicadores al cierre del año 2022, dentro de los cuales se encuentran, por ejemplo, Este marco de trabajo integra los riesgos en materias de ESG indicadores asociados a

accidentes, incendios, incidentes ambientales, delitos, uso del Canal de Integridad, pruebas al Modelo de Prevención de Delitos, salidas de colaboradores y cobranza. Los principales temas son llevados al Comité de Riesgos y Cumplimiento (también de forma bimensual), con el objetivo de realizar el ejercicio de identificación, evaluación, comunicación y mitigación.

Además, de forma anual se aplica el Stakeholder Sustainability Index a todos nuestros grupos de interés para evaluar posibles riesgos, impactos y oportunidades asociadas a las dimensiones ambientales, sociales, económicas y de gobierno corporativo.

Los resultados de este último proceso son analizados a nivel transversal como compañía, donde cada una de las gerencias incorpora los riesgos identificados en sus planes de acción.

Además, toda la información recopilada hace más eficiente y robustece nuestra gestión de riesgos, ya que se utilizan los principales hallazgos obtenidos para mejorar nuestros procesos, monitoreando permanentemente la ejecución y los resultados de las medidas implementadas.

Mesas de Riesgos

Procesos de Proyectos de Construcción.

Procesos Comerciales.

Procesos de Operaciones, Experiencia y Comunidad.

Procesos de Tecnología y Seguridad de la Información.

Procesos de Administración y Finanzas.

Procesos de Cumplimiento y Reputación.

Procesos de Gestión de Personas.

Frente a los riesgos, nuestro Directorio tiene las siguientes responsabilidades:

CMF 3.6.vi CMF 3.6.g.h.j

- Informarse y supervisar respecto de la gestión y estado de los riesgos.
- Tomar conocimiento de la información que, en materia de gestión de riesgos, presenta al menos una vez al año el Encargado de Riesgos.
- Promover una cultura de Gestión de Riesgos y mejora continua en la materia.

Además, contamos con una Subgerencia de cumplimiento que tiene por objeto generar e implementar las políticas y programas de cumplimiento normativo de la Compañía, de conformidad a buenas prácticas de gobierno corporativo.

Por su lado, la Subgerencia de Gestión de Riesgos se encarga de:

- Implementar el proceso de Gestión de Riesgos, asegurando la correcta identificación y registro de dichos Riesgos, y de los controles asociados, en las respectivas matrices.
- Monitorear los Riesgos y controles de forma continua y oportuna, proponiendo mejoras en caso de ser necesario.
- Comunicar los Riesgos materializados y/o que sobrepasen los límites en los umbrales definidos, como también aquellos casos en que no disponga de los recursos para ejecutar sus responsabilidades.
- Desarrollar un plan anual de trabajo para la Gestión de Riesgos; solicitar su aprobación por el Comité de Riesgos y Cumplimiento; y, presentar el estado de avance de su ejecución ante este último comité.
- Identificar las necesidades de capacitación y difusión para una adecuada Gestión de los Riesgos, y ejecutar programas de capacitación que permitan a los Dueños de Procesos comprender y aplicar sus responsabilidades en la Gestión de Riesgos.

Modelo de Gestión Integral de Riesgos

Por la naturaleza de nuestro negocio, en Mallplaza (Plaza S.A. y filiales) estamos expuestos a riesgos que podrían impactar de forma negativa a los colaboradores, operaciones, activos, resultados e inversiones. Por esta razón, con el objetivo de estar preparados ante cualquier eventualidad implementamos una serie de acciones para identificar, evaluar, responder y supervisar los riesgos a los que podamos enfrentarnos basados en estándares internacionales, como el modelo de las Tres Líneas de Defensa (que aborda cómo asignamos y coordinamos las tareas relacionadas al riesgo y control desde el Directorio y el Equipo Ejecutivo hacia toda nuestra compañía) y el Marco de Gestión de Riesgo Empresarial COSO ERM (que describe los elementos necesarios para gestionar de forma eficaz los riesgos).

Implementamos este modelo de gestión de riesgos de forma transversal en los tres países donde operamos, con la participación y traba-

jo conjunto de la primera y segunda barrera de defensa (compuestas por los responsables de cada proceso), sumadas a nuestra alta administración y al equipo de Gestión de Riesgos, quienes realizan evaluaciones periódicas, con el fin de mantener actualizados los eventos que podrían impactarnos negativamente.

Además, reconocemos en Contraloría a nuestra tercera barrera de defensa, cuyo objetivo es verificar –de forma independiente a la Administración (ya que nuestra Contralora depende directamente de nuestro Comité de Directores de Plaza S.A.)– el cumplimiento de las políticas y procedimientos establecidos para el correcto proceder.

En esta línea, resaltamos: la aplicación anual del Stakeholder Sustainability Index y la existencia, desde 2021, del nuevo Portal de Políticas y Procedimientos, desarrollado con base en una herramienta de clase mundial (RSA Archer) que

permite el acceso desde cualquier lugar e incorpora el flujo de publicación de los documentos normativos internos, así como la confirmación de adherencia de nuestros colaboradores, entre otros aspectos.

Complementariamente, contamos con una herramienta de inducción para los nuevos colaboradores que considera una capacitación sobre el cumplimiento y la gestión de riesgos. Durante 2022 un 100% de nuestros nuevos colaboradores completaron estos cursos.

Asimismo, en 2021 avanzamos en un proceso de análisis de riesgos de cambio climático (desarrollado bajo la metodología TCFD*) con el fin de identificar y evaluar nuestros actuales y potenciales riesgos. Como resultado de ello, en 2022 finalizamos el proceso y gestionamos los factores de riesgo identificados.

Modelo de Gestión Integral de Riesgos

CMF 3.6.iii

- **Órganos de gobierno:** conformado por el Directorio y el Comité de Directores, quienes determinan el apetito al riesgo, supervisan y toman conocimiento del trabajo realizado por el Comité de Riesgo y Cumplimiento y las meas de riesgo con las que contamos.

Dirección: áreas diseñadas para alcanzar nuestros objetivos de negocio.

- Estas consideran roles de primera y segunda línea:

» **Primera línea:** dueños de procesos.

» **Segunda línea:** áreas o roles implementados para proporcionar asistencia en nuestra gestión de riesgos, pudiendo también estar conformada por algunos roles de la primera línea con independencia, para la supervisión y control por oposición en términos de riesgos. Los roles o responsabilidades propias de la segunda línea incluyen monitoreo, asesoramiento, orientación y análisis sobre materias de riesgo. En este rol podemos encontrar a nuestros Risk Owner, Encargados de Riesgo, áreas de cumplimiento y de seguridad de la información, entre otros.

Auditoría Interna: área que depende directamente de nuestro Directorio.

- Su función es proporcionar aseguramiento y asesoramiento independiente y objetivo sobre la adecuación y eficacia de nuestro gobierno y de la gestión de riesgos mediante la aplicación de procesos de auditoría sistemáticos y disciplinados.

Principales riesgos

CMF 3.6.iv. CMF 6.2.a.h

Principales Riesgos Operacionales

Subtema Riesgo	Descripción	Gestión y /o mitigación
Estamos expuestos a incurrir en riesgos que puedan impactar de forma directa en las personas y activos físicos.	Operamos con un importante número de instalaciones físicas necesarias para la conducción de nuestro negocio, que están expuestas a la ocurrencia de eventos internos o externos que podrían ocasionar un eventual daño a las personas (clientes, co-laboradores internos, proveedores, contratistas, entre otros) y/o perjudicar nuestra operatividad, tales como: • Incendios. • Desastres naturales (inundaciones, sismos, lluvias excesivas). • Asaltos, saqueos y manifestaciones violentas, entre otros.	Cumplimiento de nuestros estándares definidos para la construcción y seguridad física, tales como: Sistemas antisísmicos, protección contra incendios, manual de gestión de crisis, infraestructura y tecnología de seguridad. Los riesgos asociados al impacto directo en personas los mitigamos a través de su oportuna identificación y la eliminación de peligros en nuestras operaciones, basados en un programa de seguridad y salud ocupacional. Además, contamos con un plan de mantenimiento de equipos, cuyo cumplimiento y resultados son monitoreados de forma permanente para asegurar su óptimo funcionamiento. Con relación al impacto sobre nuestros activos, esta gestión se externaliza a través de compañías de seguros de primer nivel, con la contratación de pólizas de seguros que cubren nuestros riesgos operativos de las propiedades de inversión (centros urbanos en operación y construcción) y los flujos de ingresos asociados a estos.

Riesgo emergente	Descripción	Impactos Potenciales	Acciones de mitigación
Cambio Climático: aumento de la temperatura promedio.	Adquirimos un compromiso activo asociado al cuidado del medioambiente, producto de la relevancia que han tomado a nivel mundial los impactantes efectos del cambio climático.	Directos: - Aumento del consumo de energía para contar con una climatización acorde a la satisfacción de nuestros visitantes. - Impacto en la experiencia de nuestros visitantes y colaboradores (falta de comodidad).	Para hacer frente a estos riesgos, en Mallplaza contamos con una robusta estrategia climática que nos ayuda a asegurar el contar con los suministros y valores energéticos, considerando: - Construcción sustentable certificada. - Transición a energías renovables en los tres países donde estamos presentes. - Mejora de arquitectura, favoreciendo nuestra eficiencia energética e hídrica desde el diseño. - Recambio de equipos y artefactos eléctricos e hídricos para reducir el consumo de ambos recursos y generar mayor eficiencia. - Generación de energía limpia en algunos centros urbanos de nuestra cadena. - Recambio progresivo de gases refrigerantes.
	En detalle, establecimos un acuerdo con Alianza para la Acción Climática (ACA Chile) para alcanzar la carbono neutralidad para el año 2030 en nuestras operaciones. Asimismo, implementamos herramientas para conocer y prepararnos ante los riesgos asociados al cambio climático. Así, en 2021, desarrollamos un análisis bajo la metodología Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) para identificar y evaluar distintos riesgos asociados al cambio climático. Dentro de los principales riesgos detectados determinamos el aumento de la temperatura promedio, cuyo indicador más relevante es grados-día sobre 20°C.	Financieros: - Aumento del costo de climatización. - Aumento de costos para proyectos con materiales de mejor comportamiento térmico. - Inversiones de infraestructura para mantener condiciones cómodas para nuestros visitantes y colaboradores. - Pérdida de ingresos por disminución de visitantes.	

Subtema Riesgo	Descripción	Gestión y /o mitigación
Cambios en el comportamiento del consumidor	Incremento de ventas a través del comercio electrónico como una tendencia que va en crecimiento, lo que tiene un impacto directo en las visitas presenciales a nuestros centros urbanos	Fortaleciendo nuestra diversificación de propuestas para nuestros visitantes, concentrando un mix relevante de usos no <i>retail</i>, tales como: restaurantes, zonas de juegos, cines, edificios clínicos, centros de educación, centros de servicios, oficinas, venta de automóviles. A su vez, distribuimos el espacio asociado al <i>retail</i> en: tiendas por departamento, supermercado, tiendas de mejoramiento del hogar, comercio <i>retail</i> especializado Esta alta diversificación posibilita la creación de múltiples motivos de visita a nuestros centros urbanos, brindando mayores oportunidades de interacción a los visitantes. De esta manera hemos ido incorporando nuevas capacidades logísticas junto con desarrollar iniciativas digitales y servicios omnicanales que potencian nuestra propuesta de valor para socios y visitantes. Producto de ello, actualmente nos encontramos desarrollando un modelo phygital de negocio que nos permite capturar lo mejor de la oferta digital para llevarla a espacios físicos ubicados en nuestros centros urbanos. Al mismo tiempo, este modelo ha implicado identificar y apoyar el desarrollo de sellers que comienzan su emprendimiento en nuestros espacios físicos para integrarlos a nuestros marketplaces digitales, aumentando sus posibilidades de venta y crecimiento. Con ello diversificamos el mix de sellers, al mismo tiempo que integramos de un modo más natural la experiencia física y digital de cara a nuestros consumidores. Además, democratizamos el acceso a determinadas experiencias que, de no integrarse en lo phygital, no llegarían a todos, y se ofrecen opciones híbridas a sellers provenientes de cada segmento. Todas las iniciativas antes expuestas demuestran la forma en que en Mallplaza estamos diversificando nuestra matriz de ingresos a fin de adaptarnos a los nuevos tiempos y mantener (e incrementar) nuestra continuidad del negocio.
Por la naturaleza de nuestro negocio (sector inmobiliario) somos sensibles al ciclo económico.	Por tendencia, las ventas de nuestros socios comerciales están directamente correlacionadas con la evolución del producto inter-no bruto y el consumo. En este sentido, una eventual contracción económica podría afectar la tasa de ocupación y, por ende, las ventas en nuestros centros urbanos.	Nuestra política está enfocada en cobros mayoritariamente fijos –no asociados a las ventas de los arrendatarios–, por lo que nuestros ingresos como compañía son menos sensibles al ciclo económico. Además, contamos con un proceso de cobranza establecido con indicadores y metas que monitoreamos continuamente. De forma complementaria, nuestros ingresos asociados a “arriendos” provienen de distintos tipos de operadores, lo que nos da una mayor dinámica de flujo de caja dado que, en algunos casos, según el tipo de negocio, existe una correlación inversa.

Riesgos de Tecnología y seguridad de la información

Subtema Riesgo	Descripción	Gestión y /o mitigación
Ciberataques Estamos expuestos a sufrir daños en nuestra red tecnológica, pérdidas o alteración de información, o brechas de seguridad.	Enfrentamos el riesgo de que terceros traten de vulnerar nuestros sistemas, o los sistemas de nuestros proveedores tecnológicos, para acceder a información confidencial de la compañía, clientes o proveedores, o con el propósito de interrumpir, tomar control, inutilizar, alterar o destruir el entorno y/o infraestructura tecnológica. Una vulneración de los sistemas de seguridad de la información podría dañar gravemente la reputación de la compañía e impactar en nuestros futuros ingresos.	Gestionamos la seguridad e integridad de nuestros sistemas para minimizar los efectos de una posible interrupción del servicio, tercerizándolo a empresas especializadas en la materia. Para ello, periódicamente estas realizan evaluaciones de seguridad y vulnerabilidades, buscando adecuar nuestras capacidades para levantar alertas, tomar acciones preventivas y controlar el acceso a la información, incluidas las plataformas tecnológicas y los servicios expuestos a Internet. De forma continua gestionamos la protección y actualización de seguridad de la información en nuestros equipos computacionales, con el objetivo de no tener pérdida de la misma en caso de algún incidente. Además, realizamos inducciones de seguridad de la información a los nuevos colaboradores y concientización permanente en temas emergentes y contingentes relacionados con ciberseguridad.

Riesgos de cumplimiento

Subtema Riesgo	Descripción	Gestión y /o mitigación
Los cambios de normativas legales podrían impactarnos directamente.	En Mallplaza trabajamos regidos por las leyes vigentes de cada uno de los países donde operamos. Por ende, un eventual cambio en el marco normativo vigente o en la interpretación de las autoridades regulatorias y/o tribunales en materias laborales, de libre competencia, regulación urbana, protección al consumidor, entre otras, podría afectar nuestros ingresos o costos.	Realizamos un seguimiento constante a las normativas vigentes y sus cambios en las mismas. Las distintas áreas de nuestra compañía que están involucradas las analizan, con el fin de anticiparnos y, así, asegurar el cumplimiento de la forma más eficiente posible.
Estamos expuestos a contingencias en materias de cumplimiento de libre competencia, datos personales y prevención de delitos, entre otros.	Nuestras operaciones podrían verse enfrentadas a contingencias judiciales y regulatorias de distinta índole, entre otras, en materias de libre competencia, datos personales y prevención de delitos, así como potenciales investigaciones por parte de los reguladores en las materias en que estos tienen competencia. Cabe destacar que, a pesar de nuestros esfuerzos, los resultados de estas contingencias no son predecibles y pudieran tener un impacto negativo en nuestros resultados. Adicionalmente, la gestión de estas contingencias legales podría generar costos superiores a lo estimado.	Desarrollamos un proceso de cumplimiento con foco en debida diligencia preventiva a través de capacitaciones, indicadores y pruebas de controles que nos permitan asegurar el cumplimiento normativo.

Riesgos de Personas

Subtema Riesgo	Descripción	Gestión y /o mitigación
Dependemos del recurso humano para hacer crecer nuestro negocio. Por eso, el atraer, desarrollar y retener al mejor talento es un constante desafío.	Dependemos de la experiencia y conocimiento de nuestros ejecutivos y colaboradores para mejorar nuestra operación y ejecutar de forma satisfactoria nuestros planes de inversión. En este sentido, requerimos de una potente dinámica para atraer y retener talento calificado, dado que su fuga podría impactar nuestra capacidad para competir efectivamente y continuar creciendo.	Contamos con procesos de desarrollo y retención del talento establecidos, cuyos resultados son monitoreados continuamente. Disponemos de becas de estudio en Chile y el extranjero. Además, ofrecemos beneficios que permiten compatibilizar la vida laboral con la personal, trabajo remoto, Yo Elijo (días adicionales a las vacaciones legales).

Riesgos Financieros

Subtema Riesgo	Descripción	Gestión y /o mitigación
Riesgo de liquidez.	Brecha temporal existente entre los flujos de efectivo por pagar y por recibir, generando una escasez repentina o inesperada de fondos en nuestro negocio, lo que podría impactar en un incremento de costos para mantener nuestra operación.	Mantenimiento de efectivo y equivalentes al mismo para afrontar los desembolsos de nuestras operaciones habituales. Adicionalmente, contamos con alternativas de financiamiento disponibles por entidades bancarias, tales como líneas de préstamos, bonos corporativos y efectos de comercio. A fin de estar prevenidos frente a posibles eventualidades, monitoreamos nuestros riesgos de liquidez con una adecuada planificación de flujos de caja futuros, teniendo en cuenta nuestros principales compromisos como flujos operacionales, amortizaciones de deuda, pago de intereses, pago de dividendos, pago de impuestos, entre otros, los que, en caso de presentarse alguna situación que lo amerite, serán financiados con la debida anticipación y teniendo en consideración potenciales volatilidades en los mercados financieros. No obstante, gestionamos nuestra exposición al riesgo de liquidez invirtiendo exclusivamente en productos con una liquidez inferior a 90 días e igual o superior a calificación crediticia nivel AA, para lo cual hemos desarrollado políticas que limitan el tipo de instrumentos de inversión y la calidad crediticia de nuestras contrapartes. Finalmente, contamos con un modelo de capital necesario para dar continuidad y estabilidad al negocio, monitoreando continuamente –a través de un índice de deuda financiera neta consolidada sobre patrimonio– nuestra estructura de capital y la de nuestras filiales, con el objetivo de mantener un lineamiento óptimo que nos permita reducir el costo de capital y maximizar nuestro valor económico.

Riesgo de Mercado.	Nos encontramos expuestos a distintos riesgos de mercado, tales como el tipo de cambio, las tasas de interés y la inflación.	
	Como compañía estamos expuestos a dos fuentes de riesgos de movimientos adversos en el precio de las divisas: en primera instancia, está la deuda financiera emitida en monedas distintas a la moneda funcional de nuestro negocio; la segunda corresponde a las inversiones en el extranjero.	Como sociedad radicamos nuestros financiamientos solo en monedas originarias de cada país donde estamos presentes. En caso de no ser posible, utilizamos derivados de cobertura.
Riesgo de tasa de interés e inflación.	El aumento de la inflación a nivel global y en los países en los que operamos podría generar un impacto negativo en la rentabilidad de nuestro negocio.	La mayor parte de nuestra deuda financiera después de coberturas de moneda, a tasa de interés fija y de largo plazo, de manera de evitar la exposición a fluctuaciones que puedan ocurrir en las tasas de interés variable y que puedan aumentar los gastos financieros. La mayoría de los ingresos de nuestra compañía son reajustados por la inflación respectiva tanto en Chile como en Perú y Colombia. En el caso de Chile (principal fuente de nuestros ingresos), los ingresos se denominan en Unidades de Fomento y, considerando que la mayor parte de nuestra deuda financiera consolidada después de coberturas se encuentra indexada a la misma unidad de reajuste, es posible establecer que como compañía nos mantengamos en una cobertura económica natural que nos protege del riesgo de inflación presente en la deuda consolidada después de coberturas (ingresos indexados a la UF en Chile o IPC en Perú y Colombia). Así, utilizamos instrumentos financieros derivados tales como contratos <i>forward</i> , <i>swaps</i> y <i>cross currency swaps</i> , con el objetivo de gestionar el riesgo generado en financiamientos por la volatilidad de monedas y tasas distintas a Unidades de Fomento en Chile o indexadas al IPC en Perú y Colombia.
Riesgos de crédito/cobranza: Podemos vernos afectados por un deterioro en la calidad crediticia de nuestros socios comerciales.	Estamos expuestos a riesgos de crédito en caso de que nuestros clientes u otra contraparte no cumplan con sus obligaciones contractuales.	Poseemos una diversificada cartera de clientes junto con garantías para cubrir nuestros riesgos de incobrabilidad. Los deudores se presentan a valor neto, es decir, rebajados por las estimaciones de deudores incobrables. Estas estimaciones están dadas por un proceso centralizado a través de un modelo que asocia a nuestro cliente por plazo y tipo de morosidad de sus cuentas por cobrar y las garantías constituidas a nuestro favor. En este sentido, nuestra Gerencia Corporativa de Administración y Finanzas, a través del área de cobranzas y riesgo comercial, es la responsable de minimizar el riesgo de nuestras cuentas por cobrar mediante la evaluación de riesgo de cada uno de nuestros arrendatarios y de la gestión de las cuentas por cobrar. Contamos con un proceso centralizado para la evaluación de riesgo de nuestros clientes, determinando una clasificación para cada uno de ellos que regimos por nuestras políticas de riesgo comercial y el procedimiento de análisis de riesgos. En este proceso analizamos la situación financiera de nuestros clientes a fin de determinar el nivel de riesgo asociado, estableciendo así la constitución de garantías en el caso de ser necesarias.

Riesgos emergentes

CMF 3.6.IV DJSI 1.3.3

Riesgo emergente	Descripción	Impactos Potenciales	Acciones de mitigación
Seguridad física.	Aumento de delitos en centros urbanos durante 2022	• Daño a visitantes, trabajadores de tiendas, colaboradores e instalaciones. • Pérdidas para socios comerciales	• Implementación de tecnología para monitorear la seguridad de nuestros centros urbanos. • Fortalecimiento del alineamiento con tiendas para asistencia temprana. • Coordinación con grupos policiales para aumentos de rondas y guardias.
Seguridad de datos personales	En Mallplaza adquirimos un compromiso activo con los derechos fundamentales de las personas, entre lo que se encuentra los datos personales. Los estándares internacionales sobre datos personales, y las normas en esa materia en los tres países en los que operamos, han ido evolucionando en su nivel de exigencia, y en Mallplaza estamos 100% comprometidos con esa evolución.	• Impacto negativo en la experiencia de las personas. • Multas por incumplimiento. • Daño a la reputación.	Con el propósito de velar por la máxima transparencia y el respeto de los derechos fundamentales de las personas, en Mallplaza implementamos una Política de Protección de Datos Personales, aplicable a toda nuestra compañía. En Chile, Perú y Colombia, buscamos promover una gestión segura de los datos personales y una cultura de protección de estos. Para lo cual, durante el año 2022, se han fortalecido más aún las medidas de seguridad y el gobierno de los datos personales. Asimismo, promovemos que nuestros socios comerciales y proveedores ajusten su conducta a estos estándares y a la normativa legal vigente.

Metodología TCFD: integración de riesgos climáticos al sistema de gestión de riesgos

SASB IF-RE-450a.2
GRI 201-2

Con el objetivo de transparentar nuestras acciones y demostrar que somos una empresa que se preocupa por aminorar el impacto de sus acciones frente al cambio climático, en 2021 realizamos un análisis de riesgos climáticos bajo la metodología *Task Force on Climate-related Financial Disclosures* (TCFD), buscando que nuestros *stakeholders* obtengan información calificada y certificada sobre lo que hacemos en esta materia.



Pilares TCFD	Avances Mallplaza
 Gobernanza	a) La función de la administración a la hora de evaluar y gestionar los riesgos y las oportunidades relacionados con el clima. Iniciamos un plan para incluir formalmente materias de cambio climático en nuestras estructuras de gobernanza. Así, trabajamos especialmente sobre la gobernanza del riesgo a fin de incluir el riesgo climático de forma transversal en nuestros procesos de gestión. Durante el año 2022 se inició la iniciativa de análisis de riesgos de alto nivel y doble materialidad, que alinea las visiones de riesgos que impactan a la compañía y los riesgos por actividades de la compañía que impactan a terceros. Se levantaron los riesgos de alto nivel en base a entrevistas y análisis con los ejecutivos de Mallplaza, estableciéndose un listado de 20 riesgos principales, y uno de ellos corresponde al cambio climático. Los siguientes pasos, para el 2023, estarán en la evaluación de los riesgos a nivel inherente (sin controles), asignación de responsables de riesgos, identificar los controles/acciones clave de mitigación, y asignar indicadores de riesgos (crear si corresponde). Las instancias para la revisión de la gestión de riesgos son presentación trimestral al Comité de Directores y el Comité de Riesgos, que se reúne bimensualmente. Adicionalmente, se está evaluando crear una nueva categoría de riesgos específica de cambio climático, para individualizar este riesgo. Actualmente forma parte de la gestión de los riesgos operaciones. En este contexto, en el primer semestre del 2022 se levantó y evaluó de forma específica el riesgo de escasez de agua en Chile, en zonas donde hay instalaciones de Mallplaza, generando acciones para mitigarlo en caso que se materialice. b) El control de la junta directiva sobre los riesgos y las oportunidades relacionados con el clima. El Directorio es informado dos veces al año respecto a los temas de sostenibilidad, y Sergio Cardone Solari, presidente del Directorio Plaza S.A, es desde 2014 el director responsable de los temas de sostenibilidad. Para mayor información leer Modelo de Gestión Integral de Riesgos, página 87

Pilares TCFD	Avances Mallplaza
	a) Resiliencia de la estrategia de la organización, teniendo en cuenta los diferentes escenarios relacionados con el clima, como un escenario con 2°C o menos. Durante 2021 avanzamos en el análisis de riesgos asociados al cambio climático para identificar y evaluar las actuales y potenciales amenazas y oportunidades que pudieran afectar nuestra operación, así como los activos y cadena de valor en esta materia. En detalle, como parte del proyecto de implementación de las recomendaciones emitidas por el TCFD, realizamos un análisis piloto en nuestro centro urbano Mallplaza Norte, donde aplicamos la metodología de levantamiento y caracterización de amenazas climáticas para priorizarlas. Como resultado, identificamos las siguientes amenazas físicas como las más relevantes a las que nuestro centro podría estar expuesto: • Olas de calor. • Aumento de temperatura. • Escasez hídrica. Para la sección de asesoría de estas amenazas, realizamos un análisis cuantitativo usando el escenario RCP (Representative Concentration Pathways) 8.5 del IPCC. Por otra parte, logramos identificar las siguientes amenazas de transición como las más relevantes a las que nuestro centro urbano Mallplaza Norte podría estar expuesto: • Aumento del precio a las emisiones Gases de Efecto Invernadero (GEI) y aplicación a otras fuentes (precio al carbono). • Regulación de la eficiencia energética. • Costos para la transición a tecnología de bajas emisiones de GEI. • Aumento en los costos de las materias primas. Para la sección de asesoría de estas amenazas realizamos un análisis cuantitativo, usando los escenarios de la IEA (<i>International Energy Agency</i>) y PELP (Planificación Energética de Largo Plazo de Chile). Además, desarrollamos un análisis cuantitativo en el que incluimos el uso de modelos climáticos y el análisis de escenarios para priorizar algunos riesgos.
	b) Riesgos y las oportunidades relacionados con el clima que ha identificado la organización a corto, medio y largo plazo. Leer gestión de riesgos ESG, página 86
	c) Impacto de los riesgos y las oportunidades relacionados con el clima sobre los negocios, la estrategia y la planificación financiera de la organización Leer Gestión Integral de Riesgos, página 87

Estrategia

Pilares TCFD	Avances Mallplaza
	a) Procesos de la organización para identificar y evaluar los riesgos relacionados con el clima. Trabajamos sobre una metodología para identificar, evaluar y priorizar los riesgos climáticos a fin de integrarlos en nuestros sistemas de gestión de riesgo operacional. No obstante, identificamos oportunidades de mejora para fortalecer nuestra gestión del riesgo climático a futuro.
	b) Describir los procesos de la organización para gestionar los riesgos relacionados con el clima. Para mitigar sus efectos contamos con una Política Medioambiental y Cambio Climático con la que buscamos: • Exigir y promover el cumplimiento de la Normativa Ambiental. • Detectar y medir todos los agentes de impactos ambientales de cada actividad y gestionarlos de manera oportuna. • Promover un uso eficiente de los recursos naturales, energéticos e hídricos que empleamos en nuestras operaciones. • Promover criterios de economía circular en la gestión de residuos que desarrollamos. • Promover la incorporación de metodologías y certificaciones que verifiquen nuestros compromisos adquiridos en objetivos medio ambientales. La estrategia ambiental y de cambio climático, así como los planes de acción de acción asociados a ésta, se encuentran en Capítulo Centros urbanos sustentables página 112-121
	c) Describir cómo los procesos para identificar, evaluar y gestionar los riesgos relacionados con el clima están integrados en la gestión general de riesgos de la organización. Leer Gestión Integral de Riesgos, página 87
	Iniciamos un trabajo en conjunto para la definición de parámetros que nos permitan gestionar y, eventualmente, reportar nuestra acción en torno al cambio climático.
	a) Métricas utilizadas por la organización para evaluar los riesgos y las oportunidades relacionados con el clima acorde con su proceso de estrategia y gestión de riesgos. Ver información Gestión Climática, Agua, Emisiones, Energía y Residuos, páginas 112-121 y 207-212.
	b) Alcance 1, Alcance 2 y, si procede, el Alcance 3 de las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) y sus riesgos relacionados. Ver tabla de Emisiones, página 112-121
	c) Objetivos utilizados por la organización para gestionar los riesgos y las oportunidades relacionados con el clima y el rendimiento en comparación con los objetivos. Ver KPI's gestión ESG, página 77 y 107

Métricas y metas

Ciberseguridad y seguridad de la información

GRI 3-3 Ciberseguridad

Para identificar de manera proactiva los potenciales riesgos a los que se enfrentan nuestros principales activos de información, en Mallplaza contamos con una Estrategia de Ciberseguridad, basada en el marco NIST, con la que buscamos establecer controles preventivos contemplando cinco ejes esenciales:

- 1. Identificación oportuna.
- 2. Protección.
- 3. Detección.
- 4. Gestión de crisis y respuesta.
- 5. Recuperación frente a ciberincidentes.

Existen otras iniciativas que robustecen esta estrategia:

- Incluimos un conjunto de plataformas y servicios de monitoreo y controles de seguridad para atender de manera preventiva y correctiva las diferentes acciones nocivas detectadas en nuestro ecosistema.
- Nuestro tablero de riesgos considera indicadores de ciberseguridad, trimestralmente revisados por nuestros ejecutivos, además de ser presentados en una reunión con nuestro Comité de Directores para su examen. Junto con ello, nuestra área de Contraloría es la unidad encargada de verificar el cumplimiento de los estándares de ciberseguridad.
- Adicionalmente, contamos con un programa de concientización sobre amenazas de ciberseguridad que se realiza de forma permanente e integral para todos nuestros colaboradores.

Para gestión de riesgos cibernéticos y de seguridad de la información contamos con un Modelo de Gobierno Integral que posee dos instancias: en la primera, participan los responsables de las funciones de Seguridad de la Información de Tecnología, Contraloría y las Áreas de Negocio, tratando los temas contingentes y relevantes; en la segunda, nuestro Comité Gerencial.

Además, a nivel de Gobierno Corporativo se comparten las mejores prácticas sobre la materia lo que sirve para mantener actualizados los Programas de Protección de la Información y Ciberseguridad. Estos son revisados, de manera anual, por nuestro Comité de Directores.

Protección de datos personales

GRI 3-3Privacidad de datos personales

Con el propósito de velar por la máxima transparencia y el respeto de los derechos fundamentales de las personas, en Mallplaza implementamos una Política de Protección de Datos Personales, aplicable a toda nuestra compañía. En Chile, Perú y Colombia buscamos promover una gestión segura de los datos personales y una cultura de protección de los mismos. Asimismo, en Mallplaza promovemos que nuestros socios comerciales y proveedores ajusten su conducta a estos estándares y a la normativa legal vigente.

Principios generales para el tratamiento de datos personales

En el tratamiento de los datos personales, tanto nuestra compañía como los colaboradores observarán los siguientes principios generales:

- 1. Licitud.
- 2. Finalidad.
- 3. Proporcionalidad y minimización.
- 4. Transparencia.
- 5. Respeto de los derechos de los titulares.
- 6. Seguridad, confidencialidad e integridad de los datos personales.
- 7. Temporalidad.
- 8. Calidad.
- 9. Responsabilidad proactiva.

Directrices generales relativas al tratamiento:

- 1. Implementación de un programa de cumplimiento.
- 2. Flujo transfronterizo de datos personales.
- 3. Encargado de tratamiento.
- 4. Obligación de registrar.

Para proteger la privacidad y el correcto uso de la información contamos con una Política de Protección de Datos Personales que fue implementada en 2022. Por otra parte, consolidamos nuestra estructura de Gobierno Corporativo de Datos.



Mallplaza Trujillo. Trujillo, Perú.

VIII.

Inversionistas:

transparencia y
simetría en
la información
pública

Relación con inversionistas

CMF 3.7 ii.

La sostenida recuperación con nuevos cierres de negocios, junto a la capacidad de gestión ágil e innovación de cara al futuro, fueron las características destacadas por Mallplaza ante sus inversionistas, con los cuales la compañía tiene una relación permanente a través de un equipo especializado de relación con inversionistas de la Gerencia Corporativa de Administración y Finanzas.

En abril de 2022 se realizó la Junta Anual de Accionistas de Plaza S.A., tras la apertura a Bolsa de 2018. La instancia estuvo centrada en la revisión de los resultados económicos de la compañía en el ejercicio 2022. Complementariamente, como parte del robustecimiento de la información ESG disponible públicamente, durante 2022 el equipo de Relación con Inversionistas, el director de Comunicaciones, la subgerencia de Sostenibilidad y asesores expertos prepararon los contenidos de las comunicaciones. Para ello, desarrollaron y difundieron la Memoria Integrada 2021, los contenidos de la página web de Mallplaza (actualizados permanentemente) y los Reportes de Resultados Trimestrales.

Además de la información que por normativa debe tener nuestro sitio web, tales como Hechos Esenciales y Estados Financieros, difundimos contenidos de sostenibilidad, clasificaciones de riesgo, noticias relevantes y Reportes de Resultados Trimestrales para inversionistas, siempre con un enfoque de mantener informados de los aspectos relevantes de la compañía a nuestros inversionistas y analistas.

Trimestralmente difundimos a través de conferencias telefónicas y/o digitales abiertas para inversionistas los resultados financieros y hechos relevantes del negocio ocurridos en cada período, tanto en idioma español como inglés. Adicionalmente se realizan frecuentemente reuniones con analistas e inversionistas, se participa de conferencias/seminarios nacionales e internacionales de inversionistas, y se comparte vía mail todas las noticias e información relevante de nuestro negocio. Todas estas instancias tienen como objetivo eliminar la asimetría de información pública para las personas interesadas en la acción de Plaza S.A.

Junto con ello, nuestro equipo de sostenibilidad ha continuado participando de distintas reuniones con inversionistas para dar a conocer cómo la compañía ha integrado su estrategia de sostenibilidad al negocio, avanzando en la co-construcción de valor de largo plazo para Mallplaza y todos sus grupos de interés.

Preocupados por mantener una relación transparente y directa, además disponemos de canales de comunicación de los inversionistas hacia Mallplaza, que sirven para resolver dudas o realizar denuncias, como el Canal de Integridad, el correo electrónico, el teléfono corporativo y el mismo equipo de Relación con Inversionistas.



Mallplaza La Serena, La Serena, Chile.



Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia.

IX. Gestión ESG: creando redes y valor compartido

Gestión ESG: creando redes y valor compartido

CMF 3.1.ii CMF4.1.a. CMF 4.2.a.b.c

GRI 2-22

En Mallplaza estamos profundamente comprometidos con la sostenibilidad y, como tal, ella es protagonista de nuestra estrategia de negocios siendo uno de nuestros pilares estratégicos y una dimensión fundamental en la toma de decisiones, incluso desde antes de iniciar la construcción y operación de nuestros centros urbanos.

Bajo este concepto definimos que el objetivo de nuestra estrategia ESG es implementar un modelo de desarrollo sostenible reconocido por nuestros *stakeholders* por generar impacto económico, ambiental y social, a través de la cocreación de redes de valor, para los distintos grupos de interés, en todos los lugares donde estamos presentes.

Dicha estrategia está plasmada en nuestra gestión de sostenibilidad, desarrollada siguiendo los ejes Ambientales, Sociales y de Gobernanza (ASG o ESG por sus siglas en inglés), incluyendo el cambio climático y el respeto de los derechos humanos.

Para su implementación, consideramos **tres focos estratégicos clave**:



1. Acción Climática: puesta en marcha de una estrategia de Cambio Climático que asegure la eficiencia y minimización de emisiones, protegiendo el medio ambiente y avanzando hacia la carbono neutralidad.



2. Emprendimiento: contribución al desarrollo de emprendedores, proporcionando espacios diferenciados, capacitación y la conformación de redes que potencien el crecimiento de sus negocios.



3. Diversidad e inclusión: construcción de una cultura organizacional diversa e inclusiva, fomentando la inserción, participación y bienestar de todas las personas.

Producto de la estrecha relación existente entre la implementación de la Estrategia ESG y nuestro desempeño presente y futuro, resulta fundamental contar con un sistema de reportabilidad eficiente que, a través de la entrega y análisis de datos, nos permita anticiparnos y gestionar de mejor manera los riesgos y oportunidades asociadas a nuestro crecimiento.

Gracias a ello, y en base a los buenos resultados obtenidos, luego de nuestra apertura en Bolsa fuimos invitados a la evaluación de Dow Jones Sustainability Index (DJSI), en 2019. Desde entonces y por cuatro años consecutivos hemos estado presentes en los índices Chile y MILA, lo que refleja nuestra firme convicción de seguir construyendo una estrategia robusta de ESG.



Mallplaza Egaña, Santiago, Chile.

Focos Estratégicos

CMF 4.1.a

Pilar	Foco Estratégico	Objetivo	ODS	Metas
Ambiental Social Gobernanza	Acción Climática	Implementar una estrategia de Cambio Climático que asegure la eficiencia y minimización de emisiones, protegiendo el medio ambiente y avanzando hacia la carbono neutralidad.		• Carbono neutralidad 2030. • 100% suministro de energías renovables no convencionales (ERNC) en Chile a 2022. • Recambio 100% luminarias LED al 2025. • Sustitución 50% de gases refrigerantes R22 al 2025.
	Emprendimiento	Contribuir al desarrollo de los emprendedores, proporcionando espacios diferenciados, capacitación y la conformación de redes que potencien el crecimiento de sus negocios.		• Obtener que un 70% de emprendedores de Plaza Emprende participen de al menos tres capacitaciones al año.
	Diversidad e inclusión	Avanzar en la construcción de una cultura organizacional diversa e inclusiva, fomentando la inserción, participación y bienestar de todas las personas.		• 40% de mujeres en Top y Middle Management en 2022. • 3% de la dotación de Perú y 1% de la dotación total de Chile acreditada como persona en situación de discapacidad.
	• Gobierno corporativo • Gestión de proveedores • Gestión de riesgos	Posicionar a Mallplaza como un referente en Gobierno Corporativo y como una empresa comprometida con la integridad y el cumplimiento.		• Mantener el porcentaje de compras gastado en proveedores locales al menos en un 95%. • En 2024, dispondremos de capacitación para el 100% de nuestros colaboradores, socios comerciales, proveedores y colaboradores externos en derechos humanos.

La estrategia ESG de la compañía obedece a una planificación quinquenal, que se revisa anualmente y que define metas de largo plazo a 2030.

Estructura de Sostenibilidad

GRI 2-22

Al ser un pilar fundamental en el desarrollo de Mallplaza, todas las acciones asociadas a sostenibilidad las desarrollamos de forma planificada (anual y quinquenal) con objetivos, metas y una estructura clara y definida que apoye nuestra gestión.

A través de estas, mantenemos el rol activo del equipo ejecutivo en la detección, evaluación, gestión y monitoreo de los riesgos asociados a temáticas de sostenibilidad, como las ambientales, sociales y de derechos humanos, con particular énfasis en el cambio climático.

Asimismo, el Directorio tiene un rol activo en temas de ESG, recibiendo reportes de estas iniciativas dos veces al año bajo la responsabilidad de la Gerencia de Asuntos Corporativos, que depende directamente de la Gerencia General y de Sergio Cardone Solari, presidente del Directorio Plaza S.A., quien desde 2014 es el director responsable de los temas de sostenibilidad.



Mallplaza Egaña, La Reina, Santiago, Chile.

Nuestra gobernanza de sostenibilidad está compuesta por dos instancias:

- **Comité de Sostenibilidad:** integrado por el gerente General , el Comité Ejecutivo y la subgerenta de Sostenibilidad quienes se reúnen con frecuencia bimensual.
- **Mesa de Sostenibilidad:** compuesta por las áreas vinculadas con la estrategia de sostenibilidad y que participan en la planificación y ejecución de la misma. Este grupo se reúne de forma mensual.

Política de Sostenibilidad

CMF 2.1.e.
GRI 2-25

En Mallplaza contamos con una Política de Sostenibilidad que define nuestros principios generales, considerando las dimensiones económicas, medioambientales y de gobernanza, junto con los compromisos que asumimos para garantizar la gestión responsable de nuestras actividades y las relaciones de mutuo valor con todos nuestros grupos de interés. En este sentido, buscamos mitigar los impactos socioambientales de nuestros proyectos y operaciones, creando valor sustentable en los entornos y las comunidades en las que nos insertamos, manteniendo la continuidad operacional.

Gracias a la planificación de acciones que se rigen por esta política contribuimos a mejorar la calidad de vida de las personas. Además, procuramos mantener en todo momento un comportamiento ético, responsable, transparente y confiable, orientando nuestras conductas y decisiones a las normativas aplicables en cada uno de los países donde operamos, a nuestro Código de Integridad y a las normas internas de nuestra compañía.

Para cumplir a cabalidad y robustecer nuestra política, en Mallplaza adherimos a:

- **Norma ISO 26.000 de Responsabilidad Social.**
- **Principios Rectores de Derechos Humanos y Empresa de las Naciones Unidas.**
- **Declaración Tripartita de Principios sobre las Empresas Multinacionales y la Política Social de la Organización Internacional del Trabajo.**
- **Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales.**
- **Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (con lo que nos comprometemos a trabajar en los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados con la Reducción de la Desigualdad; Ciudades y Comunidades Sostenibles; y Acción por el Clima).**



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



Visitantes: ofrecemos experiencias, servicios y productos que contribuyan a mejorar la calidad de vida de nuestros visitantes, y que den valor a su tiempo, construyendo en conjunto una vida urbana amigable, sustentable e inclusiva.



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



Socios Comerciales: buscamos construir relaciones transparentes y de mutuo beneficio con nuestros Operadores, siendo una plataforma de Crecimiento y valor para sus negocios.

Política de Sostenibilidad MALLPLAZA

Promovemos una gestión responsable en los ámbitos social, medioambiental y económico, aportando valor sostenible a todos nuestros grupos de interés.

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



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



Autoridades: nos comprometemos a cumplir con los requerimientos de la autoridades con transparencia, veracidad integridad y de manera oportuna.



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



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



Materialidad

GRI 3-1

El proceso de materialidad de la presente Memoria Integrada refleja aquellos temas que son materiales tanto para Mallplaza, así como para sus grupos de interés respecto del impacto que tienen las actividades de la organización en la economía, la sociedad y el medio ambiente a lo largo de toda su cadena de valor.

Dicho proceso responde, a su vez, a un ejercicio de doble materialidad donde también se incorporan aquellos temas de sostenibilidad que afectan o pueden afectar al valor empresarial de la organización.

Con estas dos dimensiones, de impacto y de valor financiero, se reconoce que Mallplaza puede afectar y verse afectada por aquellos temas identificados en esta materialidad y, por ende, toma en cuenta la amplia esfera de su impacto y se preocupa de gestionarlo, lo que impulsa una mayor transparencia y un mejor margen de acción.

La definición y priorización de los temas relevantes 2022 se hizo en tres etapas:

Etapa 1 Identificación

Descripción

Para el proceso de identificación de los temas materiales relevantes para Mallplaza y sus grupos de interés en 2022, se llevó a cabo un *benchmark* de la industria, tanto a nivel nacional como internacional, para contextualizar e identificar el estado de reportabilidad general del sector.

Además, en el eje interno se utilizó como insumo identificando un listado de temas materiales los cuales definen el posible impacto que pueda ejercer Mallplaza en sus grupos de interés y/o entorno.

Adicionalmente, para este mismo eje se realizó una revisión de documentación interna, publicaciones de prensa y comunicación interna y externa de la compañía con el fin de identificar los principales hitos del año, así como los temas que fueron relevantes en términos de gestión.

Principales actividades

- Análisis documental exhaustivo de fuentes internas y externas
- Benchmark* de la industria (cinco ejemplos)
- Análisis del mapeo temas materiales de impacto externo Corporativo
- Análisis de identificación de posibles riesgos externos

Se llevó a cabo un proceso de doble materialidad, con el fin de levantar los principales riesgos e impactos de Mallplaza, levantamiento que consideró una serie de entrevistas a ejecutivos clave de la compañía.

Finalmente, en un ejercicio en línea con la doble materialidad, se incorporó como criterio de priorización aquellos estándares más relevantes para la gestión sostenible de la compañía, como es el Sustainability Accounting Standards Board (SASB) -específicamente el segmento Real State.

Este proceso dio paso a la incorporación de dos nuevos temas materiales, así como a la reorganización de algunos temas existentes.

- Reuniones y entrevistas con los encargados de las principales áreas de Mallplaza
- Listado preliminar con 25 temas relevantes para priorizar

Etapa 2 Priorización

Descripción

Una vez finalizado el proceso de identificación, el paso siguiente fue priorizar los temas para distribuirlos dentro de la matriz de materialidad de Mallplaza. Para ello se incluyó el criterio de priorización dentro de la encuesta elaborada para el proceso Stakeholders Sustainability Index (SS Index), en la que se solicitaba adjudicar una valoración numérica a los diferentes temas materiales propuestos. Esta encuesta fue respondida por los grupos de interés: inversionistas, proveedores, socios comerciales, jefes de tiendas, colaboradores internos, emprendedores, vecinos y autoridades.

Principales actividades

- Consultas internas y externas a los grupos de interés mediante encuesta
- Ponderación cuantitativa
- Priorización de los temas relevantes del año
- Consultas efectivas realizadas para la priorización de los temas materiales:

En la encuesta se solicitó evaluar cada tema material en una escala del 1 al 5 según la importancia que tiene para el grupo de interés que Mallplaza ejerza una correcta gestión e informe sobre su desempeño en dicha temática.

Adicionalmente, se incorporó la priorización de temas materiales bajo la perspectiva de los clientes, levantada a través del estudio de sostenibilidad corporativa desarrollado mensualmente en Chile, Perú y Colombia.

513 participantes grupos de interés internos
7430 participantes grupos de interés externos

Etapa 3 Validación y matriz

Descripción

La validación del proceso y los resultados obtenidos fue realizada por el Comité de Sostenibilidad de la compañía, instancia en la que se revisó la representación de todos los aspectos considerados materiales y su matriz.

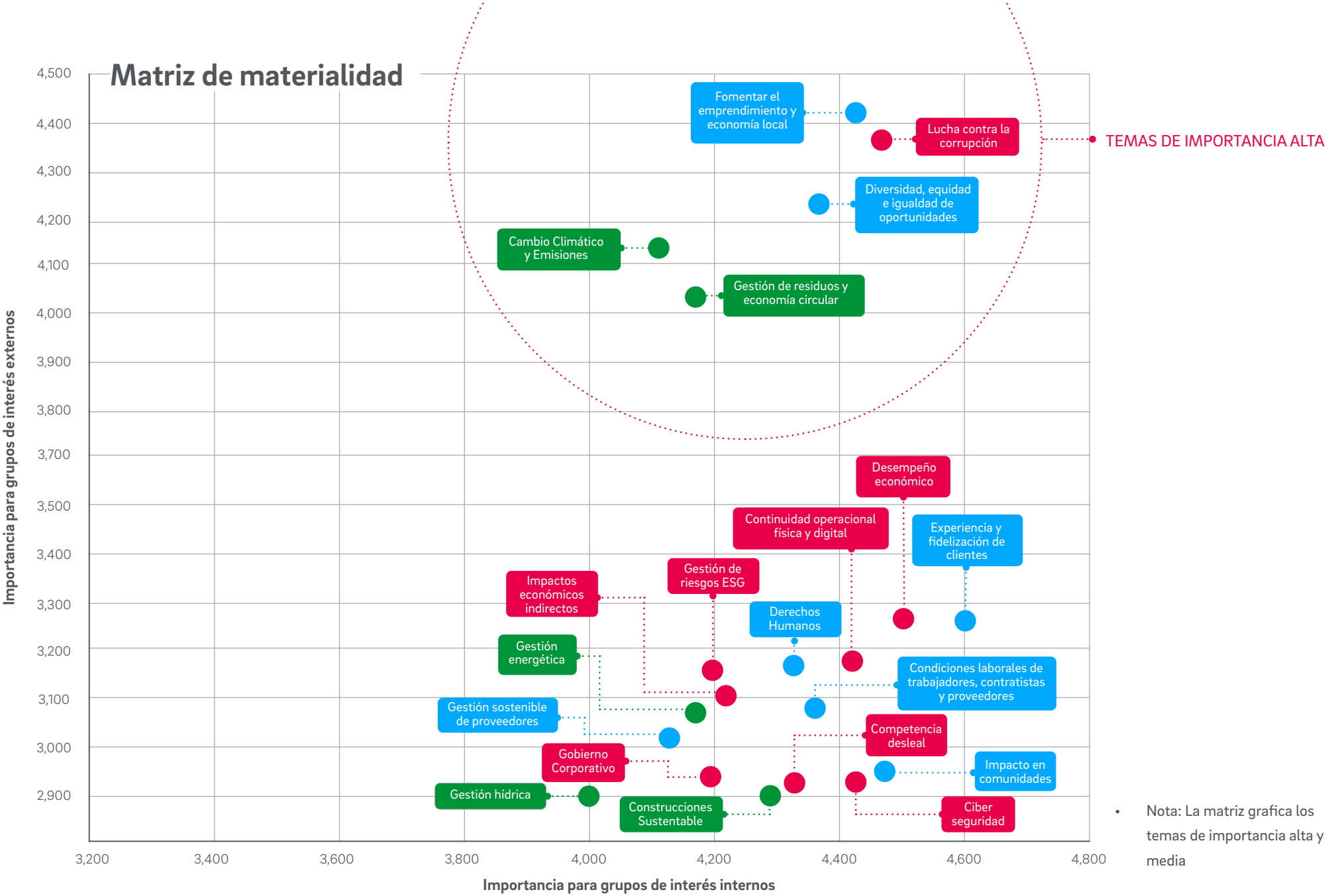
Principales actividades

- Consolidación de los resultados globales de priorización
- Matriz de materialidad 2022

Lista de temas materiales

GRI 3-2

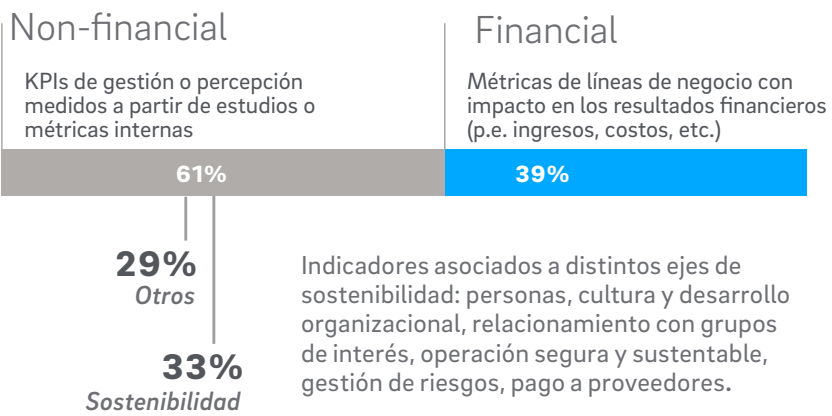
- Social
 - Impacto en comunidades
 - Fomentar el emprendimiento y economía local
 - Experiencia y fidelización de clientes
 - Atracción, retención y desarrollo de talento
 - Condiciones laborales de trabajadores, contratistas y proveedores
 - Diversidad, equidad e igualdad de oportunidades
 - Derechos humanos
 - Privacidad de datos personales
 - Gestión sostenible de proveedores
 - Salud y Seguridad
- Medio Ambiente
 - Agua
 - Emisiones
 - Residuos
 - Energía
 - Construcciones sustentables
 - Cambio Climático
- Gobernanza
 - Gobierno Corporativo
 - Desempeño Económico
 - Gestión de riesgos ESG
 - Lucha contra la corrupción
 - Competencia desleal
 - Ciberseguridad
 - Impactos económicos indirectos
 - Continuidad operacional física y digital
 - Cambios normativos



Indicadores ESG

Nuestro Modelo de Gestión de Sostenibilidad evalúa permanentemente los resultados que se están logrando para detectar el cumplimiento de metas y objetivos, como también corregir aquellos aspectos de menores avances según lo planificado en los distintos ejes de sostenibilidad. Contamos con KPIs de gestión en temas ESG, los cuales son medidos anualmente a través de métricas internas y estudios externos. Estos indicadores están integrados en los sistemas de incentivos de los ejecutivos según la pertinencia de cada área, y representan el 32% de las métricas del equipo ejecutivo de la compañía.

Distribución promedio sistema KPIs 2022 ejecutivos rol privado (CEO, Gerentes Corporativos, Gerentes, Subgerentes):



Grupos de interés de Mallplaza

CMF 3.1.iv CMF 3.7.b. CMF 6.3.a.
GRI 2-29

Nuestro Modelo de Relacionamento

A lo largo de nuestros más de 30 años de historia hemos promovido una permanente conexión con las personas como centro de todo lo que hacemos. Bajo este lineamiento, implementamos un Modelo de Relacionamento permanente mediante el que desarrollamos canales formales de escucha y de diálogo con nuestros principales stakeholders. El objetivo es saber quiénes son y cuáles son sus opiniones y expectativas, generando impactos positivos y coconstruyendo valor, especialmente con nuestros socios comerciales, visitantes, colaboradores, comunidades y entorno.

Actualmente el 100% de nuestros centros urbanos y omnicanales cuenta con instancias de escucha y vinculación directa, tanto presenciales como digitales, gracias a las cuales **mantenemos una retroalimentación con nuestras comunidades, levantando nuevas sinergias y oportunidades.**

Principios del Modelo de Relacionamento de Mallplaza

Generación de valor

Realizar proactivamente acciones que generen valor compartido.

Relaciones duraderas

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

Accountability

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

Transparencia

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

Anualmente y a nivel regional seguimos aplicando el estudio SS Index: una herramienta de detección de brechas, impactos positivos y negativos, y riesgos asociados a cada uno de nuestros grupos de interés.

De acuerdo con nuestra estrategia ESG, la política de sostenibilidad junto con los principios de actuación antes mencionados hacen que nuestro modelo de relacionamiento con *stakeholders*, contemple:

1. **Identificación** de grupos de interés relevantes.
2. **Definición** del área responsable del relacionamiento.
3. **Definición de objetivos**, planes de acción y KPIs asociados a nuestro relacionamiento.
4. **Canales y mecanismos** de comunicación y diálogo con cada uno de ellos.
5. **Evaluación** periódica de la percepción de nuestros *stakeholders* respecto de nuestra gestión sostenible y modelo de relacionamiento, a través de la aplicación anual del SS Index

Grupos de Interés

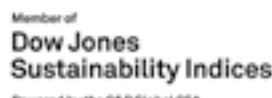
CMF 6.3.a. CMF 6.1.a.e CMF 3.7.a.

Grupo de interés	Rol	Canales de información y comunicación	
 Comunidad	Buscamos construir vínculos de cercanía y confianza, con base en relaciones estructuradas y permanentes con los principales grupos de interés de los territorios de Mallplaza.	• Newsletter Comunidad • Relacionamiento en terreno • Mesas de Diálogo Comunitarias por centro urbano • Encuesta anual SS Index • Redes sociales • Página web	• Contact center • Canal de Integridad • Memoria Integrada anual • Retroalimentación de programas de inversión social • Correo corporativo
 Visitantes	Ofrecemos experiencias, productos y servicios que aporten valor a sus vidas, construyendo juntos una propuesta urbana amigable, sustentable e inclusiva.	• Página Web • Encuesta de satisfacción de los clientes (NPS) • Estudios de mercado • Redes sociales • Comunidad Mallplaza • Focus y testeo de productos • Canales de atención al cliente • Comunicación de políticas	
 Colaboradores internos	Potenciamos un espacio de desarrollo y crecimiento profesional, alineados a nuestra cultura organizacional.	• Encuesta de Cultura Corporativa • Encuesta anual SS index • Comunicaciones internas • Canal de Integridad • Código de Ética • Voluntariados Corporativos • Comité Ampliado • Reuniones Cascadas	
 Colaboradores externos	Construimos un vínculo de confianza y sentido de comunidad, en sus dimensiones casa matriz y tienda.	• Lista de difusión WhatsApp • Reuniones informativas presenciales • Diario mural Estar Contigo • Newsletter mensuales • Portal de Tiendas • Visitas tienda a tienda • Encuestas anual SS Index • Canal de Integridad	

Grupo de interés	Rol	Canales de información y comunicación	
 Proveedores	Construimos e implementamos un modelo de gestión sostenible con ellos, que aporte valor, innovación y crecimiento a ambas partes.	• Solicitud de Propuestas/Cotizaciones • Encuesta anual SS Index • Portal de Proveedores • Política de Relacionamiento con proveedores	• Encuesta 360° • Contratos • Memoria Integrada anual • Canal de Integridad
 Autoridades y fiscalizadores	Cumplimos con sus requerimientos con transparencia, veracidad, integridad y de manera oportuna.	• Newsletter comunidad • Reuniones • Escuesta SS Index anual	
 Inversionistas	Los informamos de manera veraz, suficiente y oportuna, fortaleciendo el conocimiento y <i>awareness</i> de Mallplaza como empresa sostenible.	• Memoria Integrada anual • Informes de resultados • Estados Financieros • Análisis razonados consolidados • Junta Ordinaria de Accionistas • Junta Extraordinaria de Accionistas • Hechos esenciales	• Comunicados • Página web corporativa • Reuniones con analistas e inversionistas • Conferencias con inversionistas • Encuesta SS Index anual
 Socios comerciales	Buscamos ser el mejor <i>partner</i> de negocios omnicanal en Latam, potenciando sus ventas y sumando valor a su marca, en toda su cadena de negocio.	• Newsletters • Memoria Integrada anual • Canal de contactos • Portal de Socios Comerciales • Portal Tiendas • Contratos • Contacto permanente con ejecutivo comercial	• Canal de integridad • Reuniones digitales • Reuniones presenciales en centros urbanos • Reportes de gestión • Encuestas de satisfacción • Portal Logístico

Fuente: <https://www.mallplaza.com/sostenibilidad/estrategia>

Premios y reconocimientos



Premio Cero Basura

Nos convertimos en el primer centro comercial de Chile que busca eliminar el uso de residuos en los patios de comida. Gracias a ello fuimos reconocidos en los Premios Cero Basura, obteniendo el primer lugar en la categoría Cambio Cultural.

Merco Empresas y Líderes

Según el ranking [Merco](#) Empresas y Líderes 2022, en su décimo tercera versión, somos la empresa con mejor reputación corporativa y percepción en el sector inmobiliario-retail. Este estudio que evalúa dimensiones clave como la económica, social, medioambiental, talento y gobierno corporativo, este año nos ubicamos en el lugar 39, subiendo cuatro puestos respecto de la medición 2021.

Dow Jones Sustainability Index

Por cuarto año consecutivo nos encontramos en los índices MILA y Chile, alcanzando este año el puntaje más alto respecto de los anteriores. En el índice Chile somos la única empresa del rubro que está presente.

Reputación IPSOS

Obtuvimos la categoría Plata en el Estudio de Reputación Corporativa 2022, elaborado por Ipsos e INC Consultores.

Marca Ciudadana

Fuimos ganadores en la categoría "Centros Comerciales" de Marca Ciudadana, de CADEM, en los estudios del primer y segundo semestre de 2022.

Premio Impulsa

Fuimos reconocidos como una de las ocho empresas ganadoras de la VII versión del Premio Impulsa 2022, destacando como líderes en la categoría Industrial, Construcción e Inmobiliario. Este reconocimiento, otorgado por la Fundación Chile Mujeres, PwC Chile y Pulso, destaca a las empresas con los mejores indicadores de género de su respectivo rubro, de acuerdo con la información publicada por la CMF asociada a la Norma de Carácter General 386.

Equidad Chile, Fundación Iguales

Obtuvimos la Certificación Equidad CL 2022 como uno de los mejores lugares para trabajar para el talento LGBTQ+, por *Human Rights Campaign*, Fundación Iguales y *Pride Connection* Chile.

Pride Connection

Fuimos merecedores de la categoría A como parte de la radiografía que realiza *Pride Connection*: diagnóstico sobre diversidad e inclusión con foco en diversidad sexual y de género, que pretende detectar brechas y oportunidades de mejora en la gestión de procesos e iniciativas en cada organización.

Asociaciones y membresías

CMF 6.3.b. CMF 6.1. vi
GRI 2-28

En Mallplaza buscamos mantenernos en constante evolución para ofrecer las mejores experiencias y generar valor a todos nuestros grupos de interés. En este sentido, con el objetivo de impulsar nuestro desarrollo sustentable y fortalecer nuestra estrategia, adherimos a distintas organizaciones.

CHILE

● **Pride Connection (Chile)**

Pride Connection Chile es una red que busca promover espacios de trabajo inclusivos para la diversidad sexual y generar lazos para la atracción de talento LGBTI a las distintas organizaciones que la componen.

● **Cámara Chilena de Centros Comerciales (CCHCC) (Chile)**

La Cámara Chilena de Centros Comerciales es una asociación gremial independiente, sin fines de lucro, que reúne a los principales actores del rubro en Chile. Su misión es contribuir al desarrollo de la actividad de los centros comerciales en Chile.

● **Instituto Chileno de Administración de Empresas (Icare) (Chile)**

Icare proporciona a los niveles directivos información relevante sobre el medio nacional e internacional, facilitando la comprensión y oportuna evaluación de las fuerzas que mueven los mercados y las tendencias que influyen en el funcionamiento de las empresas.

● **International Council of Shopping Centers (ICSC) (Internacional: Chile, Perú, Colombia)**

La ICSC, organización que persigue el avance de la industria, promueve y eleva los mercados y lugares donde la gente compra, cena, trabaja, juega y se reúne, como espacios fundamentales y vitales de las comunidades y las economías.

● **Corporación Industrial para el Desarrollo Regional del Bío Bío (Cidere) (Chile – Biobio)**

Corporación que entregara a las personas las herramientas para que ellas pudiesen cumplir sus sueños, salir de la pobreza y ayudar al desarrollo productivo de la Región.

● **Asociación Cultural de Cerrillos (Chile)**

La Asociación Cultural Municipal de Cerrillos tiene por finalidad u objeto diseñar, formular, y ejecutar planes, programas e iniciativas para contribuir al desarrollo cultural y patrimonial armónico y equitativo de la comuna de Cerrillos.

● **Cámara de Comercio de Antofagasta (Chile – Antofagasta)**

● **Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles (Chile)**

La Corporación Cultural Municipal de Los Ángeles pretende ser la principal administradora de la infraestructura cultural de la comuna extendiendo el alcance de sus lineamientos y objetivos a la provincia, con una propuesta enfocada a la formación de audiencias y promoción de las manifestaciones artísticas, siendo a su vez la propulsora de la creación artística cultural local, mediante espacios de apoyo y asesoría a los cultores y agentes locales, promoviendo así una administración participativa que atiende correctamente las necesidades del territorio.

● **Comunidad Portuaria de Antofagasta (COPA) (Chile – Antofagasta)**

La misión de COPA es liderar y representar al sector logístico de los asociados a través de la generación de capacitación, vinculación, información estratégica, indicadores y mejores prácticas que permitan a Puerto de Antofagasta ser el más competitivo de la zona norte de Chile bajo una relación armónica con la ciudad de Antofagasta.

COLOMBIA

- **Asociación de Centros Comerciales de Colombia (Acecolombia) (Colombia)**

Acecolombia trabaja por la integración de los centros comerciales de Colombia en busca de su desarrollo y fortalecimiento institucional, por medio de la organización de actividades conjuntas, alianzas estratégicas y programas de mejoramiento continuo que contribuyan a enriquecer con experiencias la gestión de la administración de los centros comerciales asociados.

- **Cámara de Comercio e Industria Colombo Chilena - (Colombia)**

Es una entidad gremial que fomenta, promueve y fortalece las relaciones comerciales y la inversión entre empresas chilenas y colombianas.

- **Cámara Regional de la Construcción Bogotá y Cundinamarca - (Colombia)**

CAMACOL es un gremio que representa los intereses de la cadena de valor de la construcción, incidiendo eficazmente en las decisiones que conciernen al desarrollo y crecimiento del sector.

- **Federación Nacional de Comerciantes (FENALCO) - (Colombia)**

FENALCO representa gremialmente a los comerciantes y empresarios colombianos atendiendo sus necesidades. Se fundamentan en la defensa de la democracia y la libre empresa para generar mejores condiciones de competitividad, productividad y sostenibilidad.

PERÚ

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

La Asociación de Centros Comerciales y de Entretenimiento del Perú – ACCEP, (creada en junio de 2001) tiene como objetivo fomentar el desarrollo de la industria representando, promoviendo y defendiendo a sus miembros ante organismos públicos y privados.

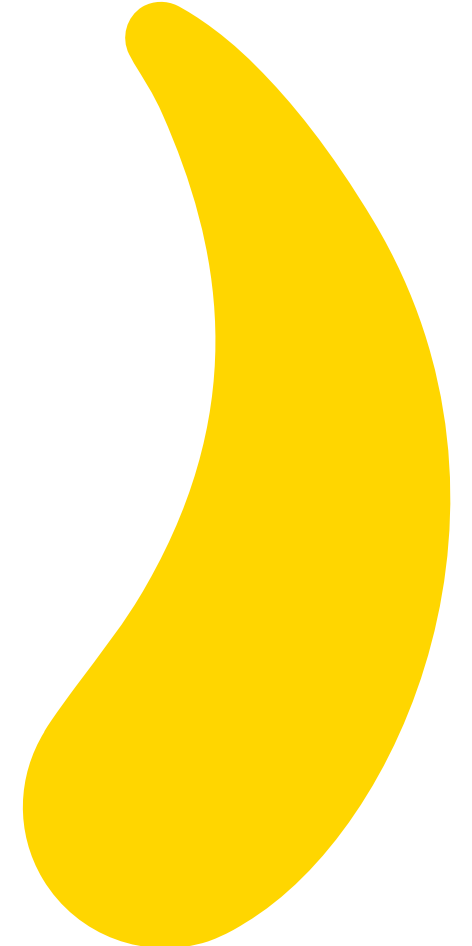


Mallplaza Trébol, Talcahuano, Chile.



Mallplaza Egaña, Huerto urbano.

1. Centros urbanos sustentables



Acción climática

GRI 3-3 Cambio Climático

Con el propósito de apoyar la mitigación del Cambio Climático y conscientes de que el sector industrial juega un rol fundamental en el cumplimiento de este objetivo mundial, en Mallplaza estamos comprometidos con llevar a cabo una gestión eficiente, sustentable y circular de nuestras operaciones en todos los centros urbanos de los distintos países donde operamos (Chile, Perú y Colombia).

Para lograrlo, durante 2022 implementamos distintas acciones vinculadas a esta temática, las que dividimos en tres pilares corporativos:

Proceso de regionalización:

Trabajamos fuertemente en una identificación y verificación de los requisitos legales para Chile, trabajo que también se extendió a Perú y Colombia.

Plaza 0:

Iniciativa que desarrollamos en Mallplaza Egaña (Chile) con la que buscamos eliminar los envases de un solo uso, reemplazándolo por vajilla reutilizable y logrando una mejor segmentación de los residuos orgánicos. Esta iniciativa nos permitió obtener el Premio Cero Basura en la categoría Cambio Cultural.

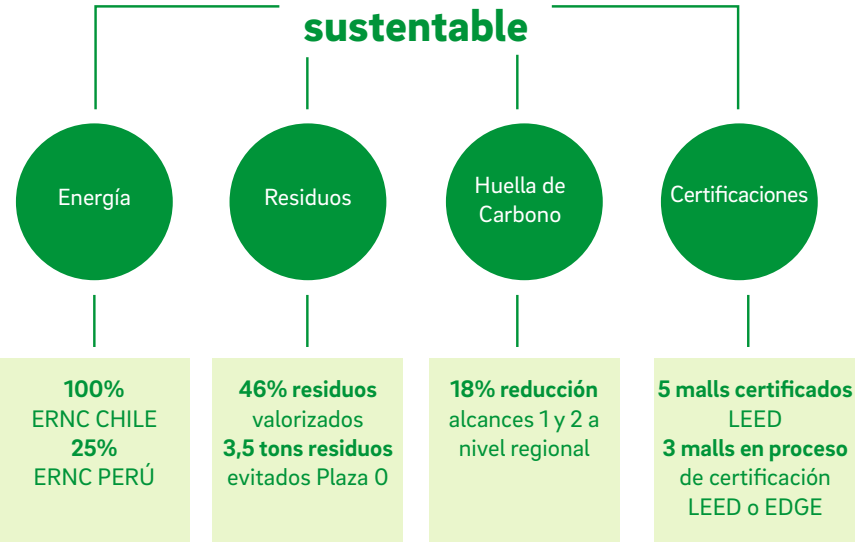
Hoja de ruta de carbono neutralidad:

Desarrollamos la hoja de ruta para lograr la carbono neutralidad al 2030, definiendo proyectos que aportan a la reducción de GEI, poniendo específico énfasis en la eficiencia energética, el uso de energías renovables y la reducción de gases refrigerantes.

Gestión climática



Operación sustentable



Cumplimiento ambiental

CMF8.1.3.a.

Durante el año 2022 se aprobó un plan de cumplimiento ambiental que viene de años anteriores.

Para dar continuidad a nuestras buenas prácticas corporativas asociadas al ámbito climático, en Mallplaza contamos con una Política que define nuestro actuar bajo los siguientes parámetros:

- **Cumplimiento de la Normativa Ambiental y Energética, y otros compromisos.**
- **Compromiso frente al cambio climático:** con una estrategia que nos permita disminuir nuestra huella de carbono y adaptarnos al cambio climático.
- **Protección del medio ambiente:** promoviendo un desarrollo sostenible.
- **Gestión de residuos:** implementando una estrategia de economía circular.
- **Ecoeficiencia operacional:** promoviendo el uso eficiente de los recursos hídricos y energéticos.
- **Transparencia del desempeño ambiental:** informando nuestros compromisos adquiridos.
- **Relación con nuestros socios comerciales y proveedores:** fomentando prácticas medio ambientales.

En 2021 anunciamos nuestra adhesión a la Alianza para la Acción Climática (ACA Chile), poniendo foco en la eficiencia energética e hídrica en la gestión de residuos y la promoción del fin de los plásticos de un solo uso.

Carbono

Neutralidad

GRI 3-3 Emisiones

Contamos con una Política Medioambiental (aprobada en 2021), así como con un Programa de Cumplimiento de Medioambiental al que sumamos la elaboración de una Matriz de Riesgos de Medio Ambiente (durante el mismo año).

En Mallplaza decidimos no ser neutrales frente a la emergencia climática y por ello nos comprometimos a alcanzar la carbono neutralidad al 2030. Para lograrlo, seguimos desarrollando distintas iniciativas que nos permitan alcanzar exitosos resultados.

Por esta razón, nos sumamos al esfuerzo global de la Alianza por la Acción Climática de Chile, que nos permitirá abordar los desafíos de la emergencia climática, convirtiéndonos en un agente movilizador de cambios que impacten positivamente en el medioambiente.

Además, en todos los países donde operamos medimos la huella de carbono que generamos de forma anual –en los alcances 1, 2 y 3–, para luego establecer acciones de mitigación alineadas a Science Based Target initiative (SBTi).

Asimismo, estamos comprometidos con operar al 100% con Energías Renovables No Convencionales (ERNC) en Chile y Perú y, al 2025, reducir nuestro consumo hídrico en un 30% y aumentar al 60% la valorización de nuestros residuos, fomentando la circularidad en nuestras operaciones.

Gracias a las estrategias aplicadas, en 2022 logramos que el 100% de la energía consumida en nuestras operaciones en Chile provenga de fuentes renovables no convencionales (ERNC), mientras que en Perú alcanzamos un 25% de uso de ERNC con la incorporación de nuestro Mallplaza Bellavista.



Chile

100% ERNC

Perú

25% ERNC

En cuanto a la iluminación de nuestros centros urbanos, trabajamos para alcanzar –al 2025– la implementación de luminarias LED en el 100% de ellos, así como un sistema de climatización eficiente a través de tecnología evaporativa, reemplazando los gases refrigerantes R22 que aún mantienen en nuestros equipos.



Meta 2025

100% luminarias LED



Climatización eficiente

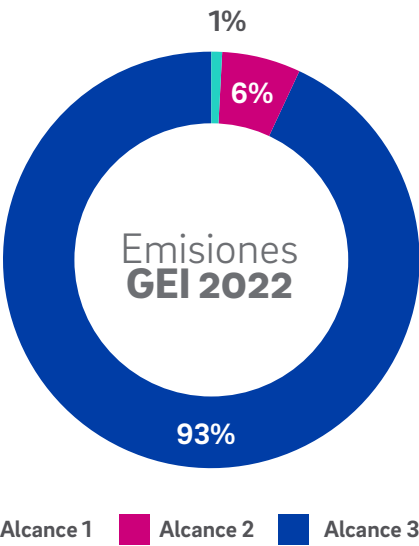
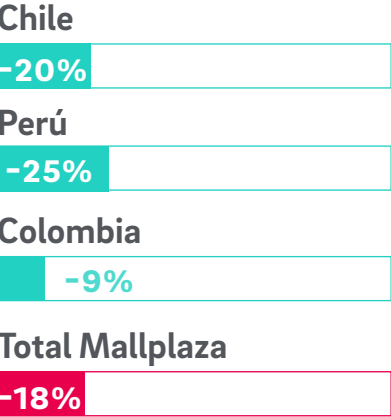
Este año adherimos al programa Huella Perú que reconoce a organizaciones públicas y privadas que gestionan sus emisiones de gases de efecto invernadero, **logrando obtener una estrella de reconocimiento con base en nuestra cuantificación de huella 2021. Actualmente nos encontramos en el proceso de verificación de las emisiones generadas en 2022 para obtener la segunda estrella.**

Por último, para hacer más eficientes nuestras operaciones, nos preocupamos por la constante capacitación de nuestros técnicos profesionales vinculados con la implementación y mantención de nuestro sistema de gestión ambiental y energético, cumpliendo con los estándares ISO 14001:2015, ISO 45001:2018 e ISO 5001:2018.

Durante 2022 trabajamos en nuestra hoja de ruta de cara a alcanzar la carbono neutralidad alcances 1 y 2 a 2030 en base a los lineamientos de SBTi (*), definiendo reducir en un 53% las emisiones alcances 1 y 2 a 2030, a una tasa de -4% promedio anual regional, respecto de la línea base 2021.

Con este fin trazamos una serie de hitos, como la implementación de eficiencia energética en Colombia y Perú, proyectos de autogeneración, la compra de energía renovable, un cambio en la política de gases refrigerantes, una adecuada gestión de residuos, entre otros.

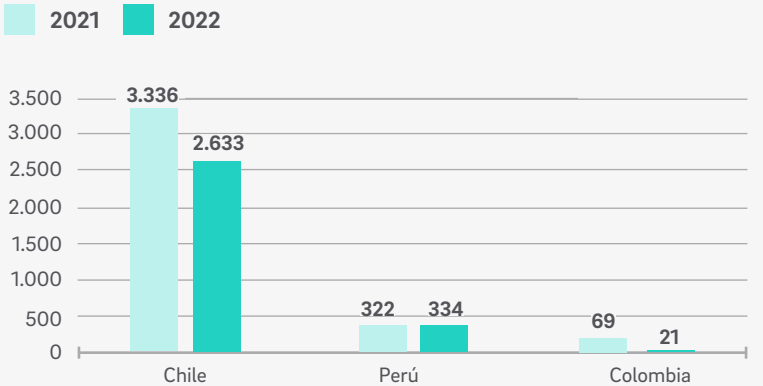
Reducción por país



* Science Based target initiative.

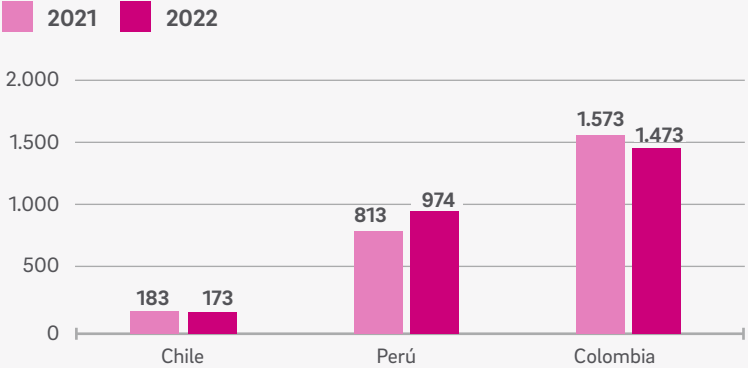
Emisiones directas de GEI (Alcance 1)

GRI 305-1
(Toneladas métrica de CO₂)



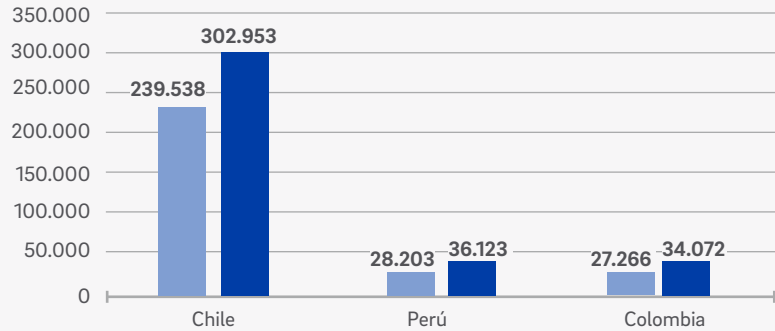
Emisiones indirectas de GEI (Alcance 2)

GRI 305-2
(Toneladas métrica de CO₂ equivalente por método mercado)



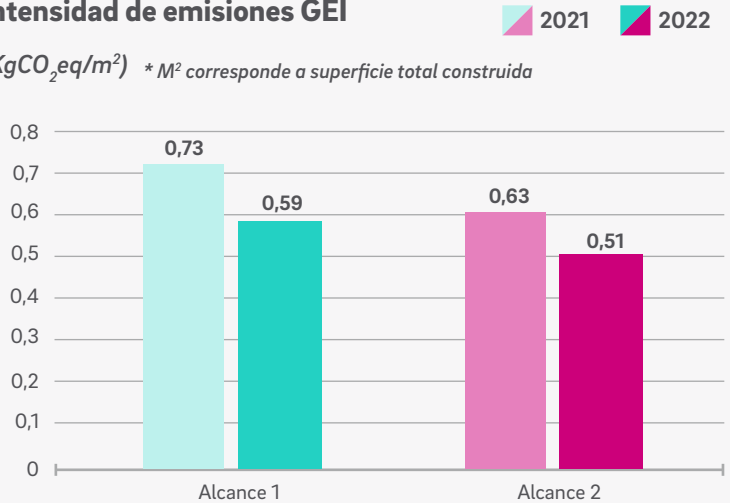
Otras emisiones indirectas de GEI (Alcance 3)

GRI 305-3
(Toneladas métrica de CO₂ equivalente por método mercado)



Intensidad de emisiones GEI

(KgCO₂eq/m²) * M² corresponde a superficie total construida



Eficiencia energética y electromovilidad

GRI 3-3 Energía
SASB IF-RE-130a.4

Todos los centros urbanos de Mallplaza Chile cuentan con Certificación ISO 50.001 de Eficiencia Energética.

Desde 2021 nuestro Centro de Operaciones (COP) nos permite optimizar de manera centralizada (BMS) y en línea el consumo energético de cada uno de nuestros centros urbanos, en los tres países donde operamos a través del monitoreo, control y gestión de la energía en los sistemas de clima, fuerza, alumbrado y corrientes de aire a nivel regional.

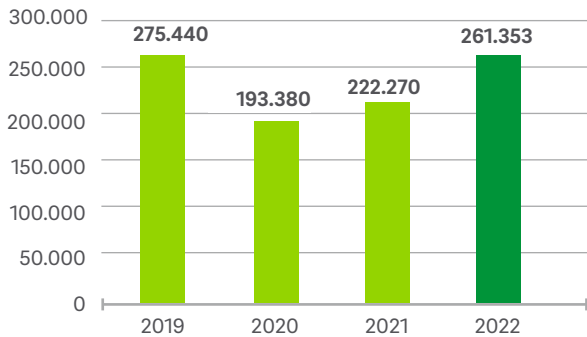
Asimismo, la apuesta por la electromovilidad responde al compromiso permanente de Mallplaza con promover el transporte limpio y la movilidad dentro de la ciudad y, paralelamente, al interés de concientizar a las personas respecto de maneras más sustentables de vivir, fomentando cambios de hábitos cotidianos.

Mallplaza cuenta hoy con la red más grande de electrolineras en centros comerciales a nivel país y esperamos seguir creciendo en este ámbito. De hecho, esto ha significado que las electrolineras de Mallplaza sean la primera infraestructura de ese tipo en algunas localidades de Chile. Esto nos da la confianza de que podemos marcar una diferencia y promover esta categoría como parte de nuestra propuesta valor.

Consumo energético¹

GRI 302-1 GRI 302-3

Total consumo energético (MWh)



El 84,4% de la energía consumida en todos nuestros centros comerciales provino de energías renovables durante 2022.

¹ Durante la pandemia la actividad de los centros comerciales disminuyó considerablemente, recién el 2022 se reactivó la actividad.



Mallplaza Oeste, Santiago, Chile

Valorización de residuos y economía circular

GRI 3-3 esiduos
GRI 306-2 GRI 306-1

La gestión integral de los residuos apunta a incorporar conceptos de economía circular en la operación, separando los residuos valorizables y compostables, gestionándolos de forma diferenciada.

Como parte de nuestras metas circulares, en Mallplaza proyectamos –al 2025– valorizar el 60% de los residuos que generamos como inicio del camino para llegar a cero residuos.

Proyecto Plaza 0

Modelo inédito de operación con el que buscamos reducir la generación de residuos en nuestros patios de comida, a través del uso de vajilla reutilizable. Además, considera un modelo de economía circular al implementar una mejor segregación y procesamiento de los residuos orgánicos que genera cada uno de nuestros establecimientos.

Además, este proyecto también considera el desarrollo de nuestra primera huerta urbana en Mallplaza Egaña con agua proveniente del digestor. En detalle, una vez que segregamos los residuos orgánicos recolectados, los cargamos en un digestor que los degrada hasta obtener un líquido bioestimulante rico en nutrientes, que luego utilizamos para el proceso de riego en nuestros jardines y las 25 camas de huerto de nuestro centro urbano.

Resultados alcanzados:

Residuos que no llegan a
rellenos sanitarios

3,495 Ton

Hemos evitado la utilización de 297.534 unidades de plásticos de un solo uso, equivalentes a 3,495 toneladas de residuos que no llegan a rellenos sanitarios.

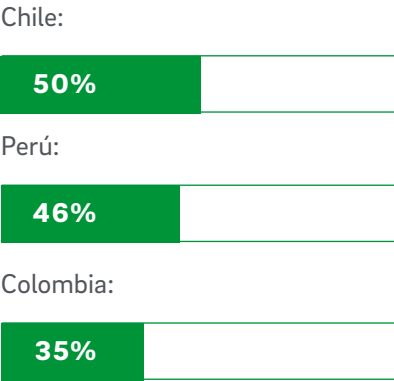
Gracias a esta iniciativa nos convertimos en el primer centro comercial de Chile que busca eliminar el uso de residuos en los patios de comida, por lo que fuimos reconocidos en los premios **Cero Basura, obteniendo el primer lugar en la categoría Cambio Cultural.**

Obtuvimos la primera cosecha de hortalizas y hierbas en nuestra huerta urbana.

Mallplaza Egaña, La Reina, Santiago, Chile.

Durante el año también **incrementamos el volumen de reciclaje de cartón, vidrio, plástico PET y duro, bolsas fill, metal y tetra en todos los países donde operamos.**

Meta valorización 2022:



Residuos No Peligrosos (Ton)

GRI 306-4

	Mallplaza Chile	Mallplaza Perú	Mallplaza Colombia
Residuos No peligrosos (Ton)	20,415	1,745	4,091

Reciclaje

Métodos de NO eliminación (reutilización, reciclaje, otras operaciones de valorización)	Mallplaza Chile		Mallplaza Perú		Mallplaza Colombia	
	Instalaciones	Fuera de las instalaciones	Instalaciones	Fuera de las instalaciones	Instalaciones	Fuera de las instalaciones
Reciclaje total						
Compostaje						
Cartones		2672,2		225,70		390,80
Lodos grasos sust.		547,3		-		-
Aceite usado		401,2		-		4,80
Plastico film		11,5		55,70		30,50
Orgánicos (interno)	62.0			-		-
Orgánicos (externo)		146,0		-		310,20
Vidrio		31,6		6,24		110,00
Latas		1,3		7,24		1,40
Botellas PET		3,1		11,70		16,90
Papel		1,6		4,29		54,80
Tetrapack		0,0		0,67		-
Chatarra		0,0		-		4,60
Residuos electrónicos		0,0		-		0,20
Total (Ton)	62	3,815,71	-	311,54	-	924,20

Mallplaza Egaña, La Reina, Santiago, Chile.



Mallplaza Egaña, La Reina, Santiago, Chile.

Construcción sostenible

SASB IR-RE - 130a.5 SASB IF-RE-410a.1
GRI3-3 Construcción Sostenible

En Mallplaza buscamos alcanzar la excelencia operacional a través de la mejora constante en nuestro desempeño energético e hídrico, implementando soluciones innovadoras y optimizando el control operacional, para así generar valor ambiental, social y económico en los lugares donde nos instalamos.

Esto implica considerar el desempeño energético presente y futuro tanto de nuestros activos actuales, como de aquellos que se proyecta desarrollar o construir.

En el caso de los edificios a construir, en Mallplaza hemos definido que nuestros malls serán certificados bajo estándares internacionales de construcción sustentable, como son las certificaciones LEED (otorgada por US Green Building Council).

Es así como tenemos ya cinco centros urbanos certificados LEED, uno en proceso de certificación LEED y dos más en proceso de certificación EDGE.

Además, nuestro proyecto Mallplaza Cali está siendo construido para certificarse LEED una vez que entre en operación.

A continuación, se detallan algunos de las especificaciones LEED con las que cuentan nuestros centros urbanos:

Centros urbanos certificados LEED Gold

- [Mallplaza Egaña](#)
- [Mallplaza Copiapó](#)

Centros urbanos certificados LEED Silver

- [Mallplaza Arequipa](#)
- [Mallplaza Manizales](#)
- [Mallplaza Buenavista](#)

En proceso de certificación LEED / Edge (2023)

- [Mallplaza Los Dominicos](#)
- [Mallplaza Arica](#)
- [Mallplaza Comas](#)

En el caso de los edificios que se adquieren, el proceso considera realizar un análisis comparativo entre la operación del nuevo mall y el estándar Mallplaza, con el fin de definir las acciones para cerrar brechas en caso de que las hubiera e implementar los procesos y prácticas asociados a la política de cambio climático y medioambiente de la compañía.

Adicionalmente, como parte de nuestro objetivo de descarbonización, durante 2022 hicimos un recambio de

equipos de climatización en varios de nuestros centros urbanos en procesos de remodelación o ampliación:

- En Mallplaza Vespucio reconvertimos 17 equipos Rooftop (RT) que antiguamente funcionaban con gas R22 (HCFC 22) a unidades manejadoras de aire (UMAS), las cuales son enfriadas con agua a través de una central térmica que opera con R134 (refrigerante libre de cloro sin CFCs ni HCFCs). Gracias a esta iniciativa logramos reemplazar 1.680 kilos de R22.
- Para climatizar el área común de nuestros centros urbanos instalamos 212 equipos evaporativos que operan con agua y electricidad (sin la necesidad de ningún gas refrigerante), lo que incide en un importante ahorro del consumo energético de nuestras operaciones (consumen solo 11 Kwh y 15 litros por hora de agua en comparación con los equipos antiguos, que consumían 170 Kwh).

En 2022 abrimos al público 337 tiendas, con un total de 105.287 m², todas ellas poseen en su contrato una cláusula relacionada a la recuperación de los costes de las mejoras estructurales relacionadas con la eficiencia de los recursos.

Huella hídrica y uso eficiente del agua

GRI 3-3 Agua

Además de nuestro compromiso con hacer más eficiente el consumo de energía, en Mallplaza también nos preocupamos por reducir el consumo de agua en nuestras operaciones al máximo posible.

Prueba de ello es nuestro alineamiento con los estándares de certificación *LEED* e ISO 14001, que exigen protocolos en el uso, disposición y vertido del agua en los centros urbanos.

En este sentido, parte de nuestra estrategia radica en la constante búsqueda de tecnologías y oportunidades que nos permitan implementar mejoras en la medición y gestión del agua que consumimos en nuestras operaciones. También realizamos una medición de huella hídrica para actualizar nuestros aprendizajes corporativos asociados a la optimización del recurso.

Así, durante 2022 implementamos una mesa de trabajo para definir distintas iniciativas que nos ayuden a alcanzar nuestra meta final de reducir en un 30% el consumo de agua de nuestros centros urbanos al 2025.

Debido a que una parte importante de nuestros centros urbanos se encuentran en zonas de escasez hídrica, contamos con una importante restricción del recurso disponible debido a que podría afectar a la continuidad operacional.

Para ello, implementamos una estrategia cuyo objetivo es el de cuidar el recurso hídrico y que contempla las siguientes acciones:

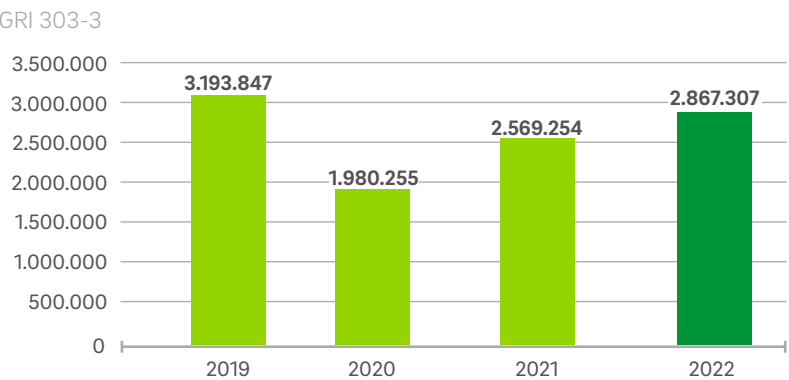
- Renovación del paisajismo por especies y desarrollo de bajo requerimiento hídrico de acuerdo con proyectos aprobados

- Riego de áreas verdes con sistema tecnificado
- Reutilización de aguas grises en centros urbanos que estén ubicados donde la normativa lo permita
- Control operacional de apertura de griferías con criterios de eficiencia hídrica en baterías de baños operación bajo los 10 segundos
- Telemetría de consumos de agua, mediante Software SIMON para los 17 centros urbanos de Chile

Compromiso 2025

-30% de consumo hídrico

Medición de consumo de agua 2022¹



¹Durante la pandemia la actividad de los centros comerciales disminuyó considerablemente, recién el 2022 se reactivó la actividad.

Software SIMON de gestión de agua

En Mallplaza buscamos mejorar día a día nuestros procesos. Por eso, en materia de optimización hídrica en 2021 iniciamos un plan piloto con el sistema de gestión en línea SIMON, que se encarga de analizar de manera activa y permanente los datos del agua que ingresa al estanque de uno de nuestros centros urbanos, así como la que sale del mismo para el suministro de las operaciones.

Los datos suministrados por la plataforma nos permiten conocer en tiempo real el consumo de agua que generamos. También posibilitan una comparación con nuestra línea base elaborada en relación con el consumo de un año regular, y con el consumo del día, semana y mes anterior. Gracias a ello, podemos activar planes de acción correctivos si se identifica una desviación de consumos.

Dados los buenos resultados obtenidos, durante 2022 replicamos esta iniciativa a nivel regional.



Compromiso con la biodiversidad

SASB IF-RE-410.a3

En nuestro afán por reducir la contaminación y mejorar la eficiencia hídrica de nuestras operaciones, además de crear áreas verdes y de encuentro para la comunidad y nuestros visitantes, durante 2022 plantamos el primer bosque con especies nativas dentro de un centro urbano en Mallplaza Oeste, Chile.

Esta iniciativa la llevamos a cabo en alianza con Corporación Cultiva y el apoyo de colaboradores, alumnos de DUOC UC y la Escuela Los Cerrillos, con lo que convocamos a más de 70 personas que participaron de la plantación de 400 árboles nativos que nos ayudarán a cumplir nuestro objetivo.

Además, sumamos la donación del primer vivero de regeneración nativa y arbolado urbano realizado en Cerrillos, Chile: proyecto que desarrollamos junto la Municipalidad de Cerrillos y la Corporación Cultiva buscando contribuir a la reproducción de especies aptas para la zona y de bajo consumo hídrico que serán utilizadas para reforestar y crear nuevas áreas verdes dentro de la comuna.

Asimismo, en Colombia en las ciudades de Cartagena y Barranquilla realizamos dos jornadas de plantación de árboles durante el año, alcanzando más de 150 nuevos ejemplares instalados en el entorno. Específicamente en Cartagena de Indias, realizamos una nueva limpieza de la laguna Chambacú, en una jornada ambiental en la que recuperamos más de una tonelada de residuos aprovechables.

Impulsando buenas prácticas

- En términos generales, todos nuestros contratos incluyen una cláusula sobre el cumplimiento de la normativa ambiental vigente.
- Medimos y reportamos el consumo energético de las tiendas.
- Hemos desarrollado lineamientos, definiciones y fichas técnicas para la habilitación sustentable de los locales, bajo criterios LEED, como por ejemplo uso de grifería de bajo consumo hídrico y luminarias LED.

- Iniciativas que buscan sumar a los socios comerciales o arrendatarios en un esfuerzo compartido para lograr resultados ambientales. Tal es el caso de Plaza O, un modelo de economía circular en la operación de los patios de comida que reduce la generación de residuos y mejora la recuperación de orgánicos, impactando en una mayor y mejor valorización de los residuos. Asimismo, en los centros urbanos en que existen digestores orgánicos, se articula con los socios comerciales la segregación de estos residuos en las cocinas, la recolección diferenciada y el tratamiento de los orgánicos en los digestores.

"Los océanos celebran"

Convencidos de que para alcanzar cambios medio ambientales es necesario promover la educación ambiental entre las personas, durante 2022 realizamos en Colombia la campaña "Los océanos celebran" para generar conciencia y cuidado de nuestras aguas a través de un montaje de alto impacto, foros ambientales, talleres y actividades. Dentro de los hitos destacados, regalamos la primera bolsa que se deshace en el agua: una innovación chilena que llevamos a Colombia.

Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia



Mallplaza Egaña, La Reina, Santiago, Chile.

2. Impacto Social: Comunidades

GRI 3-3 Impacto en comunidades
GRI 413-1

En Mallplaza las comunidades están al centro de nuestro accionar. En esta línea, estamos convencidos que la gestión del territorio dinamiza nuestro actuar, con foco en el desarrollo y crecimiento constante de nuestro negocio.

Es por eso que mantenemos una relación directa y cercana con los vecinos y representantes de la comunidad local, nos vinculamos con esta y otros *stakeholders* para identificar y generar oportunidades para crear valor mutuo. Creemos que la gestión del negocio debe estar conectada con desafíos sociales y ambientales y, a su vez, con los grupos de interés en los lugares donde estamos.

Para esto trabajamos en diseñar políticas corporativas que sintonicen con las preocupaciones sociales y ambientales de las comunidades de nuestros territorios de influencia, junto con proponer planes de acción para la vinculación entre Mallplaza y nuestro entorno social.

Comunidades: en el centro de las prioridades

Con la finalidad de consolidar a 2025 un relacionamiento comunitario que sea percibido como un activo fuerte de nuestro negocio, procuramos construir vínculos de cercanía y confianza con los principales grupos de interés de los lugares en los cuales emplazamos nuestras operaciones.

El diálogo permanente con nuestras comunidades, así como los resultados de procesos de consulta y encuestas, nos permiten conocer las principales preocupaciones, expectativas y aspectos de interés de nuestros vecinos, emprendedores y autoridades locales. Esta comprensión nos permite alimentar nuestros planes de acción anuales, ajustar y diseñar iniciativas y/o programas de tal modo de continuar fortaleciendo los vínculos y agregando valor en los lugares donde estamos.

Cuidamos nuestras operaciones y velamos por los reales y posibles impactos comunitarios

GRI 413-2

Porque en Mallplaza tenemos un profundo compromiso con las comunidades, procuramos mantener una relación sana con ellas y, por eso, evaluamos los impactos tanto positivos como negativos que nuestra operación podría conllevar. En este sentido, la identificación de riesgos e impactos nos permite establecer planes y acciones de mitigación, a través de la aplicación de distintas medidas e iniciativas.

Detallamos algunas situaciones que se pueden producir y que afectarían a las comunidades cercanas a nuestros centros comerciales, en especial en ámbitos medioambientales.

- Ruidos molestos
- Manejo de plagas
- Congestión vehicular
- Inundaciones
- Malos olores
- Sitios aledaños
- Manejo áreas verdes



Encendido árbol de navidad. Mallplaza Oeste, Cerrillos, Chile.

Plaza Comunidad

Con el propósito de fortalecer el compromiso y desarrollo con las personas, en Mallplaza nos hemos propuesto fortalecer el contacto con las comunidades vinculándonos con sus actores y participando activamente en acciones en conjunto.

Es por esto que en el marco de nuestra iniciativa “Plaza Comunidad” diseñamos propuestas y aplicamos metodologías participativas, análisis de data y entrega de servi-

cios que nos permiten conocer y acercarnos mejor a nuestros visitantes, vecinos y autoridades locales. Junto con ello, identificamos las necesidades y oportunidades en cada uno de los territorios en donde estamos presentes, aportando a la compañía información estratégica para favorecer el negocio y así brindar una mejor experiencia a las comunidades y visitantes en cada uno de nuestros centros urbanos.

Academia Mallplaza

Respondiendo a una necesidad detectada en las comunidades y como parte del programa “Plaza Comunidad”: en 2021 dimos inicio a la Academia Mallplaza, programa que promueve el fortalecimiento de las organizaciones sociales, a través de la formación *e-learning* de líderes y dirigentes sociales provenientes de nuestra área de influencia, desde Arica a Los Ángeles en Chile.

Durante 2022 realizamos la segunda versión de la Academia Mallplaza. Con actores provenientes de los distintos lugares donde se encuentra Mallplaza en Chile, en alianza con Fundación Junto al Barrio, realizamos ocho cursos en

diversas temáticas de interés social para el bienestar comunitario, tales como estructura organizacional, trabajo en red, liderazgo, vocería, entre otros. Esto con el objetivo de fortalecer la sostenibilidad y promover liderazgos capaces de hacer frente a los desafíos del nuevo contexto.

También hacemos partícipes a nuestros colaboradores internos para que se puedan sumar a estos cursos. Así, bajo el concepto de voluntariado corporativo, pueden acompañar en este proceso a los líderes y dirigentes sociales participantes.

Dirigentes sociales inscritos

277

Organizaciones sociales representadas

+200

Mentorías con voluntarios Mallplaza

8

Módulos de contenido

8



Mallplaza Vespucio.

Plaza Emprende

GRI 3-3 Fomentar el emprendimiento y economía local

En Mallplaza entendemos el emprendimiento como un programa estratégico de impacto social, con el que buscamos aportar a la reactivación económica de los lugares donde estamos, a partir del fortalecimiento de las capacidades y oportunidades de los emprendedores.

En este sentido, tras el retorno total a la presencialidad en 2022 concentramos nuestros esfuerzos en mantener instancias como capacitaciones e hitos de manera digital,

mientras que las activaciones Plaza Emprende volvieron a desarrollarse en nuestros centros urbanos.

Durante 2022 trabajamos el programa Plaza Emprende a nivel regional, unificando objetivos y elementos en Chile, Perú, y Colombia.

¿Qué buscamos en Plaza Emprende?

Entendiendo que este programa es un centro de oportunidades de crecimiento para la comunidad de emprendedores en distintas etapas de desarrollo, apunta a alcanzar los siguientes objetivos:

- Proporcionar espacios de comercialización a emprendedores para la venta de sus productos.
- Entregar herramientas digitales a los emprendedores para una mejor gestión de su negocio.
- Propiciar la generación de redes entre emprendedores del programa.

Asimismo, a través de instancias de capacitación y de comercialización presencial, tales como ferias, tiendas, módulos y puntos permanentes, buscamos entregar herramientas a los emprendedores para que puedan crecer y desarrollarse.

Hoy más de 10.000 emprendedores son parte de Plaza Emprende regional. En esta misma línea, destacamos que cerca del 80% de los emprendedores son mujeres, jefas de hogar y sostenedoras de familia, quienes realizan ferias de emprendimiento específicas con distintas organizaciones destinadas a grupos vulnerables que presentan discapacidad, entre las cuales están Senadis y Conadi.



Cifras 2022

Total iniciativas

2.440

+12%

Total emprendedores

6.854

Crecimiento en ventas respecto a 2021

	Iniciativas	Emprendedores
Chile	1.293	3.651
Perú	26	557
Colombia	107	1.764
Comercial Chile	889	706
Comercial Perú	6	71
Comercial Colombia	119	105

Durante 2022 nos planteamos como objetivo estratégico potenciar el desarrollo de los emprendedores de Plaza Emprende y aumentar el impacto en sus negocios, mejorando sus ventas, priorizando su aprendizaje y la consolidación de sus propuestas de negocios. Es así como participaron **más de 6.800 emprendedores en 2.440 iniciativas comerciales**, lo que permitió a los beneficiarios del programa Plaza Emprende a aumentar en 12% promedio las ventas totales a nivel regional.

Cifras destacadas Plaza Emprende Comunidad

Ferias realizadas

1.402

Módulos

7

Centros urbanos
con ferias Mercado
Campesino

5

Emprendedores en
activaciones

4.214

Tiendas de
emprendimiento

24

Emprendedores
capacitados

1.762

A través de Plaza Emprende también potenciamos la reactivación de la economía local mediante el trabajo mancomunado de las áreas de fomento productivo de las municipalidades y organismos públicos como Fosis, Sercotec, Indap, Prodemu, SernamEG, Senadis, entre otras.

Criterios que deben cumplir los emprendedores para participar de las iniciativas

- Los emprendedores deben ser participantes de programas de instituciones públicas y/o Organizaciones con quienes Mallplaza tenga convenio.
- Productos artesanales de manufactura propia.
- Resolución sanitaria si producen alimentos o cosmética.



Mallplaza Vespucio.

Capacitaciones

Instancias digitales en las que entregamos y fortalecemos las herramientas y competencias de los emprendedores, a través de una convocatoria abierta. Gratuitas y realizadas vía *Zoom* semanalmente, están orientadas a temas de interés que les permitan potenciar sus productos, ventas y la gestión de su negocio como:

- *Marketing*
- Administración
- Redes sociales
- Herramientas digitales

Taller de Habilidades FERIALES

Realizado dos veces al mes a través de una convocatoria abierta. Está dirigido a los emprendedores que participan en ferias de emprendimiento.

Nuevos cursos Fortalece para emprendedores

En 2022 lanzamos los Cursos Fortalece: este nuevo espacio de formación para seguir apoyando a los emprendedores en el desarrollo y crecimiento de sus negocios. Estos cursos contemplan cuatro sesiones y tienen una duración de un mes; tiempo en el que no solo buscamos que cada participante aprenda, sino que también pueda aplicar los conocimientos dentro de la misma clase.

A la fecha de cierre de esta Memoria Integrada hemos realizado dos cursos Fortalece: uno de Introducción a Redes Sociales, donde 30 emprendedores tuvieron la oportunidad de aprender a crear y enlazar sus cuentas de *Facebook*, *Instagram* y *WhatsApp Business* con el fin de potenciar sus emprendimientos; y otro enfocado en Modelo de Negocios, donde 30 emprendedores crearon el suyo sobre la base del modelo Canvas.

Espacios de Comercialización



Ferias de emprendimiento: espacios de comercialización itinerantes que se encuentran en los pasillos de nuestros centros urbanos y se concretan en alianza con municipalidades y organizaciones público y privadas.



Mercado Campesino: iniciativa realizada junto a productores de Indap, quienes comercializan productos hortícolas en los pasillos de nuestros centros urbanos.



Tiendas de emprendimiento: espacios de comercialización permanente para los emprendedores que consisten en la habilitación de tiendas que se encuentran en nuestros centros urbanos.



Módulos de emprendimiento: espacios de comercialización permanente que se encuentran en los pasillos de nuestros centros urbanos, los cuales rotamos cada tres meses en alianza con organizaciones y municipalidades.



Tienda TXAFKIN

En abril del 2022 fue la inauguración de la nueva tienda TXAFKIN CONADI en Mallplaza La Serena.

Gracias a un convenio entre Mallplaza y la Corporación Nacional de Desarrollo Indígena CONADI se realizó la apertura de TXAFKIN: la primera tienda de pueblos originarios en centros comerciales de la zona norte del país y la segunda dentro de Mallplaza.

Este espacio benefició directamente a más de cien emprendedoras indígenas del país, quienes tuvieron la oportunidad de exponer y comercializar sus productos y creaciones.

Tienda Plaza Emprende Barranquilla

En octubre se puso en marcha la Tienda Plaza Emprende Barranquilla, donde 22 emprendedores tuvieron la oportunidad de lograr emprender en Mallplaza Buenavista.

El espacio físico para estos emprendedores consta de 70m² los cuales buscan cautivar a los visitantes de Mallplaza Buenavista con lo mejor de las artesanías, macramé, accesorios, productos de consumo procesado y artículos religiosos.



Ferias Gamarra Imparable

La Feria Gamarra Imparable, organizada por el Ministerio de la Producción de Perú a través del Programa Nacional Tu Empresa, en alianza con Mallplaza Bellavista y Mallplaza Comas, contribuyeron a la reactivación económica, estimulando la productividad y ventas.

Impulsadas por el Ministerio de la Producción, más de 50 micro y pequeñas empresas (MYPE) del rubro textil han podido ofrecer y dar a conocer sus productos.

La feria ya se realizó dos veces en el año, siendo muy exitosa para los emprendedores, quienes agradecieron la oportunidad de poder comercializar sus creaciones.



3. **Cultura organizacional Mallplaza:** promoviendo el liderazgo bajo un propósito común



Cultura organizacional

La transformación permanente es uno de los pilares fundamentales que ha marcado nuestros más de 30 años de historia. Así, desde que hicimos público nuestro nuevo propósito de “simplificar y disfrutar más la vida” nos hemos enfocado en exteriorizarlo al máximo posible, buscando que la mayoría de nuestros colaboradores –al menos un 80% de ellos– lo conozcan.

Para esto, durante 2022 promovimos una serie de acciones enfocadas en este objetivo, donde la agenda de liderazgo tomó protagonismo. Con esta acción buscamos que los distintos equipos conversaran entre ellos sobre cómo estaban viviendo nuestro propósito, definiendo habilitadores y bloqueadores. Para hacer seguimiento de esta gestión determinamos embajadores internos y creamos una plataforma de reconocimiento digital fácil y sencilla de usar con el fin de que cualquier colaborador pudiera reconocer a un compañero.



Acciones destacadas de cultura en 2022:

Cultura en línea con el ecosistema

Iniciativa enfocada en vivir el propósito “simplificar y disfrutar más la vida” que llevamos a cabo a través de nuestros valores:

- **SOMOS UN SOLO EQUIPO:** diverso que confía y desarrolla a las personas
- **NOS MOVEMOS ÁGILMENTE:** anticipando, siendo protagonista, aprendiendo constantemente
- **NOS APASIONAMOS POR EL CLIENTE:** con empatía, conocimiento y simplicidad
- **CUIDAMOS EL FUTURO:** respetando a las personas, sociedad y el medioambiente

Cascadas de Cultura

Iniciativa con la que generamos reuniones de equipos y gerencias para vivir una bajada de la estrategia y cultura a través de una conversación directa y cercana entre los líderes y colaboradores de la compañía.

Comité de Cultura

Buscamos movilizar a toda nuestra organización para contribuir a vivir nuestro propósito y valores, definiendo una meta de lograr un nivel de asistencia a las actividades del Comité de Cultura sobre el 80% y conseguir un avance en las tareas asignadas de al menos un 30% por sesión.

Los objetivos específicos definidos fueron instalar espacios para presentar proyectos o acciones relevantes que apunten a la cultura organizacional, así como un espacio abierto de conversación que nos permita generar ideas para establecer acciones definiendo distintos comités de acción.

Mes del Propósito y Agenda de Liderazgo

Serie de activaciones realizadas durante noviembre de 2022 enfocadas en que cada equipo tuviera conversaciones en torno a nuestro propósito corporativo. Al igual que el resto de las acciones desarrolladas durante el año, establecimos una serie de objetivos específicos para llevarlas a cabo:

- Comprender cómo este propósito se conecta con nuestra estrategia corporativa.
- Generar acuerdos que nos permitan vivir el propósito internamente y de cara a nuestros clientes.
- Promover conversaciones intergerencias.

SS Index

Total Regional:	TOTAL	Tasa respuesta
	87	71%
Chile	Perú	Colombia
86	90	86

Nuestra dotación

CMF 5.1.1. 5.1.3. 5.1.4. 5.2.a. 5.3.a.
GRI 2-7

Número total de colaboradores

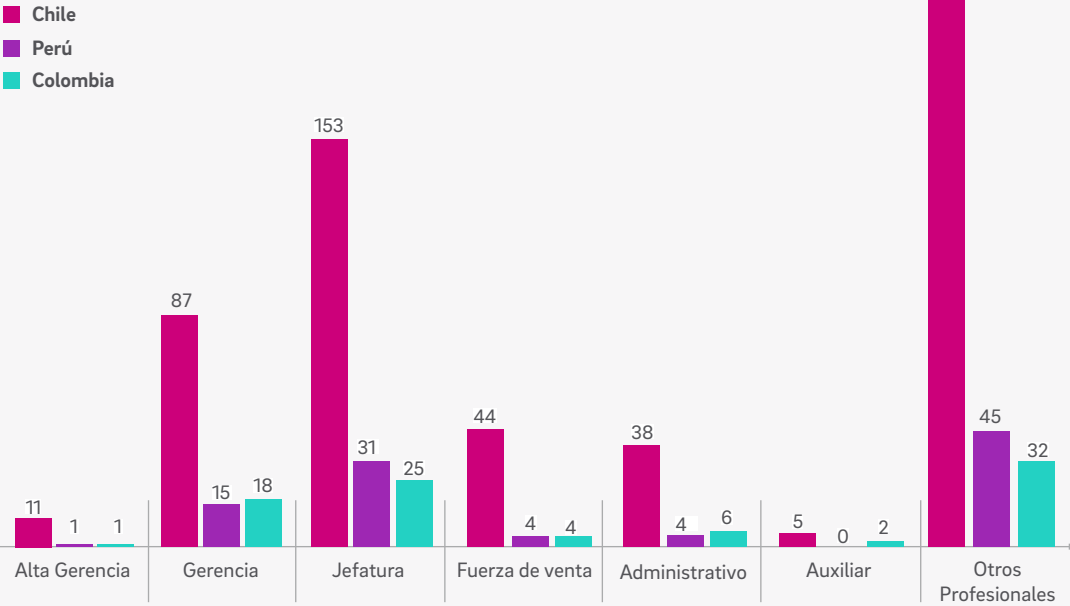
	Chile		Colombia		Perú	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Alta Gerencia	11	11	1	1	1	1
Gerencia	82	87	16	18	17	15
Jefatura	138	153	21	25	29	31
Operario	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	41	44	4	4	4	4
Administrativo	37	38	5	6	5	4
Auxiliar	5	5	2	2	0	0
Otros profesionales	219	235	39	32	43	45
Otros técnicos	0	0	0	0	0	0
TOTAL	533	573	88	88	99	100

Porcentaje de mujeres por cargo

CMF 5.1.1

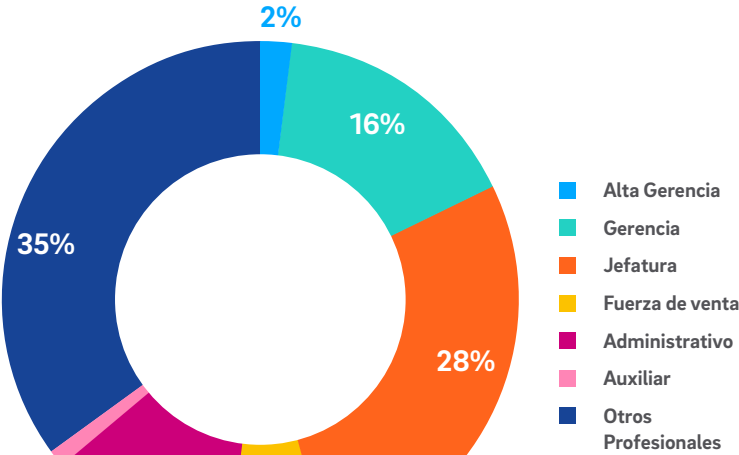
	Chile		Colombia		Perú	
	2021	2022	2021	2022	2021	2022
Alta Gerencia	27%	27%	0%	0%	0%	0%
Gerencia	38%	36%	44%	44%	47%	47%
Jefatura	50%	46%	67%	60%	59%	52%
Operario	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Fuerza de venta	71%	66%	100%	100%	100%	100%
Administrativo	84%	79%	80%	83%	100%	50%
Auxiliar	40%	40%	100%	100%	0%	0%
Otros profesionales	52%	48%	62%	63%	56%	60%
Otros técnicos	0%	0%	0%	0%	0%	0%
TOTAL	52%	49%	61%	61%	59%	56%

Total colaboradores 2022 por país y por cargo

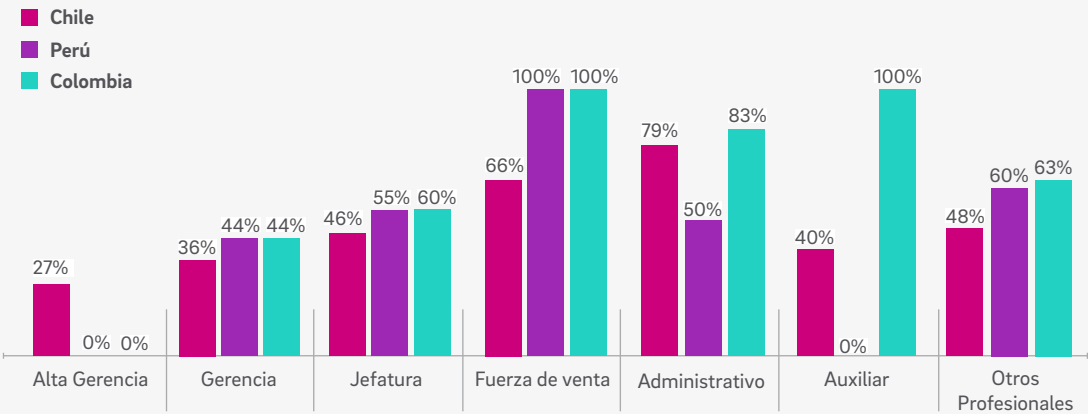


* Las categorías alta gerencia y gerencia representan a top y middle management.

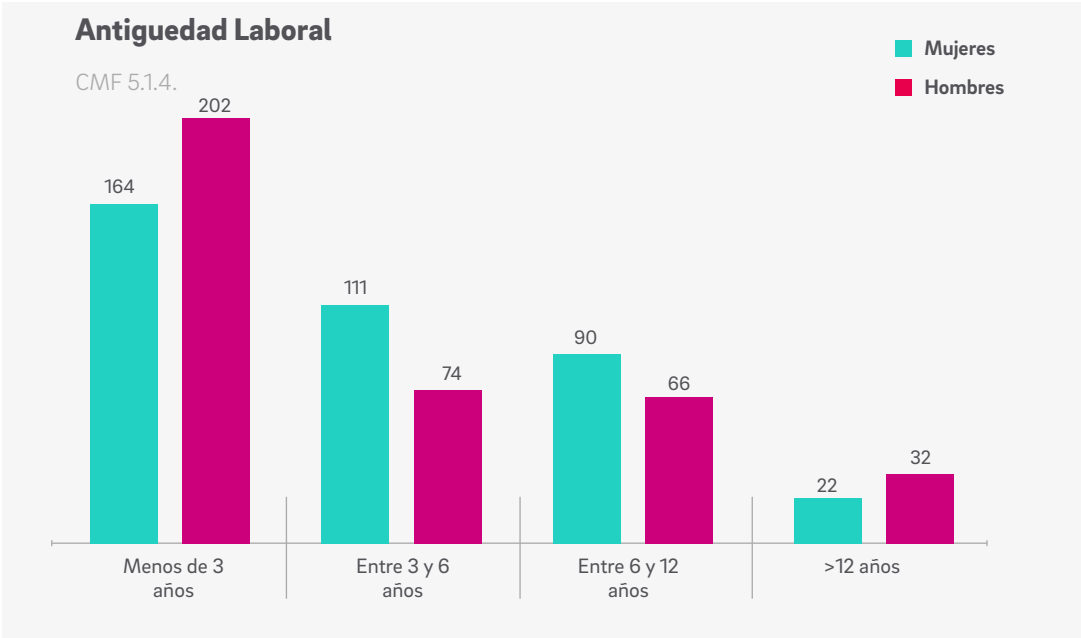
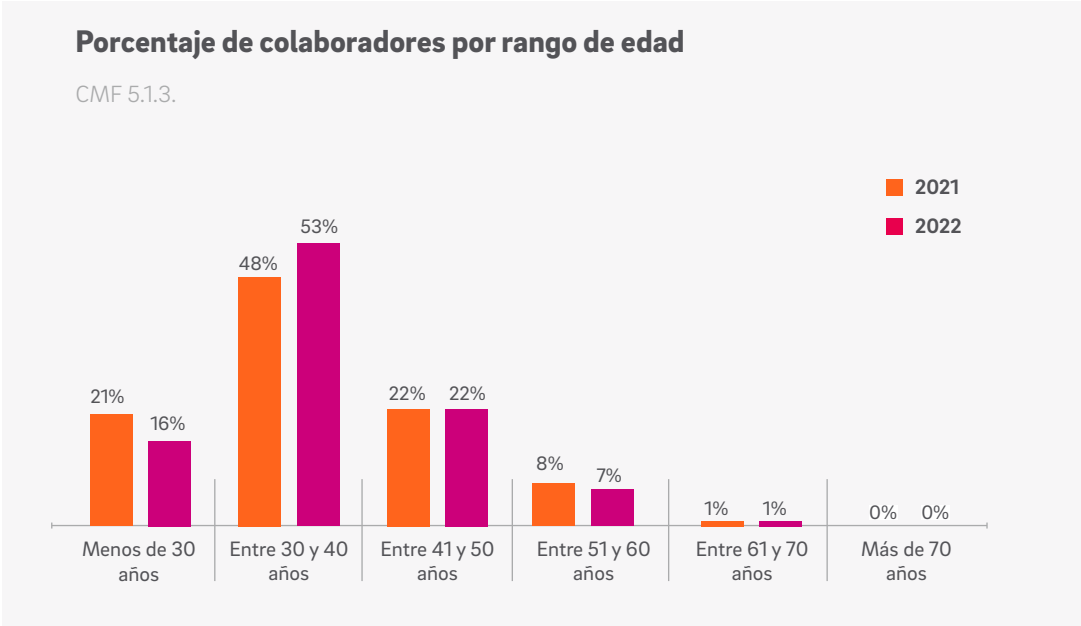
Total colaboradores Mallplaza 2022 por cargo



% Mujeres por cargo y por país



En 2022 la dotación total de Mallplaza se compuso de 761 colaboradores, de los cuales **51% son mujeres y 49% hombres.**



Nacionalidad	Mujeres	Hombres
Argentina	4	2
Bolivia	1	0
Chile	255	282
Colombia	59	34
Perú	59	41
Venezuela	12	10
Brasil	0	1
España	0	1
Total por género	390	371
Total Mallplaza	761	

Formalidad laboral

CMF5.2.a.

Personas con jornadas ordinarias de trabajo

	Chile		Colombia		Perú	
	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre	Mujer	Hombre
Jornada ordinaria de trabajo	16%	18%	61%	39%	53%	47%
Jornada a tiempo parcial	2%	2%	0%	0%	0%	0%
Jornada a tiempo parcial y con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Personas que se acogen al teletrabajo o a pactos de adaptabilidad de jornada laboral (con pacto teletrabajos)	30%	32%	0%	0%	0%	0%
Total trabajadores	279	294	54	34	53	47

Adaptabilidad laboral

CMF 5.3.a.

GRI 2-7

Durante 2022 un **62% de nuestros colaboradores en Chile se acogieron al teletrabajo** o pactos de adaptabilidad de jornada laboral.

Diversidad e inclusión

CMF 3.1.vi
GRI 3-3 Diversidad e inclusión GRI 405-1

Contamos con un Código de Integridad y una Política de Diversidad e Inclusión donde definimos nuestro compromiso con el respeto hacia las personas, la igualdad de oportunidades con base a las competencias, el mérito y desempeño de cada uno de nuestros colaboradores y el rechazo hacia cualquier tipo de discriminación. En esta misma línea, también contamos con un Protocolo para la Transición de Género a través del cual brindamos orientación a aquellos colaboradores que atraviesen por ese proceso. Con todo lo anterior, buscamos que nuestro equipo de personas logre sentirse completamente identificado con nuestra compañía, mostrando la mejor versión de sí mismos en su lugar de trabajo. De esta manera hemos definido cuatro focos de acción para orientar nuestras iniciativas de diversidad e inclusión:

- Equidad de género
- Diversidad sexual
- Personas en situación de discapacidad
- Multiculturalidad-migrantes

Con el propósito de avanzar en mayor concientización y oportunidad de nuestros lineamientos, es que durante el año 2022 implementamos controles para detectar las barreras organizacionales, sociales y culturales que pudieran afectar o intervenir en la promoción de nuestra cultura, considerando las siguientes iniciativas:

- Monitoreo anual de las variables de género, nacionalidad, personas en situación de discapacidad, posiciones de mujeres en puestos ejecutivos, talento femenino.
- Realización de encuestas de cultura para indagar sobre el favorecimiento y respeto de la diversidad al interior de nuestra compañía.

En Mallplaza estamos convencidos de que la igualdad de oportunidades, derechos y responsabilidades entre las personas -independiente de cualquier condición - es un factor que promueve el desarrollo, la estabilidad y la justicia en la sociedad y que, además, brinda grandes beneficios para la retención de talento, así como la mejora del desempeño y motivación de nuestros colaboradores.

- Aplicación de procesos de selección de personas basados en sus competencias y entrenamiento a los líderes en cuanto a selección inclusiva.

Estas acciones permiten a la compañía identificar brechas en la percepción de nuestro ambiente laboral entre segmentos para adoptar acciones concretas y trabajar las diferencias entre grupos junto con promover la equidad de experiencias entre lugares de trabajo, niveles de cargo, género o generaciones, entre otros.



Oficinas Mallplaza NQS,
Bogotá, Colombia.

Política de Diversidad e Inclusión

CMF 3.1.vii.

Principios generales

- Respeto a la Dignidad de las Personas**

Tenemos un firme compromiso con el respeto y la protección de la dignidad de todas las personas. Ello constituye un pilar fundamental de nuestra cultura de integridad corporativa.

- No Discriminación Arbitraria**

No toleramos actos de discriminación arbitraria, es decir, aquellos que no se basen en la capacidad o idoneidad de la persona para el desempeño de su trabajo.

- Inclusión**

Velamos por la existencia de un ambiente laboral que integre a las personas independientemente de sus condiciones, características u orientaciones particulares.

- Diversidad**

Apreciamos el valor que existe en los equipos de trabajo formados por personas con distintas formas de pensar, origen, creencias religiosas, convicciones, experiencias, formación académica y capacidades físicas, y en que los distintos puntos de vista a que tales atributos puedan llevar sean escuchados, valorados y respetados.

Política de Equidad de Género

CMF 5.4.a CMF 3.1.vi. CMF 5.4.1
GRI 202-1

En Mallplaza también contamos con una Política de Equidad de Género en la que establecemos los principios, medidas y acciones generales que guían nuestro actuar en pro de promoverla como parte de nuestra cultura organizacional.

Cabe destacar que el alcance de esta Política es de carácter corporativo, por lo que es aplicable transversalmente a toda la organización. En este sentido, todos quienes forman parte de Mallplaza en los distintos países en los que operamos deben regirse y cumplir a cabalidad lo que en ella establecemos.

Asimismo, velamos porque cada uno de nuestros proveedores y socios comerciales ajusten su conducta a los principios considerados en esta Política, buscando que cada persona que tenga relación con Mallplaza reciba un trato respetuoso, acorde a nuestra cultura.

Principales principios de nuestra Política de Equidad de Género

- Igualdad de oportunidades
- No discriminación arbitraria
- Conciliación entre trabajo y familia

Acciones y medidas

- Tener participación de Liderazgo Femenino del *Top y Middle Management*.

- **Equidad salarial**

Velamos para que cada vez más la equidad salarial entre colaboradores y colaboradoras sea por el desempeño de un mismo cargo o función.

Además de las acciones anteriormente identificadas, adoptamos e implementamos medidas particulares que nos permitan cumplir con los principios establecidos en nuestra Política de Equidad de Género, tales como apoyo y promoción de las redes profesionales internas de mujeres o la medición en rankings externos para facilitar la gestión de las brechas de género en nuestra organización.



Oficinas corporativas, Mallplaza Norte, Santiago, Chile.

Resumen actividades destacadas por focos de trabajo 2022

A fin de dar cumplimiento al compromiso que hemos adquirido en materia de diversidad e inclusión, durante 2022 desarrollamos distintas iniciativas segmentadas por focos de trabajo , a continuación detallamos cada una de ellas:

Foco Equidad de Género

- Realizamos un *Workshop* de Sesgos Inconscientes y Corresponsabilidad -con la colaboración de WoomUp- donde implementamos casos prácticos sobre sesgos inconscientes y compartimos experiencias. En esta iniciativa contamos con la participación de 100 personas.
- Alcanzamos una participación total de 91% de mujeres ejecutivas en la red interna del ecosistema “Mujeres Conectadas”, donde llevamos a cabo distintas charlas y actividades.
- Durante marzo realizamos el primer encuentro de Mujeres Conectadas Mallplaza TMM (*Top y Middle Management*) en colaboración con WoomUp, con el objetivo de visibilizar e impulsar el liderazgo femenino. ¡Esta iniciativa fue todo un éxito! Contamos con una asistencia del 97% de mujeres convocadas en Chile; 100% en Perú y 65% en Colombia.
- Fuimos una de las ocho empresas ganadoras de la VII versión del Premio Impulsa 2022, siendo reconocidos como líderes en la categoría Industrial, Construcción e Inmobiliario.
- Junto a las otras unidades de negocio del ecosistema, realizamos un Networking Café como proyecto piloto en Perú para atraer talento femenino externo, logrando identificar 42 profesionales del mercado, quienes obtuvieron un NPS del 71% (recomendación de los líderes). Dados los buenos resultados obtenidos esta iniciativa se pretende replicar en Chile y Colombia durante los próximos años.
- En la semana contra la violencia de género desarrollamos una capacitación respecto del Protocolo de Violencia de Género.
- Participamos en el ranking Par 2022 —medición realizada por la empresa Aequales—, el cual tiene relación con temas asociados a la equidad de género en las organizaciones.
- Aprobamos nuestra Política de Equidad de Género.
- Identificamos a nuestro talento femenino por cada segmento en Mallplaza.
- Junto al grupo Falabella, realizamos el programa de reconocimiento femenino “*I’m Remarable*”, iniciativa de Google que reconoce y visibiliza a las personas según sus logros profesionales. Además, fomentamos prácticas de mujeres STEM (ciencia, tecnología, ingeniería y matemáticas) para lo que contamos con una persona específica de desarrollo de talento para estas áreas.

Mallplaza cuenta con un 36,6% de participación femenina en *Top y Middle Management*.

Brecha Salarial

CMF5.4.2 GRI 405-2

Chile	Salario por hora anual promedio	Salario por hora anual mediana
Gerentes y subgerentes	-25%	-19%
Jefatura y profesionales	-15%	-24%
Otros	-10%	-3%

Colombia	Salario por hora anual promedio	Salario por hora anual mediana
Gerentes y Subgerentes	-14,6%	19,4%
Jefaturas y Profesionales	-10,6%	-26,4%
Otros	3,2%	13,3%

Perú	Salario por hora anual promedio	Salario por hora anual mediana
Gerentes y Subgerentes	-34%	-13%
Jefaturas y Profesionales	-7%	-27%
Otros	31%	6%

	Chile		Colombia		Perú	
	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana	Promedio	Mediana
Gerencia	-0,70%	-17,10%	6,95%	18,77%	-16,42%	-9,55%
Jefatura	-0,02%	2,59%	18,81%	15,24%	12,13%	10,07%
Operario	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	-12,38%	-18,19%	-42,26%	-35,37%	11,48%	-9,73%
Administrativo	-17,33%	-27,61%	39,77%	25,87%	43,27%	15,43%
Auxiliar	-1,49%	-9,57%	20,30%	14,89%		
Otros profesionales	-17,14%	-21,21%	-36,45%	-14,81%	-23,08%	-13,88%
Otros técnicos	0	0	0	0	0	0

En alta gerencia, la brecha a nivel regional de los tres países es la siguiente (por temas de confidencialidad no es posible mostrar a nivel individual)

Consolidado 3 países	Promedio	Mediana
Alta gerencia	-45,3%	-42,6%

Foco Personas en Situación de Discapacidad

CMF 3.1.vii

Algunos de los avances conseguidos durante 2022:

- Aplicamos el Índice Global de Inclusión Laboral junto con Fundación Con Trabajo.
- Campaña de comunicación interna para sensibilizar y capacitar a los colaboradores respecto a cómo referirse correctamente a la discapacidad.
- Taller de *Hiring Expert Workshop* de Reclutamiento Inclusivo enfocado en formar equipos y líderes de atracción de talento, quienes luego fueron guiados para conocer más sobre el proceso de selección de talentos, considerando aspectos como la diversidad e inclusión.
- En la semana de la Diversidad Mallplaza participamos como panelistas en *trabajando.com* con el tema "Qué hacen las empresas hoy en D&I".
- Obtención de certificación de "Gestor de Inclusión": figura establecida en la nueva ley sobre inclusión laboral de trabajadores con discapacidad cuya entrada en vigencia comenzó en noviembre de 2022.
- Realizamos un acompañamiento a colaboradores para la obtención de su credencial de discapacidad.
- Participamos en distintas ferias de inclusión (con el objetivo de obtener un *scouting* de personas con discapacidad y desarrollar una base de datos con la información recabada.
- Avanzamos con nuestro Plan de Accesibilidad Universal enfocado tanto en clientes como en colaboradores. Como resultado obtuvimos la "Certificación AIS" (que evalúa el grado de accesibilidad de las estructuras físicas, funcionales y virtuales) para nuestros cuatro centros urbanos ubicados en Perú.

Foco Diversidad Sexual

Con el objetivo de ampliar nuestro rango de acción asociado a la diversidad sexual dentro de nuestra compañía, durante 2022 realizamos las siguientes acciones:

- Alcanzamos la meta propuesta para este año, logrando obtener "Categoría A" en *Pride Connection*, donde además fuimos miembros activos en 2022.
- Obtuvimos la Certificación Equidad CL 2022 como Mejores Lugares para trabajar para la comunidad LGBTQ+.
- Mes del Orgullo: hicimos una jornada de reflexión con los colaboradores Mallplaza donde compartimos una Guía de Trato Inclusivo.
- Campaña de comunicación –dirigida a colaboradores de tienda, personal de seguridad, servicios, mantención y *parking*– asociados a cuatro temáticas vinculadas a nuestra estrategia ESG (Integridad; Sostenibilidad; Derechos Humanos y Diversidad e Inclusión; y Medioambiente) con el objetivo de incrementar el conocimiento de nuestra política y difundir buenas prácticas corporativas en esta materia.
- Participamos en las marchas del Orgullo en Chile, Perú y Colombia.
- Realizamos la elección de nuestro representante LGBTQ+ y Aliad@s Mallplaza.
- Realizamos, bajo la figura de mentor y mentee, tres iniciativas de Mentorías Pride —organizadas por *Pride Connection*—.

Beneficios específicos para la comunidad LGBTQ+

CHILE

- Seguro complementario para colaborador@s y cargas (conyuge e hijos) LGTBQ+.
- Cobertura de Seguro Complementario para acompañamiento psicológico, tratamiento hormonal y cirugía de reasignación de sexo para colaboradores y cargas (cónyuge/hij@s).
- Cobertura de seguro complementario para tratamientos de fertilidad (colaborador@r y/o cónyuge).

PERÚ

- Seguro complementario de EPS para colaborador@s y cargas LGBTQ+.
- Beneficio de días libres por matrimonio o unión civil. Si bien no está contemplado en la legislación, Mallplaza otorga dos días hábiles.
- Beneficio por adopción homoparental para madre/padre no legal. Otorgamos el mismo beneficio por ley que reciben las parejas heterosexuales.

COLOMBIA

- Seguro complementario de EPS para colaborador@s y cargas LGBTQ+.
- Beneficio de días libres por matrimonio o unión civil. Si bien no está contemplado en la legislación, Mallplaza otorga dos días hábiles.
- Beneficio por adopción homoparental para madre/padre no legal. Otorgamos el mismo beneficio por ley que reciben las parejas heterosexuales.

Oficinas corporativas, Mallplaza Norte, Santiago, Chile

Foco Multicultural

Fortalecer nuestra cultura interna es uno de nuestros más grandes compromisos hacia nuestros colaboradores, ya que esto nos permite alinear la identidad y el sentido de pertenencia de cada uno de ellos hacia nuestros objetivos comunes.

- En relación con ello, durante 2022 realizamos las siguientes acciones:
- Identificamos el estatus actual sobre nuestra dotación en los tres países en donde estamos presentes: Chile, Perú y Colombia.
 - Con el objetivo de crear redes de apoyo multiculturales realizamos una iniciativa de integración, conocimiento y aprendizaje mutuo donde colaboradores de distintas nacionalidades compartieron sus culturas.
 - Realizamos un *benchmarking* de mejores prácticas en ecosistema y compañías líderes a fin de operar bajo las mejores prácticas corporativas de la industria.

Rechazando toda forma de acoso, abuso y discriminación

CMF 5.5.a
CMF 5.5 b. c..d

Como hemos mencionado anteriormente, uno de nuestros valores fundamentales es el respeto por las personas, oponiéndonos a todo tipo de forma de acoso y discriminación hacia ellas. En este sentido, de forma transversal velamos por la valoración y respeto de la diversidad de raza, color, sexo, estado civil, asociación, religión, opinión política, nacionalidad, ascendencia étnica, orientación sexual u origen social de cualquiera de nuestros colaboradores y personas que mantengan cualquier tipo de relación con Mallplaza.

Para asegurarnos de ello buscamos identificar y corregir oportuna y adecuadamente cualquier conducta que atente contra este valor, pero sabiendo que la responsabilidad de mantener un ambiente libre de discriminación en el trabajo, entre nosotros mismos, con nuestros operadores, visitantes, proveedores y terceros en general, es de todos.

Adicional a la promoción de nuestra cultura de respeto contamos con un canal de integridad a través de los cuales nuestros colaboradores pueden contactar directamente a nuestra Gerencia de Ética, la que se **hará cargo de hacer seguimiento de cada caso.**

Canales de Denuncia Mallplaza:

- Link "Canal de Integridad" ubicado en nuestra intranet y página web de Mallplaza.
- Adicionalmente pueden hacer una denuncia telefónica contactando al número gratuito 800 726 100.
- Escribir un correo electrónico a la dirección **contactochile@gerenciadeetica.com**.

El 80% de colaboradores fueron capacitados sobre esta materia.

Es importante destacar que, como parte de nuestra Política, toda la información que recibamos a través de los distintos medios del Canal de Integridad será tratada de forma estrictamente confidencial, resguardando la identidad del denunciante, del denunciado y de todas las personas que participen de una investigación, así como todo dato relacionado a la misma. Es deber, también, de todos quienes toman conocimiento de un caso ético, guardar la máxima confidencialidad.

En cuanto al método de investigación de una denuncia de acoso sexual o laboral y acciones correctivas, implementamos el siguiente protocolo:

- Una vez recibida la denuncia designamos a un investigador debidamente capacitado dentro de nuestra compañía, quien será el encargado de indagar sobre el hecho escuchando a ambas partes y a los testigos en un plazo máximo de 30 días corridos.
- En el contexto de la investigación como compañía podemos implementar algunas medidas para resguardar a las partes involucradas en el hecho, como la separación de los espacios físicos en que se desempeñen los involucrados, la redistribución del tiempo de jornada, o la redestinación de una de las partes.
- En el caso de que durante la investigación se llegue a la conclusión de que existen indicios de conductas susceptibles de acarrear responsabilidad penal para la persona jurídica involucrada, deberemos notificar este hecho según lo establecido en nuestra Política y Procedimiento General de Investigación, pasando a tratar el caso como una "investigación privilegiada".
- Se considerará como finalizada la investigación una vez se entregue el informe preparado por el investigador. Este deberá contener:
 - » Una clara descripción de los hechos investigados.
 - » La enumeración de las diligencias y actividades desarrolladas.
 - » La explicación de los hallazgos de la investigación y la evidencia que los acreditan.
 - » Su análisis de los hechos, con indicación de:
 - › La ocurrencia o no de los hechos materia de la investigación.
 - › La individualización y participación de la(s) persona(s) que fuere(n) responsable(s) de tales hechos, en caso de haberlas.
 - › La relación de causalidad entre los hechos y el o los partícipes responsables de los mismos.
 - › Las conclusiones a que llegó el investigador, así como las medidas y sanciones que se proponen para el caso.
- Una vez terminada la investigación y en el caso que se concluya que existen conductas de acoso sexual, nuestra compañía deberá adoptar las sanciones especificadas en este reglamento al autor o autora de ellas a través de nuestra Gerencia de Recursos Humanos.

Gestión del cuidado de los colaboradores

GRI 3-3 Salud y Seguridad en el trabajo

En Mallplaza estamos comprometidos con propiciar el mejoramiento continuo de las condiciones de trabajo, siempre resguardando a nuestros colaboradores y grupos de interés, bajo la premisa de “proteger la salud y seguridad en todo momento y en todo lugar mediante distintas iniciativas que generen conciencia de los riesgos asociados a cada operación, asegurando medidas de prevención”.

Política de Seguridad y Salud en el trabajo

CMF 5.6.a. b

Promover la salud y seguridad en cualquiera de nuestras instancias de trabajo velando por salvaguardar la vida de cada uno de nuestros colaboradores es fundamental para Mallplaza.

Basados en este compromiso, contamos con una Política de Seguridad y Salud en la que establecimos los principios y medidas generales que guiarán nuestro actuar a través del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el trabajo.

Cabe destacar que, al ser de carácter corporativo, esta Política es aplicable de forma transversal a toda nuestra compañía, debiendo implementarse y exigirse su cumplimiento a todos nuestros colaboradores en Chile, Perú y Colombia.

Asimismo, buscamos que nuestros distintos grupos de interés también ajusten su conducta a los principios establecidos en esta Política, con el objetivo de que cada persona relacionada laboralmente con Mallplaza pueda desarrollar un trabajo seguro.



Oficinas corporativas Mallplaza Norte, Santiago, Chile.

Sistema de Gestión de la Salud y Seguridad

GRI 3-3 Condiciones laborales de trabajadores, contratistas y proveedores*
GRI 403-1 GRI 403-8

En 2022 el Sistema de Gestión de Salud y Seguridad para nuestros colaboradores continuó teniendo un lugar protagónico en la gestión de personas. Para ello, hemos puesto en marcha un sistema que se alinee con protocolos y estándares legales. En Chile, por ejemplo, trabajamos en línea con la Ley N° 16.744, el Decreto 40 sobre prevención de riesgos profesionales y el Decreto 594 sobre condiciones sanitarias y ambientales básicas en los lugares de trabajo del Ministerio del Trabajo. En Perú, por su parte, existe la Ley N° 29.783 sobre principio de prevención y, en Colombia, la Ley N° 1562/2012 sobre salud y protección social. Todas ellas forman un marco al cual nos ajustamos para asegurar que nuestros colaboradores trabajen en un ambiente que les proporcione seguridad en todo momento.

En este sentido, el 100% de nuestra dotación está sujeta a nuestro sistema de salud y seguridad, ya sea en operaciones de mantenimiento como de otro tipo en los centros urbanos, en áreas internas como externas.

En 2022 tuvimos una tasa de accidentabilidad de 0,28% y una tasa de fatalidad de 0%.

* Información contextual:
Las empresas de seguridad son las que aportan el mayor número de accidentes laborales dentro de las empresas contratistas de Mallplaza a causa de la naturaleza de sus funciones.

Indicadores Salud y Seguridad Laboral

CMF 5.6.c.d.e
GRI 403-9 GRI 403-10

Salud y seguridad de colaboradores internos	2021	2022
N° de víctimas mortales por accidentes laborales	0	0
Tasa de fatalidad	0	0
Tasa de accidentes laborales	0	0,28
Tasa de enfermedades profesionales	0,39	0,14
Tasa de lesiones con tiempo perdido (LTIFR)	0	0,62
Tasa de ausentismo	3,52	0,78
Promedio días perdidos por accidente	S/I	0,5
Dotación cubierta por el sistema de Salud y Seguridad**	100%	100%

En 2022 nos planteamos como meta mantener una tasa de accidentabilidad igual o menor a 0,5.

Colaboradores externos	2022
N° de víctimas mortales por accidentes laborales	0
Tasa de fatalidad	0
Tasa de accidentes laborales	3,6*
Promedio días perdidos por accidente	3,4
Dotación cubierta por el sistema de Salud y Seguridad**	100%

**Los sistemas de Salud y Seguridad no cuentan con verificación interna ni externa.



Reunión equipo mall y operaciones, Oficinas Mallplaza Egaña, La Reina, Santiago, Chile.

Participación colaborativa

GRI 403-4

Con el objetivo de detectar y evaluar los riesgos de accidentes y enfermedades profesionales asociadas a nuestro negocio, en Mallplaza promovemos la participación y consulta de los colaboradores y representantes a través del Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo –compuesto de manera paritaria por representantes de nuestra empresa y colaboradores–, quienes se reúnen una vez al mes para tomar decisiones por mayoría de votos.

Mallplaza te cuida

GRI 403-6

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

PILAR	OBJETIVOS
Cercanía	Acompañar el estado personal y emocional de los colaboradores, a través de actividades de apoyo, contención y acompañamiento, incentivando la comunicación continua de los líderes con sus equipos.
Liderazgo	Potenciar el rol de los líderes en la comunicación, incorporando nuevas formas de trabajo y fomentando la productividad y el cuidado de los equipos.
Conocimiento del negocio	Acercar a los colaboradores con la realidad actual y futura del negocio, fomentando el sentido de pertenencia y compromiso y desarrollando capacidades que permitan generar nuevos aportes individuales y colectivos.
Calidad de vida y cuidado	Incentivar medidas de autocuidado y contribuir al equilibrio de vida personal y laboral, y promover con ello un estado de ánimo saludable y de apoyo mutuo entre colaboradores.



Oficinas corporativas Mallplaza Norte, Santiago, Chile.



Oficinas corporativas Mallplaza Norte, Santiago, Chile.

Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes

GRI 403-2 GRI 403-7

En Mallplaza contamos con una estructura de prevención de riesgos enfocada en asegurar espacios de disfrute seguro para nuestros visitantes, controlar los riesgos y la identificación oportuna de los peligros para su eliminación. Esta está encabezada por nuestro subgerente de Prevención de Riesgos, quien tiene a cargo 25 colaboradores que se desempeñan en el área, distribuidos en los tres países en los que estamos presentes.

Para lograr sus objetivos, el equipo –especialmente capacitado– se encarga de realizar inspecciones de seguridad de manera periódica y aplicar protocolos de riesgos en cada uno de nuestros centros urbanos. La Subgerencia de Prevención de Riesgos efectúa una revisión anual de los procedimientos para asegurarse de que se estén llevando a cabo de manera correcta.

Además, como parte de su programa de mejoramiento continuo, el equipo realiza una revisión anual junto a la Mutua de Seguridad sobre las actividades definidas en el programa de trabajo del año, utilizando como *input* incidentes ocurridos en el año anterior e incorporando riesgos emergentes de nuevos procesos.

Asimismo, cada colaborador de Mallplaza cuenta con la total libertad de expresar y dar a conocer cualquier tipo de riesgo que identifique y sobre el que se sienta expuesto (tanto él como su equipo), por lo que como compañía contamos con dos mecanismos para identificarlos: presentación de riesgos en reuniones del Comité Paritario o Comités de Seguridad, y un Canal de Integridad resguardado de represalias.

Aquellos colaboradores que por elección propia decidan retirarse de situaciones laborales que consideren que puedan provocar lesiones, deben notificar a su jefe directo, quien luego deberá informar del peligro identificado para eliminarlo a la brevedad.

Para identificar cada incidente contamos con un procedimiento de investigación que establece que cada colaborador afectado deberá dar aviso a su jefatura directa quien, a su vez, deberá informar a nuestra área de prevención de riesgos para dar inicio a la investigación del accidente.

Atracción y desarrollo de talentos

Buscamos consolidarnos como una de las mejores empresas para trabajar , donde nuestros colaboradores puedan crecer y desarrollarse profesionalmente. Nuestra área de atracción de talentos trabaja para identificar y atraer talentos que cuenten con el fit cultural y potencial para alcanzar los objetivos que nos hemos propuesto. Contamos con procesos de selección ágiles, que cuidan la experiencia de candidatos y velan por ofrecer equipos diversos e inclusivos.

Durante 2022 desarrollamos distintos proyectos para potenciar nuestro atractivo como marca empleadora, que nos permitan atraer a los mejores talentos y potenciar su desarrollo:

- Con el objetivo de entregar una mejor experiencia de ingreso a los nuevos colaboradores, desarrollamos el programa de onboarding #mallplazeate, que busca transmitir en los primeros días nuestra cultura y un correcto entendimiento de cómo funciona nuestro negocio y así facilitar la adaptación a la empresa.
- Implementación de AIRA: herramienta para gestionar los procesos de reclutamiento y selección, que nos permite mejorar la experiencia de candidatos, reclutadores y *hiring manager*, mediante la incorporación de tecnología e inteligencia artificial en nuestros procesos.
- Realización de taller de *Hiring Expert* con el cual buscamos potenciar una cultura de reclutamiento, a través de líderes activos y comprometidos con la atracción del talento.
- Instancia de Evaluación de Desempeño Intermedia para áreas críticas, que busca dar continuidad a la gestión del desempeño, identificar nuevos talentos y realizar seguimiento a los planes de acción definidos.
- Programa de Prácticas para atraer a talento joven a través de una experiencia diferenciadora en su primer acercamiento al mundo laboral.
- Programas de coaching para acompañar a nuestros colaboradores en el desarrollo de habilidades que resultan clave para su crecimiento.
- Proceso de Evaluación de Desempeño: Proceso anual que nos permite mapear el talento en la organización y que incluye una instancia de *feedback* formal y la definición de planes de acción concretos para impulsar el potencial de nuestros colaboradores.



Oficinas corporativas Mallplaza NQS, Bogotá, Colombia.

Desarrollo y formación de los colaboradores

CMF 5.8.a CMF 5.8.a.a 5.8.a.d
CMF 3.1.vii

Como organización centrada en las personas, en Mallplaza estamos convencidos de que el talento humano bien desarrollado y motivado es capaz de lograr el éxito y superar las adversidades de forma proactiva, pues al sentirse parte de la organización son los principales promotores del bienestar de la compañía.

Por esta razón, al igual que en 2021, durante 2022 seguimos promoviendo una cultura organizacional constructiva enfocada en potenciar liderazgos proactivos y equipos colaborativos, al mismo tiempo que buscamos asegurar el continuo desarrollo de sus talentos para el cumplimiento de nuestra estrategia corporativa.

Así, bajo el compromiso de generar una cultura que promueva la cocreación e innovación que nos permita desarrollar el talento del futuro, hemos establecido tres focos estratégicos claros para el desarrollo y formación de nuestros colaboradores:

- **Talento ágil:** para asegurar el continuo desarrollo e incorporación de talentos sobresalientes, potenciando la atracción y retención del talento digital.
- **Cultura constructiva:** para potenciar liderazgos proactivos y equipos colaborativos cocreativos y dinámicos, impulsando el *mindset* digital centrado en el valor al cliente y que trabaja en red con el ecosistema del *retail*.
- **Organización flexible y alineada con nuestra estrategia:** que potencie la agilidad, autonomía y liderazgo, demostrando que Mallplaza es una empresa atractiva para pertenecer y trabajar.

Orientados en estos focos estratégicos, durante 2022 desarrollamos las siguientes iniciativas:

- **Lanzamiento del Programa de Agilidad:** programa digital de aprendizaje, en el que todos nuestros colaboradores pudieron acceder a contenidos y herramientas que les permitieron entender, promover y adoptar una nueva y mejor forma de trabajo a través de dos iniciativas: cursos asincrónicos y talleres para generar el primer cambio de *mindset* ágil.
- **Academia para nuestros altos ejecutivos:** plataforma corporativa de autoaprendizaje destinada a nuestros Top y Middle Management, implementada para que pudieran aprender de manera más inteligente, desarrollar sus habilidades y mostrar su experiencia a través de técnicas personalizadas, relevantes y específicas basadas en su trabajo e intereses, lo que les permitió mejorar su desarrollo profesional, ya sea para su puesto laboral actual o para uno futuro.
- **Cursos normativos y legales:** plan de capacitación y actualización promovido por Fiscalía y la Subgerencia de Gestión de Riesgos, con el que actualizamos a nuestros colaboradores sobre distintos cursos en regla, buscando con ello disminuir el riesgo de faltas y vulneraciones dentro de nuestra compañía y capacitarlos dentro del marco legal vigente.
- **Programas de inglés:** plan de capacitación *upskilling*, con cursos sincrónicos, denominado "Lets GO" en el que se democratizó la oportunidad de adquirir un idioma o mejorar el nivel de los colaboradores que tuvieran el interés y cumplieran con requisitos de antigüedad y EDD. Financiado por inscripción Sence.

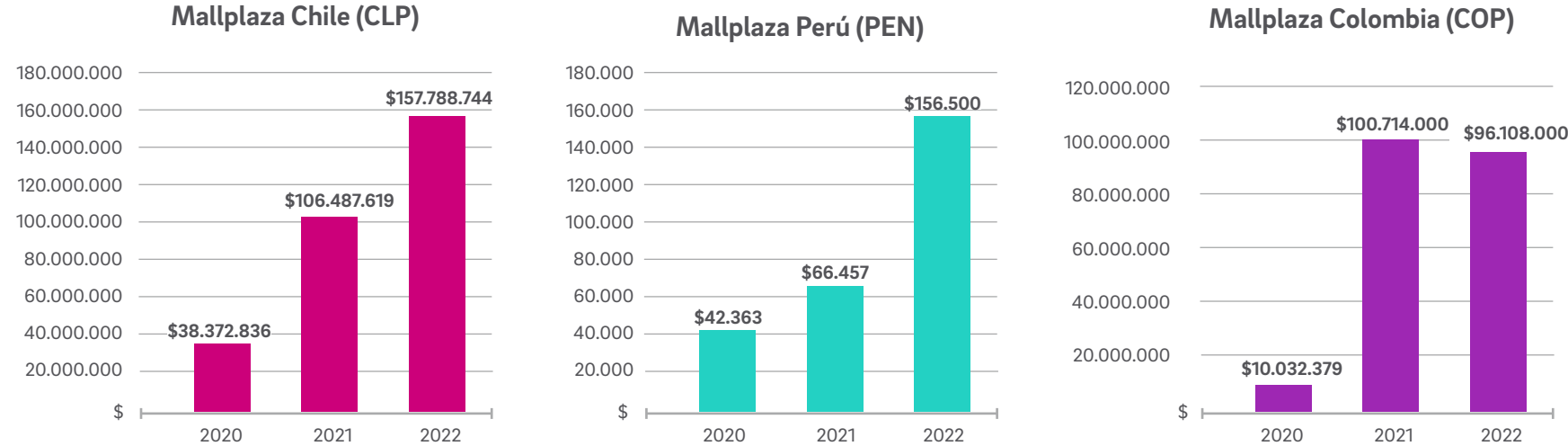
Número total de colaboradores capacitados y horas de capacitación

CMF 5.8.a.b 5.8.a.c Mujeres
GRI 404-1

		Total de colaboradores capacitados	Número de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación
Mallplaza Chile 2022	Mujeres	258	2.056,66	7,97
	Hombres	293	1.496,48	5,11
Mallplaza Perú 2022	Mujeres	57	152,83	2,68
	Hombres	46	106,00	2,30
Mallplaza Colombia 2022	Mujeres	55	187,48	3,41
	Hombres	33	105,00	3,18

Monto total de recursos monetarios destinado a educación y desarrollo profesional

CMF 5.8.a.a



En Chile, un 99% de nuestros colaboradores fue capacitado. En Colombia, este porcentaje fue de 96%, mientras que en Perú alcanzó un 95%.

El monto total de recursos monetarios destinados a la educación y desarrollo profesional en Chile aumentó a 22% en 2022.

Reconocimientos a colaboradores

En Mallplaza aspiramos a tener colaboradores satisfechos y motivados. Personas que crecen y se desarrollan con orgullo en nuestra compañía, estimulando una cultura de reconocimiento donde celebramos sus logros y las conductas que contribuyen a conseguir el éxito en los objetivos de nuestro negocio. Basados en esto, contamos con un programa de reconocimientos con los que hacemos público el aporte de las conductas más destacadas durante el año.

Así, en 2022 implementamos:

- Programa “Reconoce”, ceremonias de reconocimiento “Somos Mallplaza” y “Personas que dejan Huella”: iniciativas con las que buscamos fortalecer nuestro programa y cultura de reconocimiento, dando a conocer nuestros valores y potenciando el uso de Workplace (WP). A través de un despliegue virtual y físico –impulsando y educando el reconocer a través de WP– difundimos a los colaboradores, la gerencia y el valor más destacado del mes.
- Metas asociadas:
 - Tener un promedio de 70 reconocimientos al mes.
 - Conocimiento por parte de la organización del grupo Reconoce en Workplace.
- “Somos Mallplaza”: instancia anual donde escogemos a los colaboradores que representan fielmente y a diario nuestros valores corporativos, nombrándolos embajadores de nuestros valores durante 12 meses.

Beneficios

CMF 5.8.b
GRI 401-2

Parte de nuestro compromiso con brindar bienestar a nuestros colaboradores radica en contribuir a una mejora en su calidad de vida desde distintos ámbitos, tanto laborales como personales, incluyendo a sus familias. En este sentido, realizamos un acompañamiento permanente mediante diferentes instancias, actividades online, conversatorios y entregas de regalos corporativos además de poner a disposición de cada uno de ellos una propuesta integral de beneficios y compensaciones a nivel transversal, divididos en tres tipos:

- **Beneficios corporativos:** aquellos que cada uno de nuestros colaboradores posee por ser parte de nuestra compañía.
- **Convenios y descuentos:** aplicados para diversos productos y servicios en categorías como salud, gastronomía, viajes y turismo, entre otros.
- **Beneficios flexibles:** sistema de canje de puntos de días libres aplicable a categorías como familia, vida saludable, trámites y tiempo libre.

Basados en estas tres categorías, hemos definido los siguientes beneficios:

Equilibrio trabajo/vida personal • Programa “Yo Elijo”: días libres adicionales. • Salida anticipada los días viernes. • Salida anticipada en vísperas de festivos. • Actividades que integran a la familia. Vida saludable • Chequeos médicos. • Charlas y talleres. • Promoción de actividades saludables, deportivas y recreativas (dentro y fuera del lugar de trabajo).	Beneficios corporativos • Seguros complementarios de salud y dental. • Bono por gestión del desempeño. • Convenios y descuentos (médicos y dentales, entre otros). • Regalos de Navidad para los hijos menores de 12 años. Celebraciones • Aniversario Mallplaza, Fiestas Patrias, entre otros. • Regalos y reconocimientos en fechas especiales (Día de la Madre, Día del Padre, Navidad, matrimonio, entre otros).
--	--

Postnatal

CMF 5.7 a, b,c, d.
GRI 401-3

Parte de la mejora de la calidad de vida de nuestras colaboradoras considera planes asociados a sus beneficios pre y postnatales. El objetivo es que puedan disfrutar de esta importante etapa de sus vidas de la mejor forma posible.

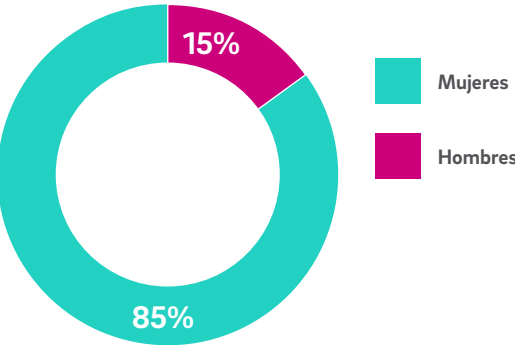
En este sentido, además de las exigencias legales de cada uno de los países en donde estamos presentes, contamos con el beneficio pre y postnatal por adopción homoparental para padre o madre no legal, además de complementar el sueldo durante el postnatal de hombres y mujeres sobre el tope legal.

Licencias solicitadas durante 2022
Chile: Durante el año 2022, 13 mujeres hicieron uso del permiso post natal parental y 4 hombres. Todas las mujeres hicieron uso del permiso de 84 días completos. A su vez, cuatro padres hicieron uso de los cinco días legales, pero no de permiso postnatal.

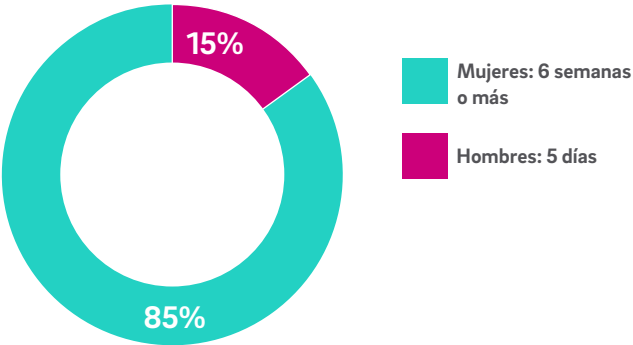
De las 13 mujeres, 3 terminan su permiso en 2023 y de las 10 que finalizaron el 2022, solo 6 regresaron una vez terminado el permiso (incluido el período de extensión otorgado por el gobierno).

En el caso de Perú y Colombia, cuatro y una mujeres, respectivamente se acogieron al permiso posnatal.

Uso del permiso parental



Duración permiso parental y posnatal



Colaboradores externos

GRI 2-8

Nuestro Personal en Contacto (PEC) es clave para la experiencia que ofrecemos a quienes visitan nuestros centros urbanos. Es por ello, que buscamos construir relaciones cercanas con todos los colaboradores externos, entre-gándoles capacitación sobre nuestro modelo de servicio y dándoles a conocer nuestros focos de acción sostenible.

Personal en contacto (PEC)		
Los trabajadores habituales se enfocan en áreas de:		
1. Seguridad		
2. Parking		
3. Prevención		
4. Servicios		
5. Mantenimiento		
2022		
Número total de trabajadores que no son empleados y cuyo trabajo es controlado por la organización		
Chile	Perú	Colombia
2.736	631	491
Unidades equivalentes de tiempo completo u otra metodología		
Chile	Perú	Colombia
Fulltime: 2.502	Fulltime: 600	Fulltime: 454
Partime: 234	Partime: 31	Partime: 37

Modelo de relacionamiento para personal en contacto (PEC)

			
Equitativo e Inclusivo	Empático	Ágil y Resolutivo	Claro y Transparente
Líneas de acción			
Formación y desarrollo	Comunidad y participación	Comunicaciones	Evaluación
• Responde al “viaje” de desarrollo de los colaboradores PEC y su integración en la compañía	• Fortalecer la vinculación de PEC con Mallplaza, fomentando la construcción de una comunidad	• Plataformas e instancias mediante las cuales Mallplaza se comunica con los equipos PEC	• Sistema de evaluación y monitoreo permanente basado en indicadores que miden los resultados y el impacto del modelo
Iniciativas			
• Fortalecimos las instancias de inducción y “primera milla” en Mallplaza • Elaboramos protocolos para el cuidado, prevención, seguridad y reconocimiento • Innovamos en actividades para la formación y capacitación • Desarrollamos campañas y actividades que promueven la inclusión	• Realizamos actividades de encuentro, recreación y cultura saludable, para conectarnos con toda la comunidad Mallplaza, reconociendo el aporte de los colaboradores externos a la compañía • Fiestas Patrias • Actividad Navidad (entrega de pan de pas-cua) • Campaña de Bienestar: 17 fruteros y 17 máquinas dispensadoras de agua. • Reconocimientos al desempeño • Evaluación nutricional	• Campaña de bienestar, salud y prevención Mallplaza	• Encuesta SS Index con más de 900 res-puestas • Elaboración encuestas de satisfacción y reportes de gestión para la segunda fase de implementación



5. Relación con proveedores y otros grupos de interés: valor, innovación y crecimiento

CMF 6.2 a.c
GRI 3-3 Gestión sostenible de proveedores

En Mallplaza buscamos mantener una relación fluida con nuestros proveedores, vinculándonos con ellos de forma transparente, objetiva y de acuerdo con la normativa legal vigente. Somos conscientes de que cumplen un rol fundamental en el despliegue de la propuesta de valor que nos caracteriza, hacia los públicos de interés que constituyen nuestro foco.

La implementación de este objetivo nos permite asegurar la adquisición y contratación de bienes y servicios con la calidad deseada, los que además son necesarios para el desarrollo de las actividades que llevamos a cabo, a precios competitivos. **Todo ello, a fin de garantizar una operación segura en todos los ámbitos, incorporando lineamientos de sostenibilidad y una adecuada gestión de riesgos.**

Expectativas de proveedores y contratistas:

- Pago oportuno.
- Transparencia en los procesos.
- Oportunidades de desarrollo.
- Obtener ganancias.
- Comunicaciones en doble vía.

Además, con el objetivo de incorporar a los mejores proveedores que cumplan con los más altos estándares de exigencia, hemos implementado una “evaluación de Proveedores Full” para todos aquellos que participan en nuestros procesos de Solicitud de Propuesta.

Relación con proveedores:

- Solicitud de Propuestas/Cotizaciones.
- Encuesta anual SS Index.
- Portal de Proveedores.
- Política de Relacionamento con Proveedores.
- Encuesta 360°.
- Contratos.
- Memoria Integrada anual.
- Canal de Integridad.

Mallplaza no cuenta con proveedores que representen individualmente el 10% del total de suministros de bienes y servicios.

Política de Relacionamento con Proveedores

CMF 5.9 a.b.c

En nuestra [Política de Relacionamento con Proveedores](#) establecimos los principios y las reglas que nos guían a la hora de adquirir y contratar bienes y servicios. Asimismo, consignamos los compromisos que asumimos para garantizar la gestión sostenible de nuestras actividades con los proveedores y de los proveedores hacia la compañía.

Durante 2022 el Directorio aprobó nuestra Política de Relacionamento con Proveedores.

a. Directrices que tenemos en consideración al momento de elegir empresas colaboradoras

En Mallplaza exigimos el cumplimiento de leyes laborales, además de contar con un Reglamento Especial para Empresas Contratistas y Subcontratistas que establece los requisitos mínimos ambientales para la construcción y operación de nuestros centros urbanos, a fin de garantizar que todos los trabajos se realicen cuidando y respetando al medioambiente.

Además, relevamos que nuestras compras de bienes y servicios serán adjudicadas teniendo en cuenta múltiples variables, tanto

técnicas como económicas, siempre trabajando en evaluaciones imparciales, sin ningún tipo de favoritismos, ventajas artificiales o discriminaciones. En este sentido, en caso de que un colaborador que participe en una operación esté afectado por un conflicto de interés, deberá declararlo y abstenerse de tomar decisiones en relación con la misma, hasta que el conflicto sea debidamente administrado.

Nuestros proveedores deben cumplir y respetar la normativa legal vigente en materias de:

- Protección a los derechos humanos.
- Libertad de afiliación y negociación colectiva.
- Adhesión a los principios del trabajo digno.
- Respeto a las comunidades y el entorno.
- Rechazo al trabajo infantil, así como también al trabajo forzoso o bajo coacción.
- Cuidado del medio ambiente.
- Lucha contra la corrupción, extorsión y soborno.
- Trato injusto o discriminatorio.
- Ambientes sanos y seguros para trabajar y cualquier otra normativa legal y/o laboral vigente, respecto de sus trabajadores.

b. Cancelación al día de las leyes laborales

Según el reglamento, cada contratista debe diseñar e implementar un programa de medio ambiente orientado a la prevención, mitigación y control de la contaminación y relaciones con la comunidad, según el alcance de sus servicios. Este será aprobado por el área de Sustentabilidad, según ciertos estándares mínimos.

c. Procedimientos adoptados para verificar cumplimiento de estándares

Para hacer efectiva esta obligación implementamos, dependiendo del nivel de riesgo, un sistema de control de contratistas, quienes deben presentar antecedentes que acrediten el pago de leyes sociales o provisionales de sus trabajadores. El área encargada de esta supervisión corresponde a Operaciones o Construcción, dependiendo de cuál sea la usuaria del contrato.

Implementamos la plataforma *Plutto* que refuerza los procesos de evaluación de riesgos sociales de los proveedores a través de la revisión de posibles causas civiles y laborales registradas en el Poder Judicial.

En términos ambientales, cada contratista mensualmente reporta mediante un informe resumido la gestión realizada en el período, abarcando los ítems definidos en el programa de mitigación ambiental aprobado.

La Gerencia de Proyectos realiza inspecciones periódicas, evaluando la implementación de las medidas de prevención, mitigación y control de los impactos ambientales, dejando recomendaciones y plazos de levantamiento. La Gerencia de Operaciones efectúa reuniones de coordinación entre los distintos servicios, estableciendo acuerdos y recomendaciones para la mejora.

En tanto, el programa de mitigación ambiental es regulado a través de auditorías periódicas de los programas ambientales aprobados de acuerdo al alcance de cada empresa contratista. Para el área de Proyectos, las auditorías se efectúan de forma mensual, poniendo énfasis en aquellas medidas de prevención, mitigación y control establecidas en proyectos con Resolución de Calificación Ambiental (RCA) y con certificación *LEED*.

Para el caso de las empresas de servicios asociados a la operación de los centros urbanos, las auditorías se ajustan al plan del sistema de gestión ambiental y energético.

Principios generales

Todas nuestras operaciones de adquisición, contratación de bienes y servicios y relacionamiento con proveedores deben cumplir con los principios detallados a continuación:

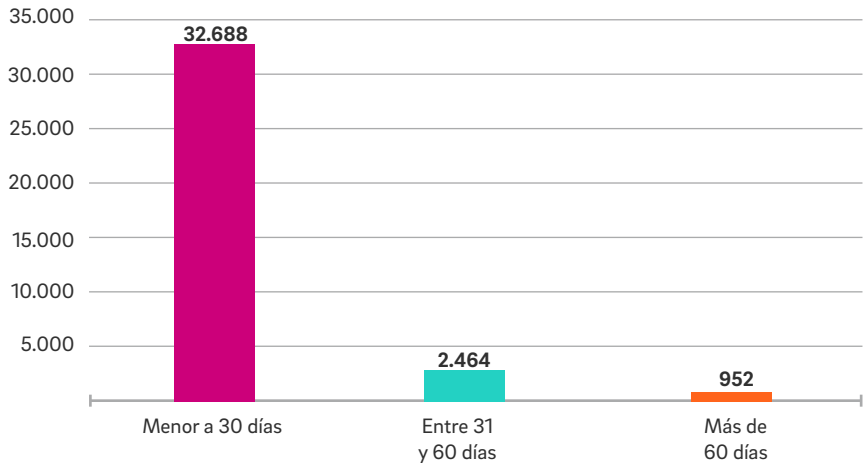
- 1. Legalidad y transparencia.
- 2. Confidencialidad.
- 3. Imparcialidad.
- 4. Aprovisionamiento responsable.
- 5. Responsabilidad.
- 6. Registro y auditabilidad.

Pago oportuno a los proveedores

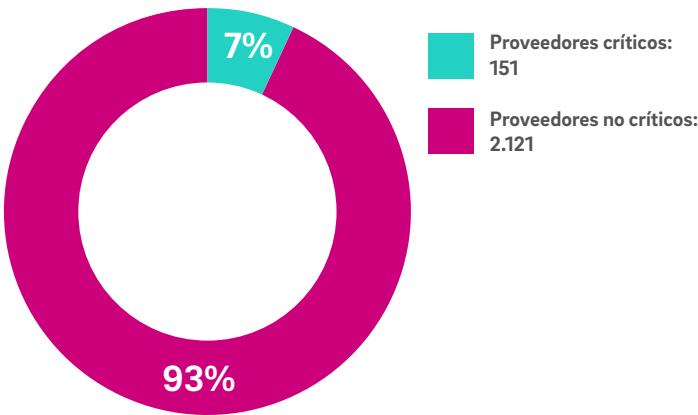
CMF 7.1.a
CMF 7.1.a.a
CMF 7.1.a.b

En línea con nuestra Política de Relacionamiento con Proveedores, en 2022 no se efectuaron renegociaciones de contratos como medida especial y, además, continuamos el pago oportuno a nivel regional para todos nuestros proveedores, incluyendo las pymes.

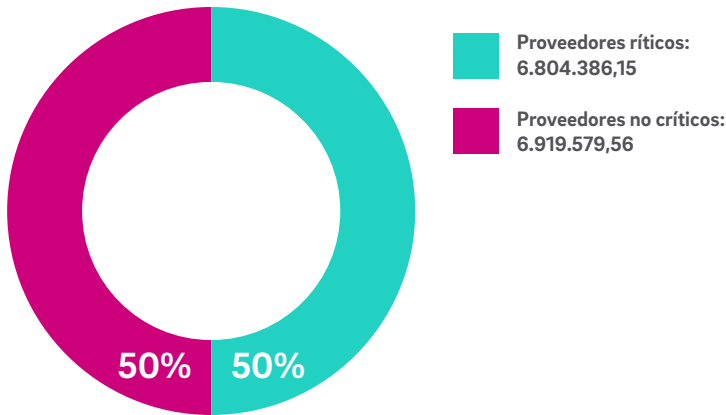
Plazos de Pago



Proveedores Mallplaza 2022



Gasto por tipo de proveedores 2022



Contamos con una categorización respecto de nuestros proveedores críticos:

- **Proveedores críticos:** son aquellos que afectan las operaciones normales de la empresa, servicio especializado y/o escasez de alternativas. Estos son:
 - » **Proveedores operativos que no cuenten con un reemplazo**, como limpieza, seguridad y estacionamiento.
 - » **Servicios básicos** (agua, luz, gas y telecomunicaciones).
 - » **Proveedores de los principales proyectos y obras de construcción** que se encuentran en ejecución.

Gasto en proveedores locales

CMF 7.1.b.
GRI 204-1

	Mallplaza Chile	Mallplaza Perú	Mallplaza Colombia
Gasto en proveedores	2022	2022	2022
% de gasto en proveedores locales	99%	91%	99%

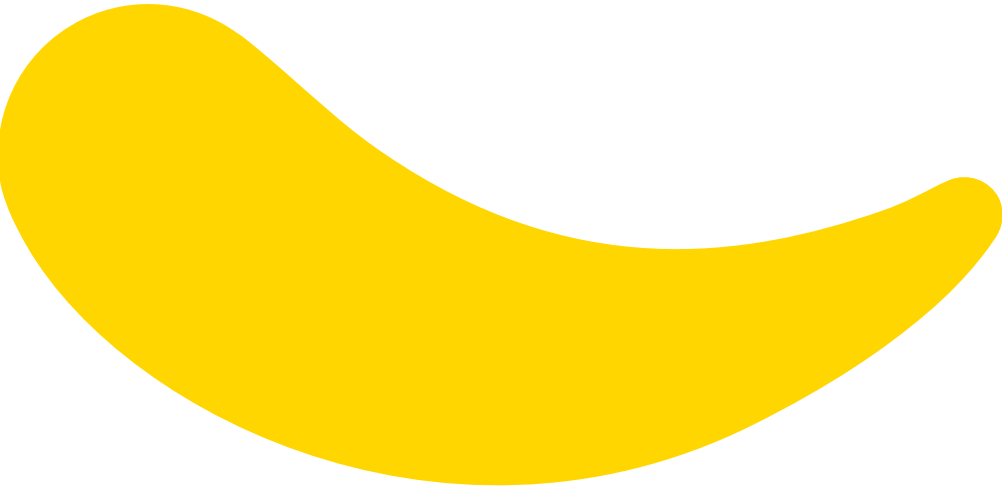
Evaluación de proveedores

CMF 7.2.a

Todos aquellos proveedores que mantengan relaciones comerciales con nuestra compañía deben entregar información fidedigna, vigente y completa para la evaluación, registro y eventuales fiscalizaciones, lo que va en línea con nuestra Política de Relacionamiento con Proveedores aprobada en 2022.

En este proceso detectamos que algunos proveedores tenían algún impacto ambiental o social negativo. De hecho, cuatro en Chile, dos en Perú y ninguno en Colombia tenían un índice de accidentabilidad y/o siniestralidad alto.

En materia de servicios intensivos de mano de obra, como aseo, seguridad y construcción, contamos con protocolos para asegurar el cumplimiento de la normativa de salud y seguridad por parte de los proveedores, así como de las condiciones de contratación de sus trabajadores.



En Mallplaza contamos con una evaluación de proveedores que busca definir a nivel regional los lineamientos que nos permitan clasificar a las empresas según sus niveles de riesgo, con base en sus antecedentes, tamaño de negocios y situación financiera. De esta manera, logramos entender la estructura de los flujos de fondos y detectamos los posibles riesgos que podemos enfrentar como Plaza S.A. y filiales al suscribir contratos de prestación de servicios y de construcción. Los proveedores se evalúan periódicamente. Además, a los proveedores se les pide la entrega de su declaración de conflicto de interés y de personas expuestas políticamente (PEP), además de su revisión en un software de cumplimiento.

Consideraciones importantes a la hora de evaluar a nuestros proveedores:

- Serán evaluados aquellos que participen de procesos de Solicitud de Propuesta, según los montos establecidos en el procedimiento de Compras y Solicitud de Propuesta.
- Aquellos que participan en procesos de cotización formal (tres cotizaciones), se les deberá realizar una evaluación a través del informe de Central de riesgos y compliance tracker previo a la invitación (este registro quedará resguardado en la carpeta compartida definida por Abastecimiento).

Nuestro Portal de Proveedores cuenta con un enlace directo al Canal de Integridad: una instancia de consulta y denuncia de manera anónima y sin represalias.

Proveedores con acuerdo de mejora o fin de la relación comercial

GRI 308-2 GRI 414-2

Para nuestra compañía es fundamental velar por la transparencia y óptimo desempeño de nuestros proveedores. Por eso, en 2022 los instamos a mejorar y/o resolver los siguientes aspectos:

- **Mejoras por temas sociales:** en Chile, 11 proveedores acordaron mejoras, de los cuales seis enviaron los respectivos planes de mitigación que ya aplicaron, mientras que cinco de ellos están en implementación.
- **Mejoras por temas ambientales:** durante el año no pusimos fin a la relación comercial ni acordamos mejoras por temas ambientales con ningún proveedor.
- **Fin de relación comercial:** ocurrido en Chile con un proveedor por temas sociales (quiebra de la empresa).
- En 14 proveedores se detectaron deudas previsionales, las cuales fueron resueltas.

Nuevos proveedores seleccionados utilizando criterios ambientales

GRI 308-1

La sostenibilidad es un factor clave en nuestra estrategia de negocios y con la que nos diferenciamos en el mercado. Por eso, desde 2021 incorporamos un factor de sostenibilidad en nuestros procesos de licitación que equivale a un 3% para todos los procesos de Solicitud de Propuesta, tanto en Chile como en Perú y Colombia. Dicha nota se calcula en la evaluación financiera para cada uno de nuestros proveedores y tiene una vigencia anual.

Desde 2021 se incorporó un factor de sostenibilidad en los procesos de licitación, que equivale a un 3% para todos los procesos de Solicitud de Propuesta, en Chile, Perú y Colombia. Dicha nota se calcula en la evaluación financiera para cada uno de los proveedores y tiene una vigencia anual.

Descripción del procedimiento de selección

- 1 Solicitud de antecedentes
- 2 Recepción de datos
- 3 Archivo
- 4 Consultas en bases de datos
- 5 Evaluación financiera
- 6 Experiencia y sostenibilidad
- 7 Informe
- 8 Aprobación
- 9 Registro en SAP
- 10 Registro informe



Mallplaza Vespucio, La Florida, Santiago, Chile.

Evaluación de proveedores

CMF7.2b.c.d
GRI 414-1

Total proveedores evaluados en 2022¹

Mallplaza Chile		Mallplaza Perú		Mallplaza Colombia	
Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
895	17	389	5	422	4

Total de nuevos proveedores en 2022

Mallplaza Chile		Mallplaza Perú		Mallplaza Colombia	
Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
310	14	107	5	163	1

Nota: del total de nuevos proveedores contratados en 2022, el 100% pasó por filtros de selección mediante el uso de criterios sociales.

Compras totales a proveedores sometidos a una evaluación en 2022²

Mallplaza Chile		Mallplaza Perú		Mallplaza Colombia	
Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
136.525.459.952	1.254.497.814	14.054.449.654	0	40.808.584.561	3.434.651

¹Para el 2022 se toma en cuenta Todas Evaluaciones (Creación de Proveedores, Cotización y Procesos de Solicitud de Propuesta). Para el 2021 solo se hacía en Cotización a mitad de año y Procesos de Solicitud de Propuesta si se evaluaron todos los proveedores en el año.

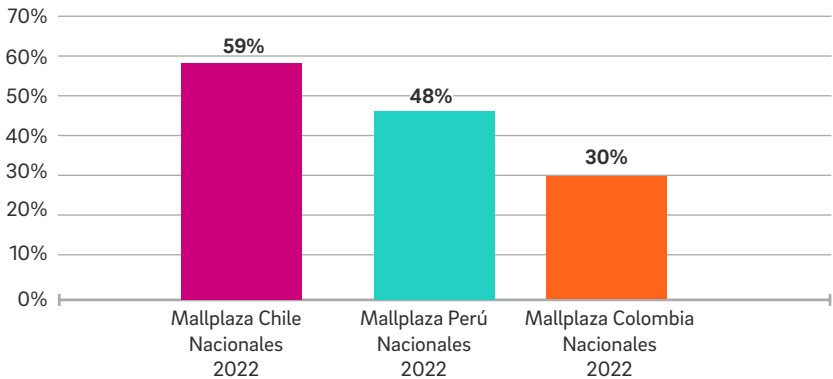
^{2,3 y 4}Nota: Estas cifras hacen referencia solo a la Evaluación full.

Porcentaje total de proveedores analizados con criterios de sostenibilidad en 2022³

Mallplaza Chile		Mallplaza Perú		Mallplaza Colombia	
Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
31%	18%	32%	0	31%	25%

Porcentaje total de compras que corresponde a proveedores analizados bajo criterios de sostenibilidad en 2022⁴

Mallplaza Chile		Mallplaza Perú		Mallplaza Colombia	
Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros	Nacionales	Extranjeros
59%	N/A	48%	N/A	30%	N/A



A nivel regional, el 100% de los nuevos proveedores ha pasado filtros de selección mediante el uso de criterios sociales.



Mallplaza NQS, Bogotá,
Colombia.

5. Compromiso con los derechos humanos

GRI 3-3 Derechos humanos
GRI 2-23 GRI 2-24

En Mallplaza estamos comprometidos con ser una empresa socialmente responsable con nuestros socios comerciales, colaboradores, proveedores, accionistas, visitantes, autoridades y la sociedad en general en cada una de las comunidades donde operamos. Entendiendo que nuestras actividades pueden generar impacto en las condiciones de vida de cada uno de nuestros grupos de interés, contamos con mecanismos que nos permiten realizar una adecuada identificación, evaluación y gestión de riesgos para su prevención y, de ser necesario, su remediación.

Política de Derechos Humanos

Como hemos mencionado antes, en Mallplaza somos una organización centrada en las personas, por lo que respetar y promover los derechos humanos es parte fundamental de nuestro negocio y está inmerso en cada una de las acciones que llevamos a cabo de forma transversal en los distintos países en los que operamos (Chile, Perú y Colombia).

Para asegurar su cumplimiento, contamos con una Política de Derechos Humanos donde definimos los principios y medidas específicas que guían nuestro comportamiento, para mantener activa y sostenidamente un estándar de respeto a los derechos humanos en los impactos generados por el desarrollo de nuestras actividades, en conformidad con nuestros valores corporativos, principios y normativa interna.

Adicionalmente, buscamos que nuestros proveedores y socios comerciales también ajusten su conducta a nuestros estándares, lineamientos y principios establecidos en esta Política, asegurando con ello que cada persona relacionada con nuestro negocio cuente con el mismo respeto fundamental de sus derechos.



Mallplaza Buenavista, Barranquilla, Colombia.

En detalle nuestra Política considera temas asociados a:

1. Respeto a los derechos humanos reconocidos internacionalmente.
2. Promoción de una cultura organizacional diversa e inclusiva.
3. Respeto y reconocimiento de los derechos laborales de nuestros colaboradores en el ambiente de trabajo.
4. Rechazo del trabajo forzado e infantil.
5. Reconocimiento de la integridad como elemento central de nuestra organización.
6. Promoción de la transparencia en el desempeño de las actividades de nuestros colaboradores.
7. Protección y respeto del medio ambiente.

Medidas específicas:

- Debida diligencia.
- Adopción de un programa de derechos humanos y empresa.
- Garantizar un canal de comunicación con sus grupos de interés.

Teniendo como base el Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos realizado en 2020, durante 2021 se creó la Mesa de Derechos Humanos integrada por colaboradores pertenecientes a Fiscalía, Subgerencia de Sostenibilidad y Subgerencia de Riesgos, que sesiona de manera quincenal.

En esta Mesa se revisaron los riesgos levantados del proceso de debida diligencia, compuestos por siete factores relevantes: Salud y Seguridad, Empleo, Libertad de Asociación y Negociación Colectiva, No Discriminación, Comunidades Locales, Acceso a la Información y Mecanismos de Reclamos. Estos se analizaron junto con sus respectivos controles y se hicieron los ajustes necesarios.

Por ejemplo, se tomó la decisión de incluir estas cláusulas de derechos humanos en los contratos con los distintos grupos de interés, como un mecanismo de prevención y mitigación de riesgos.

Además, dado el contexto de regionalización de la compañía, se validaron estos controles en Perú y en Colombia.

Durante 2022 los principales avances en materia de derechos humanos fueron:

- a) Desarrollo del programa de cumplimiento de Derechos Humanos.
- b) Proceso de debida diligencia en Perú y Colombia.
- c) Proceso de *testing* de controles de la Matriz de Riesgos de Derechos Humanos de Chile a fin de identificar oportunidades de mejora en el monitoreo de los riesgos durante 2022.

Es importante destacar que Mallplaza adhiere a los Principios Rectores sobre Derechos Humanos y Empresas emanados de las Naciones Unidas.

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

Cumplimiento de la Política de Derechos Humanos

La responsabilidad de la implementación y mantenimiento de esta Política recae en la alta dirección de Mallplaza, en nuestro Gerente General y en el Oficial de Cumplimiento; siendo este último quien tendrá la responsabilidad administrativa de la implementación del mismo.

Asimismo, todo colaborador tiene la responsabilidad de dar fiel cumplimiento a esta Política y a la normativa interna que sobre esta materia se haya definido. No obstante, nuestra Gerencia de Asuntos Corporativos será responsable de la implementación y ejecución de dicha Política.

Canal de comunicación

CMF 3.7

En Mallplaza buscamos construir relaciones de confianza, cercanía y transparencia de largo plazo con nuestros grupos de interés. Para esto, contamos con un Canal de Integridad que nos permite analizar y responder las consultas, denuncias e inquietudes.

Las vías de comunicación del Canal de Integridad son:

- Correo electrónico remitido a la dirección contactochile@gerenciadeetica.com
- Contacto telefónico al número 800 726 100
- Página web e intranet de nuestra compañía: canaldeintegridad.ines.cl/mallplaza/
- Presencialmente acudiendo a nuestras oficinas



Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos

CMF 8.1.2.a

Entre abril y diciembre de 2022, el Centro Vincular de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso de Chile realizó un proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos (DD.HH.) en Perú y Colombia, completando así el trabajo iniciado en 2020 en Chile. El objetivo fue entender todos aquellos riesgos e impactos que como empresa podamos ocasionar asociados a este tema, al mismo tiempo que encontrar maneras para seguir mejorando, identificando avances y desafíos.

Este proyecto contempló: la identificación de impactos reales y potenciales, desde la perspectiva de los DD.HH.; la evaluación del impacto con base en los criterios de los Principios Rectores sobre Derechos Humanos y Empresas; la identificación de riesgos inherentes y sus controles; el riesgo residual y puntos de mejora, junto a sus responsables.

Para lograrlo se realizó un proceso de escucha interna a nuestros ejecutivos de primera línea, así como a nuestros principales ejecutivos por gerencia y áreas críticas, a fin de conocer las diferentes visiones, acompañado de información sobre DD.HH. de contexto, relacionada con nuestro negocio en las diferentes unidades con las que contamos (Chile, Colombia y Perú).



Mallplaza Vespucio.

Etapas del proceso

1.

Análisis de contexto

DESCRIPCIÓN:
Identificación de factores críticos en derechos humanos

Actividades específicas

- Análisis de contexto de países.
- Revisión de estándares.
- Análisis de información secundaria.
- 38 entrevistas realizadas a:
 - Gerencias de divisiones Colombia y Perú
 - Gerencia Legal Gobierno Corporativo y Desarrollo Regional
 - Gerencia de Proyectos
 - Gerencia Comercial y Marketing
 - Subgerente Legal
 - Jefe de Personas
 - Directores de centros urbanos
 - Jefe Comunidad
 - Jefe de Prevención
 - Salud y Seguridad Regional
 - Representante de trabajadores
 - Empresas de seguridad
 - Empresas de aseo
 - Empresas constructoras

2.

Riesgos e impactos

DESCRIPCIÓN:
Integración de los riesgos identificados en la gestión local.

Actividades específicas

- Entrevistas.
- Revisión de metodología de gestión riesgos.
- Identificación de riesgos e impactos desde la perspectiva de los derechos humanos

Temas considerados:

- Salud y seguridad
- Cadena de suministro
- No discriminación
- Relación con trabajadores
- Empleo
- Socioambiental
- Manejo de información
- Mecanismos de reclamo

3.

Gestión de los derechos humanos

DESCRIPCIÓN:
Asegurar una gestión permanente de los derechos humanos en las unidades de negocio (UN).

Actividades específicas

- Directrices.
- Identificación y evaluación.
- Gestión de impactos y riesgos.
- Monitoreo.
- Comunicación.
- Reparación.

Resultados del proceso

Este proceso de debida diligencia logró identificar 52 riesgos asociados a distintas categorías, como salud y seguridad, empleo, no discriminación, relación con trabajadores, cadena de suministro, socioambiental, manejo de información y mecanismos de reclamación.

De este total:

- 36 riesgos han mantenido el mismo estatus desde el proceso de levantamiento en 2020 (Chile).
- Ocho riesgos tienen nueva redacción para mejorar su comprensión.
- Ocho riesgos fueron identificados como nuevos, originados por tres razones:
 - Actualización de la metodología que implica una nueva identificación de riesgos.
 - Contexto social a nivel país y mundial.
 - Contexto empresa (regionalización) que originó el surgimiento de nuevos temas.

52 Riesgos			
Salud y Seguridad	15	Cadena suministro	3
Empleo	17	Socioambiental	4
No Discriminación	7	Manejo de la información	4
Relación con trabajadores	1	Mecanismo de reclamo	1

Avances y desafíos en la gestión de derechos humanos

Pilar	Hitos relevantes	Desafío	Avance
Directrices	Política de Derechos Humanos con alcance a nivel regional	Programa de Derechos Humanos y Empresas	67%
Identificación & Evaluación	Proceso de Debida Diligencia en Derechos Humanos, a nivel regional. Política de Derechos Humanos que establece periodicidad de actualización de matrices de riesgos.	Contexto internacional en derechos humanos	90%
Gestión de impactos y riesgos	Mesa regional de Derechos Humanos	Asegurar continuidad en la implementación de controles y ejecución de planes de acción, para cada uno de los riesgos identificados.	83%

Mayores desafíos en derechos humanos

GRI 411-1

Pilar	Desafío	Avance
Monitoreo	Canal de integridad de fácil acceso para todos los grupos de interés. Los temas de derechos humanos deben estar explícitos para el ingreso de una denuncia.	58%
Comunicación	Explicitar posturas frente a temas de derechos humanos.	17%
Reparación	Plan que indique cómo proceder cuando se necesite remediar alguna afectación negativa. Sanciones explícitas por incumplimiento de compromisos con los derechos humanos.	31%

Durante el año no se reportaron incidentes de violaciones a los derechos de los pueblos indígenas.



Mallplaza Trujillo, Trujillo, Perú.



Mallplaza Antofagasta.

X. Información corporativa

Identificación de la entidad

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

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

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

Objeto Social

En Plaza S.A. tenemos por objeto:

- a. El desarrollo, construcción, administración, gestión, explotación, arrendamiento y subarrendamiento, en todos los casos con o sin muebles, de centros urbanos del tipo *mall*, entendiéndose por tal un conjunto de locales comerciales construidos en un mismo paño físico de terreno en el cual existen, al menos, dos tiendas por departamento y en el que puede existir cualquier otro tipo de desarrollo comercial, inmobiliario o de otro tipo, sin limitación alguna, tanto en Chile como en el extranjero, sea directamente o a través de sociedades en las cuales participe.
- b. El desarrollo, construcción, administración, gestión, explotación, arrendamiento y subarrendamiento –en todos los casos con o sin muebles- de inmuebles destinados a la venta y comercialización de vehículos motorizados y prestación de servicios afines, tanto en Chile como en el extranjero, sea directamente o a través de sociedades en las cuales participe.
- c. La prestación de servicios a las sociedades en las cuales participamos en materia de investigaciones y estudios de mercado, asesorías para inversión y servicios en materias financieras, comerciales, contables, de procesamiento electrónico de datos, administración de redes y bases de datos, soporte técnico informático, desarrollo e implementación de sistemas, de gerencia y de administración de empresas, análisis económicos y evaluación de proyectos, servicios de publicidad y marketing, tanto en Chile como el extranjero.

Cambios Razón Social

Nuestra razón social no sufrió modificaciones durante el año 2022.

Cambio de control de la Sociedad

Durante el año 2022 no hubo cambios en el control de nuestra sociedad.

Mercado extranjero

En Plaza S.A. no tenemos inscritos ni cotizamos valores en el mercado extranjero.

Marco Normativo

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

Por otra parte, en materia de descanso semanal, de conformidad a lo dispuesto en el número 7 del artículo 38 del Código del Trabajo, se encuentran exceptuados del descanso semanal los establecimientos de comercio y de servicios que atiendan directamente al público. Sin perjuicio de lo anterior, de conformidad a lo previsto en el artículo 2 de la ley 19.973, los días 1 de mayo, 18 y 19 de septiembre, 25 de diciembre y 1 de enero de cada año, son feriados obligatorios e irrenunciables para todos los trabajadores del comercio, con excepción de aquellos que se desempeñan en clubes, restaurantes, establecimientos de entretenimientos, tales como, cines, espectáculos en vivo, discotecas, pub, cabarets, casinos de juego y otros lugares de juego legalmente autorizados.

Adicionalmente, el artículo 169 de la ley N° 18.700 establece que los días de elecciones populares y plebiscito serán feriados legales y siguiendo la doctrina de la Dirección del Trabajo respecto a estos feriados, la excepción al descanso semanal del número 7 del artículo 38 del Código del Trabajo, no es aplicable a los trabajadores de centros o complejos comerciales administrados bajo una misma razón social o personalidad jurídica.

En definitiva, dando cumplimiento a esta normativa, nuestros centros urbanos, funcionan todos los días del año, salvo los días feriados obligatorios e irrenunciables donde sólo abren nuestros restaurantes, cines, pubs y discotecas y permanecen totalmente cerrados en fechas de elecciones populares y plebiscitos regidos por la citada ley.

Por otra parte, la ley N° 20.967 regula el cobro del servicio de estacionamiento. En virtud de lo anterior, entre otras materias, los centros urbanos deben optar por cobrar por minuto efectivo de uso, o bien, cobrar por tramo vencido, no pudiendo establecerse un tramo inicial inferior a media hora.



Principales accionistas

Nombre o Razón Social	Rut	Dirección	Comuna	Ciudad	Acciones	Porcentaje acciones
Desarrollos Inmobiliarios SPA	99.593.960	Huérfanos 1011 Oficina 118	Santiago	Santiago	1.161.849.244	59,28%
Inversiones Avenida Borgono SPA	79.566.150	Gertrudis Echenique 30 Of. 172	Las Condes	Santiago	274.704.252	14,02%
Rentas Tissa Limitada	76.271.008	Presidente Errázuriz 2999 Piso 5	Las Condes	Santiago	225.485.062	11,50%
Credicorp Capital SA Corredores De Bolsa	96.489.000	Av Apoquindo 3721 Piso 16	Las Condes	Santiago	52.335.208	2,67%
Bolsa de Comercio de Santiago Bolsa de Valores	90.249.000	Sin información	Santiago	Santiago	18.525.831	0,95%
AFP Habitat SA Fondo Pensión C	98.000.100	Sin dirección	Sin Comuna	Sin ciudad	17.890.897	0,91%
Banco Santander por cuenta de inv. extranjeros	97.036.000	Matías Cousiño 167 Piso 1	Santiago	Santiago	17.541.805	0,89%
Banco de Chile por cuenta de terceros no residentes	97.004.000	Ahumada 251	Santiago	Santiago	15.949.391	0,81%
AFP Habitat SA Fondo Pensión B	98.000.100	Sin dirección	Sin Comuna	Sin ciudad	13.872.854	0,71%
AFP Provida SA Fondo Pensión C	76.265.736	Agustinas 640 Piso 18	Santiago	Santiago	12.289.748	0,63%

10 mayores	1.810.444.292	92,37%
Otros accionistas	149.555.708	7,63%
Total	1.960.000.000	100,00%

El número total de accionistas al 31 de diciembre de 2022 fue de 152.



Porcentaje de participación en Plaza S.A. de directores y ejecutivos principales

Nombre	Acciones %	Participación en la sociedad
Sergio Cardone Solari		No tiene participación directa ¹
Pablo Eyzaguirre Cour		No tiene
Manuela Sánchez Muñoz		No tiene
Paul Fürst Gwinner		No tiene participación directa ³
Juan Pablo Montero Schepeler		No tiene participación directa ⁴
Tomás Müller Benoit		No tiene participación directa ⁵
Alejandro Puentes Bruno		No tiene
Carlo Solari Donaggio		No tiene participación directa ⁶
Fernando de Peña Iver	1.598.281	0,08154%
Pablo Pulido Sierra	330.960	0,01689%
Oscar Munizaga Delfín	403.399	0,02058%
Hernán Silva Villalobos	165.609	0,00845%
Cristián Somarriva Labra	385.164	0,01965%
María Irene Soto Layseca	121.307	0,00619%
Pablo Cortés de Solminihac	324.268	0,01654%
Marina Tannenbaum Embeita	165.798	0,00846%
Christopher Banfield Erazo	108.593	0,00554%
Vicente Núñez Pinochet	114.002	0,005816%

1. Tiene participación indirecta a través del controlador, en la forma indicada en la página 126 de este documento.
2. Adicionalmente tiene participación indirecta equivalente al 0,025% a través de la sociedad Inversiones La Florida SpA.
3. El director y su familia tienen participación indirecta equivalente al 14,02% a través de Inversiones Avenida Borgoño Limitada.
4. Adicionalmente, tiene participación indirecta equivalente al 0,00895% a través de acciones de S.A.C.I. Falabella.
5. El director y su familia tienen participación indirecta equivalente al 11,5% a través de sociedades socias de Rentas Tissa Limitada.
6. Tiene participación indirecta a través del controlador, en la forma indicada en la página 125 de este documento.

Actividades y negocio

CMF 6.2.a CMF 6.2.a.d

Plaza S.A. es nuestra sociedad holding bajo la cual agrupamos todas las sociedades propietarias de nuestros centros urbanos que operan bajo la marca Mallplaza (tanto en Chile como en Colombia), además de nuestros negocios que operan bajo las marcas Autoplaza y Motorplaza (en Chile y Perú, respectivamente).

Nuestra actividad comercial es desarrollada a través de las filiales con las que contamos mediante el arrendamiento de locales en nuestros centros urbanos, así como la prestación de servicios asociados a ellos, tales como arriendo de espacios publicitarios y actividades de difusión de nuestros centros urbanos.

Así, bajo esta figura los clientes de nuestra sociedad son los arrendatarios de locales comerciales (socios comerciales), no representando ninguno de ellos en forma individual el 10% o más de los ingresos de la sociedad. Sin perjuicio que, considerando a Grupo Falabella como un solo cliente, supera el 10% pero no excede el 20%.

En 2022 no incorporamos nuevas actividades ni negocios, tampoco realizamos venta de activos ni fusiones, ni creamos filiales, divisiones de la matriz o filiales relevantes.

Sector industrial

CMF 6.1.a CMF 6.1.a.a CMF 6.1.a.b.

La principal marca de nuestra sociedad (Plaza S.A.) es “Mallplaza”, la cual se encuentra registrada ante el Departamento de Propiedad Industrial del Ministerio de Economía junto a otras marcas propias en diferentes clases.

Como compañía participamos en el sector inmobiliario de uso comercial llevando a cabo acciones orientadas al diseño, construcción y administración de nuestros centros urbanos, lo que nos permite ofrecer al mercado un conjunto de tiendas denominadas “ancla” que se suman a una gran variedad de tiendas y servicios independientes de diversos rubros (como vestuario, electrónica, decoración, hogar, entre otros), además de otras orientadas a la entretención (*food court*, cines, restaurantes, cafés y bibliotecas) y servicios (centros médicos, centros educacionales, bancos, correos y farmacias).

Contar con esta variedad de productos, servicios y entretención es nuestro principal atributo como marca “Mallplaza”, además de ofrecer gran accesibilidad, estacionamientos, seguridad y un posicionamiento publicitario atractivo para nuestros *stakeholders*.

De acuerdo a estudios cuantitativos realizados en hogares de las áreas de influencia de los distintos centros urbanos Mallplaza, los formatos que se constituyen como competencia de Plaza S.A. son los centros urbanos tipo *mall*, *power centers*, *outlets malls*, *lifestyle malls*, *strip centers* y el comercio tradicional ubicado en las principales arterias y distritos de las diferentes comunas. De esta forma, la participación de mercado de Mallplaza en el comercio minorista en Chile se estima en 3,8%; para determinar dicha participación, se consideran las ventas totales efectuadas dentro de los centros urbanos Mallplaza, excluyendo ventas en los sectores automotriz, supermercado, tienda hogar y salud.

A la fecha de publicación de esta Memoria Integrada no existen proveedores que representen individualmente el 10% del total de suministros de nuestros bienes y servicios. En este sentido, solo existe un cliente de la sociedad “Plaza S.A.” que representa más del 10% de nuestros ingresos por actividades ordinarias.

Propiedad y concesiones

CMF 6.2.a.g CMF 6.4.b

A través de nuestras sociedades filiales, Plaza S.A. es propietaria de casi la totalidad de nuestros centros urbanos, siendo la única concesión que se mantiene de nuestra filial Plaza Antofagasta S.A.

En detalle, con fecha 20 de mayo de 2004 suscribimos un contrato de concesión con Empresa Portuaria de Antofagasta, la que faculta a nuestra compañía a desarrollar, mantener y explotar exclusivamente la denominada Área de Concesión Portuaria de una superficie inicial de 71.020 m², pudiendo verse incrementada en el futuro por incorporación de nuevas áreas opcionales. Con base en esto, Plaza Antofagasta S.A. construyó y actualmente administra nuestro Centro Comercial Mallplaza Antofagasta.

El plazo de duración de esta concesión es de 30 años contados desde la fecha de entrega del terreno. Como contraprestación, nuestra filial Plaza Antofagas-

ta S.A. debe pagar mensualmente a Empresa Portuaria de Antofagasta un canon que corresponde al monto mayor entre un denominado Monto Mínimo Mensual, Monto Comercial Mensual y el Monto Mínimo Asegurado Mensual más un pago por contribuciones que corresponde a un porcentaje del Impuesto Territorial que debe pagar la zona concesionada.

Patentes y plan de inversión

CMF 6.2.a.f CMF 4.3.a

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

Además de los proyectos de las inversiones descritos en el capítulo “Crecimiento y transformación como parte de nuestro ADN”, como compañía contamos con terrenos en Chile (ubicados en la región de Valparaíso y región del Libertador Bernardo O’Higgins), que en total suman aproximadamente 28 hectáreas.

Propiedad, accionistas y control

Nuestra sociedad Plaza S.A. está controlada por la Sociedad Desarrollos Inmobiliarios SpA, filial de Falabella S.A., dueña del 59,28% de las acciones.

Cabe destacar que durante el año (2022) no se produjeron cambios en el control de nuestra sociedad. Las acciones de Plaza S.A. corresponden a una sola serie.

Procedimientos para la participación de los accionistas

CMF 3.7.d

A partir de la Junta Ordinaria de Accionistas de la Sociedad celebrada con fecha 23 de abril de 2020, y según lo dispuesto en la Norma de Carácter General N°435 y el Oficio Circular N°1.141 (ambos de la Comisión para el Mercado Financiero), el Directorio de la Sociedad puso a disposición de los accionistas de la Sociedad medios tecnológicos para que aquellos accionistas que quisieran participar de la Junta de forma remota y votar electrónicamente en la misma, lo pudieran hacer.

Información sobre Grupo contralor

CMF 2.3.1.a CMF 2.3.1.b CMF 2.3.1.c CMF 2.3.1.d CMF.2.3.1.e CMF 2.3.1.f

Nuestra sociedad es controlada a través de Falabella S.A.

Falabella S.A. es controlada por los siguientes grupos de accionistas. En 2022, el grupo controlador posee el 68,81% 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, el cual contiene limitaciones a la libre disponibilidad de sus acciones en Falabella S.A.

GRUPO AUGURI	RUT	N° Acciones	%
Maria Cecilia Karlezi Solari	7.005.097-8	14.000.000	0,56%
Inversiones Auguri SpA	78.907.330-9	37.533.331	1,50%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Maria Cecilia Karlezi Solari	7.005.097-8		
Sebastián Arispe Karlezi	15.636.728-1		
Lucec Tres SpA	99.556.440-8	267.803.642	10,67%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Maria Cecilia Karlezi Solari	7.005.097-8		
Sebastián Arispe Karlezi	15.636.728-1		
BETHIA	RUT	N° Acciones	%

Bethia S.A.	78.591.370-1	220.528.394	8,79%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Liliana Solari Falabella	4.284.210-9		
Carlos Alberto Heller Solari	8.717.000-4		
Andrea Heller Solari	8.717.078-0		
Pedro Heller Ancarola	17.082.751-1		
Alberto Heller Ancarola	18.637.628-5		
Paola Barrera Heller	15.960.799-2		
Felipe Rossi Heller	18.637.490-8		
Inbet S.A.	85.487.000-9	2.678.697	0,11%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Liliana Solari Falabella	4.284.210-9		
Carlos Alberto Heller Solari	8.717.000-4		
Andrea Heller Solari	8.717.078-0		
Pedro Heller Ancarola	17.082.751-1		
Alberto Heller Ancarola	18.637.628-5		
Paola Barrera Heller	15.960.799-2		
Felipe Rossi Heller	18.637.490-8		
GRUPO CORSO	RUT	N° Acciones	%

Juan Carlos Cortés Solari	7.017.522-3	2.081.442	0,08%
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8	2.149.020	0,09%
María Francisca Cortés Solari	7.017.523-1	2.082.186	0,08%
Inversiones Mapter Dos Limitada	76.839.460-1	6.180.193	0,25%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortés Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortés Solari	7.017.523-1		
Inversiones Quitafal Limitada	76.038.402-K	18.300.200	0,73%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortés Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortés Solari	7.017.523-1		
Inversiones Don Alberto Cuatro SpA	99.552.470-8	151.079.494	6,02%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortés Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortés Solari	7.017.523-1		
Mapcor Cuatro SpA	99.556.480-7	45.000.000	1,79%

GRUPO CORSO	RUT	N° Acciones	%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortés Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortés Solari	7.017.523-1		
Mapcor Cuatro Alfa SpA	77.112.738-K.	63.247.346	2,52%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Teresa Matilde Solari Falabella	4.661.725-8		
Juan Carlos Cortés Solari	7.017.522-3		
María Francisca Cortés Solari	7.017.523-1		
GRUPO SAN VITTO	RUT	N° Acciones	%
Inversiones San Vitto Limitada	77.945.970-5	243.698.146	9,71%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
Asesorías e Inversiones Brunello Limitada	78.907.380-5	8.542.268	0,34%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		

Inversiones Brunello Dos Limitada	76.265.839-9	310.000	0,01%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
Asesorías e Inversiones Barolo Limitada	78.907.350-3	8.852.288	0,35%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
Asesorías e Inversiones Sangiovese Limitada	78.907.390-2	8.852.248	0,35%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Piero Solari Donaggio	9.585.725-6		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9		
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3		
Sandro Solari Donaggio	9.585.729-9	360.000	0,01%

GRUPO LIGURIA	RUT	N° Acciones	%
Inversiones San Lorenzo SpA	77.486.835-6	9.000.000	0,36%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Juan Cuneo Solari	3.066.418-3		
Paola Cuneo Queirolo	8.506.868-7		
Giorgianna Cuneo Queirolo	9.667.948-3		
Inversiones Santa Margarita SpA	77.486.834-8	9.000.000	0,36%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Juan Cuneo Solari	3.066.418-3		
Paola Cuneo Queirolo	8.506.868-7		
Giorgianna Cuneo Queirolo	9.667.948-3		
Inversiones Santa Victoria SpA	77.687.769-7	98.164.291	3,91%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Juan Cuneo Solari	3.066.418-3		
Paola Cuneo Queirolo	8.506.868-7		
Giorgianna Cuneo Queirolo	9.667.948-3		
Inversiones Cinco Terre SpA	77.687.768-9	98.164.290	3,91%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Juan Cuneo Solari	3.066.418-3		
Paola Cuneo Queirolo	8.506.868-7		
Giorgianna Cuneo Queirolo	9.667.948-3		

GRUPO AMALFI	RUT	N° Acciones	%
Importadora y Comercializadora Amalfi SpA	87.743.700-0	46.898.418	1,87%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Sergio Cardone Solari	5.082.229-K		
Inés Fantuzzi	6.066.811-6		
Macarena Cardone	10.091.903-6		
Matías Cardone	10.091.901-K		
Valentina Cardone	15.642.572-9		
Josefina Cardone	17.406.681-7		
Francisco de Pablo	12.265.592-K		
Cristián de Pablo	12.585.617-9		
Nicolás de Pablo	13.550.768-7		
Inversiones Vietri S.A.	76.182.636-0	10.899.037	0,43%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Sergio Cardone Solari	5.082.229-K		
Inás Fantuzzi	6.066.811-6		
Macarena Cardone	10.091.903-6		
Matías Cardone	10.091.901-K		
Valentina Cardone	15.642.572-9		
Josefina Cardone	17.406.681-7		
Francisco de Pablo	12.265.592-K		
Cristián de Pablo	12.585.617-9		
Nicolás de Pablo	13.550.768-7		

GRUPO DERSA	RUT	N° Acciones	%
Dersa S.A.	95.999.000-K	136.444.501	5,44%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		
DT Carrera SpA	76.338.127-7	30.877.447	1,23%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Mariana de Jesús Arteaga Vial	6.695.852-3		
Luis Felipe del Río Arteaga	13.234.925-8		
Andrés Antonio del Río Arteaga	14.118.360-5		
Martín del Río Arteaga	15.642.668-7		
Javier del Río Arteaga	16.605.546-6		
Jose Pablo del Río Arteaga	17.703.172-0		
Mariana Teresita Carmen del Río Arteaga	18.641.820-4		
Quilicura S.A.	76.338.077-7	1.087.494	0,04%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		

Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		
El Roquerio S.A.	76.338.125-0	22.415.828	0,89%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
José Luis del Río Goudie	4.773.832-6		
Bárbara del Río Goudie	4.778.798-K		
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Felipe del Río Goudie	5.851.869-7		
Ignacio del Río Goudie	6.921.717-6		
Sebastián del Río Goudie	6.921.716-8		
Carolina del Río Goudie	6.888.500-0		
DT D y D SpA	76.338.126-9	34.105.996	1,36%
Esta sociedad es controlada por las personas naturales que se indican a continuación:			
Juan Pablo del Río Goudie	5.898.685-2		
Patricia Edwards Braun	5.711.271-9		
Elisa del Río Edwards	12.628.617-1		
Diego del Río Edwards	13.234.004-8		
Ana del Río Edwards	13.435.488-7		
Pedro del Río Edwards	15.382.612-9		
Sara del Río Edwards	15.641.769-6		
Paula del Río Edwards	16.371.405-1		

Porcentaje de propiedad de todas las personas naturales

CMF 2.3.3.d

A continuación, se presenta el listado del porcentaje de propiedad de todas las personas naturales que en conjunto con su cónyuge y/o parientes hasta el segundo grado de consanguinidad o afinidad posea más de un 10% de participación, directa o indirectamente.

Rut de personas del mismo Grupo Empresarial	Nombre de personas naturales y jurídicas del mismo Grupo Empresarial	Razones para conformar un mismo Grupo Empresarial	Causas del control
76.017.019-4	PLAZA S.A.		
3.066.418-3	CUNEO SOLARI JUAN	B DE FALABELLA S.A.	A
4.284.210-9	SOLARI FALABELLA LILIANA	B DE FALABELLA S.A.	A
4.661.725-8	SOLARI FALABELLA TERESA MATILDE	B DE FALABELLA S.A.	A
4.773.832-6	DEL RÍO GOUDIE JOSÉ LUIS	B DE FALABELLA S.A.	A
4.778.798-K	DEL RÍO GOUDIE BÁRBARA	B DE FALABELLA S.A.	A
5.082.229-K	CARDONE SOLARI SERGIO	B DE FALABELLA S.A.	A
5.711.271-9	EDWARDS BRAUN PATRICIA	B DE FALABELLA S.A.	A
5.851.869-7	DEL RÍO GOUDIE FELIPE	B DE FALABELLA S.A.	A
5.898.685-2	DEL RÍO GOUDIE JUAN PABLO	B DE FALABELLA S.A.	A
6.066.811-6	FANTUZZI MUTINELLI INES ANGELICA	B DE FALABELLA S.A.	A
6.474.224-8	PUCCI LABATUT VICTOR HORACIO	B DE FALABELLA S.A.	A
6.695.852-3	ARTEAGA VIAL MARIANA DE JESÚS	B DE FALABELLA S.A.	A
6.888.500-0	DEL RÍO GOUDIE CAROLINA	B DE FALABELLA S.A.	A
6.921.716-8	DEL RÍO GOUDIE SEBASTIÁN	B DE FALABELLA S.A.	A
6.921.717-6	DEL RÍO GOUDIE IGNACIO	B DE FALABELLA S.A.	A
7.005.097-8	KARLEZI SOLARI CECILIA	B DE FALABELLA S.A.	A
7.017.522-3	CORTÉS SOLARI JUAN CARLOS	B DE FALABELLA S.A.	A
7.017.523-1	CORTÉS SOLARI MARÍA FRANCISCA	B DE FALABELLA S.A.	A

Rut de personas del mismo Grupo Empresarial	Nombre de personas naturales y jurídicas del mismo Grupo Empresarial	Razones para conformar un mismo Grupo Empresarial	Causas del control
8.506.868-7	CUNEO QUEIROLO PAOLA	B DE FALABELLA S.A.	A
8.717.000-4	HELLER SOLARI CARLOS ALBERTO	B DE FALABELLA S.A.	A
8.717.078-0	HELLER SOLARI ANDREA	B DE FALABELLA S.A.	A
9.585.725-6	SOLARI DONAGGIO PIERO	B DE FALABELLA S.A.	A
9.585.729-9	SOLARI DONAGGIO SANDRO	B DE FALABELLA S.A.	A
9.585.749-3	SOLARI DONAGGIO CARLO	B DE FALABELLA S.A.	A
9.667.948-3	CUNEO QUEIROLO GIORGIANNA MARÍA	B DE FALABELLA S.A.	A
10.091.901-K	CARDONE ARMENDARIZ MATÍAS	B DE FALABELLA S.A.	A
10.091.903-6	CARDONE ARMENDARIZ MACARENA	B DE FALABELLA S.A.	A
12.265.592-K	DE PABLO FANTUZZI FRANCISCO JAVIER	B DE FALABELLA S.A.	A
12.585.617-9	DE PABLO FANTUZZI CRISTIAN ANDRÉS	B DE FALABELLA S.A.	A
12.628.617-1	DEL RÍO EDWARDS ELISA	B DE FALABELLA S.A.	A
13.234.004-8	DEL RÍO EDWARDS DIEGO	B DE FALABELLA S.A.	A
13.234.925-8	DEL RÍO ARTEAGA LUIS FELIPE	B DE FALABELLA S.A.	A
13.435.488-7	DEL RÍO EDWARDS ANA	B DE FALABELLA S.A.	A
13.550.768-7	DE PABLO FANTUZZI NICOLAS GUILLERMO	B DE FALABELLA S.A.	A
14.118.360-5	DEL RÍO ARTEAGA ANDRÉS ANTONIO	B DE FALABELLA S.A.	A
15.382.612-9	DEL RÍO EDWARDS PEDRO	B DE FALABELLA S.A.	A

Rut de personas del mismo Grupo Empresarial	Nombre de personas naturales y jurídicas del mismo Grupo Empresarial	Razones para conformar un mismo Grupo Empresarial	Causas del control
15.605.546-6	DEL RÍO ARTEAGA JAVIER	B DE FALABELLA S.A.	A
15.636.728-1	ARISPE KARLEZI SEBASTIAN	B DE FALABELLA S.A.	A
15.637.474-1	PUCCI DEL RÍO PABLO	B DE FALABELLA S.A.	A
15.641.769-6	DEL RÍO EDWARDS SARA	B DE FALABELLA S.A.	A
15.642.572-9	CARDONE ARMENDARIZ VALENTINA	B DE FALABELLA S.A.	A
15.642.668-7	DEL RÍO ARTEAGA MARTÍN	B DE FALABELLA S.A.	A
15.643.671-2	PUCCI DEL RÍO VICTOR JOSÉ	B DE FALABELLA S.A.	A
15.960.799-2	BARRERA HELLER PAOLA	B DE FALABELLA S.A.	A
16.371.133-8	PUCCI DEL RÍO RODRIGO	B DE FALABELLA S.A.	A
16.371.405-1	DEL RÍO EDWARDS PAULA	B DE FALABELLA S.A.	A
17.082.751-1	HELLER ANCAROLA PEDRO	B DE FALABELLA S.A.	A
17.406.681-7	CARDONE MATTE JOSEFINA	B DE FALABELLA S.A.	A
17.703.172-0	DEL RÍO ARTEAGA JOSÉ PABLO	B DE FALABELLA S.A.	A
18.392.648-9	PUCCI DEL RÍO FELIPE	B DE FALABELLA S.A.	A
18.637.490-8	ROSSI HELLER FELIPE	B DE FALABELLA S.A.	A
18.637.628-5	HELLER ANCAROLA ALBERTO	B DE FALABELLA S.A.	A
18.641.820-4	DEL RÍO ARTEAGA MARIANA TERESITA CARMEN	B DE FALABELLA S.A.	A
76.000.935-0	PROMOTORA CHILENA DE CAFÉ COLOMBIA S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
76.007.317-2	INVERCOL SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.011.659-9	BANCOFALABELLA CORREDORES DE SEGUROS LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	
76.020.385-8	INVERSIONES PARMIN SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.020.391-2	INVERSIONES FALABELLA LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	
76.023.147-9	NUEVA INVERFIN SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.027.825-4	PROMOCIONES Y PUBLICIDAD LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	

Rut de personas del mismo Grupo Empresarial	Nombre de personas naturales y jurídicas del mismo Grupo Empresarial	Razones para conformar un mismo Grupo Empresarial	Causas del control
76.034.238-6	SERVICIOS MALL PLAZA SpA	F DE PLAZA S.A.	
76.038.402-K	INVERSIONES QUITAFAL LIMITADA	B DE FALABELLA S.A., F DE TERESA SOLARI, JUAN CARLOS CORTÉS Y M. FRANCISCA CORTÉS	A
76.039.672-9	DINALSA SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.042.371-8	NUEVA FALABELLA INVERSIONES INTERNACIONALES SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.042.509-5	INVERSIONES Y PRESTACIONES VENSER SEIS LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	
76.044.159-7	AUTOPLAZA SpA	F DE PLAZA S.A.	
76.046.433-3	FALABELLA INVERSIONES FINANCIERAS S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
76.046.439-2	APYSER SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.046.445-7	CONFECCIONES INDUSTRIALES SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.054.151-6	TRAINEEMAC S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
76.141.045-8	INVERSIONES INVERFAL COLOMBIA SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.142.721-0	GIFT CORP SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.149.308-6	INVERSIONES BRASIL SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.153.976-0	CAPYSER SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.159.664-0	INVERSIONES URUGUAY SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.159.684-5	INVERFAL URUGUAY SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.167.965-1	LOGÍSTICA INTERNACIONAL LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	

Rut de personas del mismo Grupo Empresarial	Nombre de personas naturales y jurídicas del mismo Grupo Empresarial	Razones para conformar un mismo Grupo Empresarial	Causas del control
76.182.636-0	INVERSIONES VIETRI S.A	B DE FALABELLA S.A., F DE SERGIO CARDONE, INES FANTUZZI, MACARENA CARDONE, MATIAS CARDONE, VALENTINA CARDONE, JOSEFINA CARDONE, FRANCISCO DE PABLO, CRISTIAN DE PABLO Y NICOLAS DE PABLO	A
76.201.304-5	RENTAS HOTELERAS SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.212.492-0	FALABELLA.COM SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.222.370-8	SERVICIOS GENERALES BASCUÑÁN LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	
76.265.839-9	INVERSIONES BRUNELLO DOS LIMITADA	B DE FALABELLA S.A., F DE PIERO SOLARI, SANDRO SOLARI Y CARLO SOLARI	A
76.282.188-5	INVERFAL BRASIL SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.308.853-7	NUEVA INVERFAL ARGENTINA SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.319.068-4	INVERSIONES INDIA SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.335.739-2	INVERSIONES MEXICO SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.338.077-7	QUILICURA S.A.	B DE FALABELLA S.A., F DE JOSÉ LUIS DEL RÍO, BÁRBARA DEL RÍO, JUAN PABLO DEL RÍO, FELIPE DEL RÍO, IGNACIO DEL RÍO, SEBASTIÁN DEL RÍO Y CAROLINA DEL RÍO	A
76.338.125-0	EL ROQUERIO S.A.	B DE FALABELLA S.A., F DE JOSÉ LUIS DEL RÍO, BÁRBARA DEL RÍO, JUAN PABLO DEL RÍO, FELIPE DEL RÍO, IGNACIO DEL RÍO, SEBASTIÁN DEL RÍO Y CAROLINA DEL RÍO	A

Rut de personas del mismo Grupo Empresarial	Nombre de personas naturales y jurídicas del mismo Grupo Empresarial	Razones para conformar un mismo Grupo Empresarial	Causas del control
76.338.126-9	DT D Y D SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE JUAN PABLO DEL RÍO, PATRICIA EDWARDS, ELISA DEL RIO, DIEGO DEL RIO, ANA DEL RIO, PEDRO DEL RIO, SARA DEL RIO Y PAULA DEL RIO	A
76.338.127-7	DT CARRERA SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE FELIPE DEL RÍO, MARIANA ARTEAGA, LUIS FELIPE DEL RIO, ANDRES DEL RIO, MARTIN DEL RIO, JAVIER DEL RIO, JOSE PABLO DEL RIO Y MARIANA DEL RIO	A
76.338.129-3	BFD S.A.	B DE FALABELLA S.A., F DE JOSÉ LUIS DEL RÍO, BÁRBARA DEL RÍO, JUAN PABLO DEL RÍO, FELIPE DEL RÍO, IGNACIO DEL RÍO, SEBASTIÁN DEL RÍO Y CAROLINA DEL RÍO	A
76.338.177-3	DT PEÑUELAS SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE CAROLINA DEL RÍO, VICTOR PUCCI LABATUT, VICTOR PUCCI DEL RIO, PABLO PUCCI, RODRIGO PUCCI Y FELIPE PUCCI	A
76.427.811-9	SERVICIOS DE INFRAESTRUCTURA FALABELLA SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.434.317-4	PROMOTORA CMR INVERSIONES S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
76.477.116-8	C.F SEGUROS DE VIDA S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
76.512.060-8	SOLUCIONES CREDITICIAS CMR FALABELLA LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	
76.582.813-9	NUEVA INVERFAL MEXICO SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.587.847-0	FALABELLA SERVICIOS PROFESIONALES DE TI SpA	F DE FALABELLA S.A.	

Rut de personas del mismo Grupo Empresarial	Nombre de personas naturales y jurídicas del mismo Grupo Empresarial	Razones para conformar un mismo Grupo Empresarial	Causas del control
76.644.120-3	APORTA, SOLUCIONES PARA LA ADMINISTRACION DE RECURSOS HUMANOS SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.662.120-1	SERVICIOS GENERALES CERRO COLORADO LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	
76.677.940-9	PLAZA VALPARAÍSO S.A.	F DE PLAZA S.A.	
76.683.615-1	ASESORÍAS Y EVALUACIÓN DE CRÉDITOS LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	
76.788.282-3	DIGITAL PAYMENTS SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.803.189-4	INVERFAL INDIA SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.821.330-5	IMPERIAL S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
76.839.460-1	INVERSIONES MAPTER DOS LIMITADA	B DE FALABELLA S.A., F DE TERESA SOLARI, JUAN CARLOS CORTÉS Y M. FRANCISCA CORTÉS	A
76.882.090-2	PLAZA CORDILLERA SpA	F DE PLAZA S.A.	
76.882.330-8	NUEVOS DESARROLLOS S.A. (EX-PLAZA ALAMEDA S.A.)	F DE PLAZA S.A.	
76.883.720-1	DESARROLLOS E INVERSIONES INTERNACIONALES SpA	F DE PLAZA S.A.	
76.899.941-4	INVERSIONES MKTP SpA	F DE FALABELLA S.A.	
76.993.859-1	IKSO SpA	F DE FALABELLA S.A.	
77.070.342-5	SERVICIOS FALABELLA SpA	F DE FALABELLA S.A.	
77.099.010-6	SEGUROS FALABELLA CORREDORES LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	
77.104.802-1	DESARROLLOS INMOBILIARIOS DOS SpA	F DE FALABELLA S.A.	
77.107.881-8	INMOBILIARIA RENTAS DOS SpA	F DE FALABELLA S.A.	
77.110.043-0	OPEN PLAZA CHILE SpA	F DE FALABELLA S.A.	
77.112.738-K	MAPCOR CUATRO ALFA SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE TERESA SOLARI, JUAN CARLOS CORTÉS Y M. FRANCISCA CORTÉS	A

Rut de personas del mismo Grupo Empresarial	Nombre de personas naturales y jurídicas del mismo Grupo Empresarial	Razones para conformar un mismo Grupo Empresarial	Causas del control
77.235.510-6	SERVICIOS DE EVALUACIONES Y COBRANZAS SEVALCO LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	
77.261.280-K	FALABELLA RETAIL S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
77.275.077-3	FALABELLA TRADING SpA	F DE FALABELLA S.A.	
77.303.603-9	DESARROLLOS INMOBILIARIOS ÑUBLE SpA	F DE FALABELLA S.A.	
77.312.496-5	DIGITAL PAYMENTS PREPAGO S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
77.414.389-0	FAZIL SpA	F DE FALABELLA S.A.	
77.486.834-8	INVERSIONES SANTA MARGARITA SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE JUAN CUNEO, PAOLA CUNEO Y GIORGIANNA CUNEO	A
77.486.835-6	INVERSIONES SAN LORENZO SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE JUAN CUNEO, PAOLA CUNEO Y GIORGIANNA CUNEO	A
77.583.275-4	DIGITAL BUSINESS CHILE SpA	F DE FALABELLA S.A.	
77.612.410-9	FALABELLA TECNOLOGIA CORPORATIVA SpA	F DE FALABELLA S.A.	
77.687.768-9	INVERSIONES CINQUE TERRE SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE JUAN CUNEO, PAOLA CUNEO Y GIORGIANNA CUNEO	A
77.687.769-7	INVERSIONES SANTA VICTORIA SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE JUAN CUNEO, PAOLA CUNEO Y GIORGIANNA CUNEO	A
77.945.970-5	INVERSIONES SAN VITTO LIMITADA	B DE FALABELLA S.A., F DE PIERO SOLARI, SANDRO SOLARI Y CARLO SOLARI	A
78.566.830-8	SOCIEDAD DE COBRANZAS LEGALES LEXICOM LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	
78.591.370-1	BETHIA S.A.	B DE FALABELLA S.A., F DE LILIANA SOLARI, CARLOS HELLER, ANDREA HELLER, PEDRO HELLER, ALBERTO HELLER, PAOLA BARRERA Y FELIPE ROSSI	A

Rut de personas del mismo Grupo Empresarial	Nombre de personas naturales y jurídicas del mismo Grupo Empresarial	Razones para conformar un mismo Grupo Empresarial	Causas del control
78.627.210-6	HIPERMERCADOS TOTTUS S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
78.745.900-5	TRASCIENDE, GESTION INTEGRAL DE CAPACITACION SpA	F DE FALABELLA S.A.	
78.907.330-9	INVERSIONES AUGURI SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE MARÍA CECILIA KARLEZI Y SEBASTIÁN ARISPE	A
78.907.350-3	ASESORIAS E INVERSIONES BAROLO LIMITADA	B DE FALABELLA S.A., F DE PIERO SOLARI, SANDRO SOLARI Y CARLO SOLARI	A
78.907.380-5	ASESORIAS E INVERSIONES BRUNELLO LIMITADA	B DE FALABELLA S.A., F DE PIERO SOLARI, SANDRO SOLARI Y CARLO SOLARI	A
78.907.390-2	ASESORIAS E INVERSIONES SANGIOVESE LIMITADA.	B DE FALABELLA S.A., F DE PIERO SOLARI, SANDRO SOLARI Y CARLO SOLARI	A
79.598.260-4	ADMINISTRADORA DE SERVICIOS COMPUTACIONALES Y DE CREDITO CMR FALABELLA LIMITADA.	F DE FALABELLA S.A.	
79.875.040-2	INVERSIONES TORCA LIMITADA	B DE FALABELLA S.A., F DE IGNACIO DEL RÍO	A
79.933.960-9	INPESCA S.A.	B DE FALABELLA S.A., F DE JOSÉ LUIS DEL RÍO, BÁRBARA DEL RÍO, JUAN PABLO DEL RÍO, FELIPE DEL RÍO, IGNACIO DEL RÍO, SEBASTIÁN DEL RÍO Y CAROLINA DEL RÍO	A
79.990.670-8	ADMINISTRADORA PLAZA VESPUCIO S.A.	F DE PLAZA S.A.	
85.487.000-9	INBET S.A.	B DE FALABELLA S.A., F DE LILIANA SOLARI, CARLOS HELLER, ANDREA HELLER, PEDRO HELLER, ALBERTO HELLER, PAOLA BARRERA Y FELIPE ROSSI	A

Rut de personas del mismo Grupo Empresarial	Nombre de personas naturales y jurídicas del mismo Grupo Empresarial	Razones para conformar un mismo Grupo Empresarial	Causas del control
87.743.700-0	IMPORTADORA Y COMERCIALIZADORA AMALFI SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE SERGIO CARDONE, INES FANTUZZI, MACARENA CARDONE, MATIAS CARDONE, VALENTINA CARDONE, JOSEFINA CARDONE, FRANCISCO DE PABLO, CRISTIAN DE PABLO Y NICOLAS DE PABLO	A
88.494.700-6	INVERSIONES VITACURA S.A.	B DE FALABELLA S.A., F DE JOSÉ LUIS DEL RÍO, BÁRBARA DEL RÍO, JUAN PABLO DEL RÍO, FELIPE DEL RÍO, IGNACIO DEL RÍO, SEBASTIÁN DEL RÍO Y CAROLINA DEL RÍO	A
90.743.000-6	PROMOTORA CMR FALABELLA S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
90.749.000-9	FALABELLA S.A.	A	
94.309.000-9	INVERSIONES AUSTRAL LIMITADA	B DE FALABELLA S.A., F DE JOSÉ LUIS DEL RÍO, BÁRBARA DEL RÍO, JUAN PABLO DEL RÍO, FELIPE DEL RÍO, IGNACIO DEL RÍO, SEBASTIÁN DEL RÍO Y CAROLINA DEL RÍO	A
95.999.000-K	DERSA S.A.	B DE FALABELLA S.A., F DE JOSÉ LUIS DEL RÍO, BÁRBARA DEL RÍO, JUAN PABLO DEL RÍO, FELIPE DEL RÍO, IGNACIO DEL RÍO, SEBASTIÁN DEL RÍO Y CAROLINA DEL RÍO	A
96.509.660-4	BANCO FALABELLA	F DE FALABELLA S.A.	
96.538.230-5	PLAZA VESPUCIO SpA	F DE PLAZA S.A.	
96.573.100-8	MANUFACTURAS DE VESTUARIO MAVESA LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	

Rut de personas del mismo Grupo Empresarial	Nombre de personas naturales y jurídicas del mismo Grupo Empresarial	Razones para conformar un mismo Grupo Empresarial	Causas del control
96.647.930-2	INVERSIONES INVERFAL PERÚ SpA	F DE FALABELLA S.A.	
96.653.650-0	PLAZA OESTE SpA	F DE PLAZA S.A.	
96.653.660-8	PLAZA DEL TRÉBOL SpA	F DE PLAZA S.A.	
96.791.560-2	PLAZA TOBALABA SpA	F DE PLAZA S.A.	
96.792.430-K	SODIMAC S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
96.795.700-3	PLAZA LA SERENA SpA	F DE PLAZA S.A.	
96.824.450-7	INMOBILIARIA MALL LAS AMÉRICAS S.A.	F DE PLAZA S.A.	
96.847.200-3	SERVICIOS E INVERSIONES FALABELLA LIMITADA	F DE FALABELLA S.A.	
96.951.230-0	INMOBILIARIA MALL CALAMA SpA	F DE PLAZA S.A.	
99.552.470-8	INVERSIONES DON ALBERTO CUATRO SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE TERESA SOLARI, JUAN CARLOS CORTÉS Y M. FRANCISCA CORTÉS	A
99.555.550-6	PLAZA ANTOFAGASTA S.A.	F DE PLAZA S.A.	
99.556.170-0	FALABELLA INMOBILIARIO S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
99.556.180-8	SODIMAC TRES S.A.	F DE FALABELLA S.A.	
99.556.440-8	LUCEC TRES SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE MARÍA CECILIA KARLEZI Y SEBASTIÁN ARISPE	A
99.556.480-7	MAPCOR CUATRO SpA	B DE FALABELLA S.A., F DE TERESA SOLARI, JUAN CARLOS CORTÉS Y M. FRANCISCA CORTÉS	A
99.564.380-4	DESARROLLOS URBANOS SpA	F DE PLAZA S.A.	
99.593.960-6	DESARROLLOS INMOBILIARIOS SpA	F DE FALABELLA S.A.	

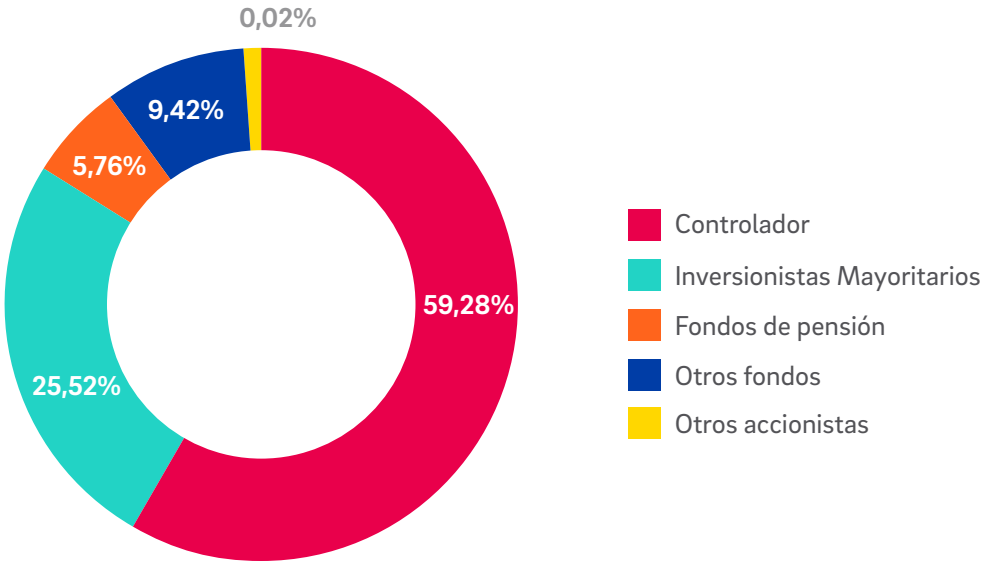
Personas naturales o jurídicas distintas del contralor que tienen acuerdo de actuación conjunta

CMF 2.3.3.c

Nombre o razón social	RUT	Acciones	% de propiedad
INVERSIONES AVENIDA BORGONO SPA	79.566.150-6	274.704.252	14,0155%
RENTAS TISSA LIMITADA	76.271.008-0	225.485.062	11,5043%

Participación de los accionistas

CMF 2.3.3.f



Patrimonio

CMF 9 CMF 2.3.4.iii.c

Accionistas: 152

N° Accionistas depositantes:120

N° Acciones depositadas son: 248.078.653

Al cierre del año 2022 (31 de diciembre) el patrimonio de nuestra sociedad Plaza S.A. estaba dividido en 1.960.000.00 acciones suscritas y pagadas a esa fecha de igual valor pertenecientes a una serie única, con 152 accionistas registrados.

Composición accionaria de los 12 accionistas mayoritarios de Plaza S.A.
Último periodo informado 12/2022

* Se deja constancia que representante de AFP Habitat S.A., indicó que atendida la relevancia de las funciones de las empresas de auditoría externa y por comprometer la fe pública, se deben rotar no debiendo superar los cinco años en funciones. En atención a lo anterior, rechaza la propuesta.

Política de dividendos

CMF 2.3.4.b

En su sesión celebrada el 18 de abril de 2022, nuestra Junta Ordinaria de Accionistas estableció como política de dividendos para el ejercicio 2022 distribuir, durante el curso de cada ejercicio, a lo menos el 40% de las utilidades líquidas. Esto en la medida en que la situación de los negocios sociales así lo permitiera y teniendo en consideración los proyectos y planes de desarrollo de nuestra sociedad.

Producto de ello, los dividendos repartidos durante los ejercicios 2018, 2019, 2020 y 2021 se detallan a continuación:

Acciones transadas en la Bolsa de Valores de Santiago

Periodo	Precio cierre	Presencia bursátil	Acciones (cantidad de acciones)	Monto transado
1 trimestre	815	100,00%	33.468.264	27.878.485.380
2 trimestre	711	99,44%	28.338.300	20.032.282.470
3 trimestre	781	98,33%	55.911.318	45.309.505.800
4 trimestre	1.085	96,67%	36.980.794	30.589.219.250
Total 2022	1.058		154.608.676	123.809.492.900

Dividendos pagados por acción

Tipo de Dividendo	Año	\$ por acción (una sola serie)	Monto (M\$)	Utilidades Ejercicio
Dividendo provisorio	2022	14,0	27.440.000	Si
Dividendo definitivo	2021	1,97	17.502.800	Si
Dividendo provisorio	2021	2,5	3.861.200	Si
Dividendo definitivo	2020	15,45	4.900.000	Si

Una sola serie.

Otros valores

CMF 2.3.5.a

Con fecha 18 de agosto de 2022, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie AA y AC por UF 1.000.000 y 3.000.000 a una tasa de colocación del 3,14% y 3,39 % anual respectivamente, con una única amortización de capital al vencimiento el día 1 de agosto de 2027 y 2047 respectivamente.

Con fecha 7 de abril de 2022, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie Z por UF 3.000.000 a una tasa de colocación del 3,60% anual, con una única amortización de capital al vencimiento el día 1 de abril de 2043.

Con fecha 23 de septiembre de 2020, la Sociedad publicó un aviso de rescate voluntario de bonos desmaterializados correspondiente a la Serie C entregando la opción de canjear tales bonos por los correspondientes a la Serie U, con cargo a la línea de bonos N° 767 de fecha 23 de septiembre de 2013, por un valor nominal de UF 2.727.272, y una tasa de carátula del 3,60% anual. La operación tuvo una concurrencia del 87,58% equivalente a un monto colocado de UF 2.388.636 de la Serie U.

Con fecha 19 de junio de 2020, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie S por UF 4.000.000 a una tasa de colocación del 1,30% anual, con una única amortización de capital al vencimiento el día 1 de diciembre de 2029. Con fecha 5 de febrero de 2020, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie P por UF 2.000.000 a una tasa de 2,08% anual, con una única amortización de capital al vencimiento el día 15 de enero de 2045.

Con fecha 3 de octubre de 2013, la Sociedad colocó en el mercado nacional Serie N por UF 3.000.000 a una tasa de colocación de 3,80% de interés anual a un plazo de 22 años con una única amortización de capital al vencimiento de dicho plazo.

Con fecha 7 de junio de 2012, la Sociedad colocó en el mercado nacional Serie K por UF 3.000.000 a una tasa de 3,9% anual a un plazo de 22 años con una única amortización de capital al vencimiento de dicho plazo.

Con fecha 7 de junio de 2011, la Sociedad colocó en el mercado nacional bono serie H por UF 2.500.000 a una tasa de 3,5% de interés anual y a un plazo de 22 años, con amortizaciones de capital a partir del año 2032.

Con fecha 26 de octubre de 2010, la Sociedad colocó en el mercado nacional dos Series de bonos a un plazo de 21 años. La Serie D por un monto de UF 3.000.000 y la Serie E por un monto de UF 2.000.000, ambas series a una tasa de 3,85% de interés anual, con amortizaciones iguales de capital los años 2030 y 2031.

El 19 de mayo de 2009, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie C por UF 3.000.000 a una tasa de 4,5% anual y a un plazo de 21 años, con amortizaciones de capital a partir del año 2019.



Hechos Esenciales

CMF 9.

Santiago, 30 de marzo de 2022

HECHO ESENCIAL N°1/2022

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE VALORES NÚMERO 1028

En sesión de Directorio de la Sociedad, celebrada con fecha 30 de marzo de 2022, se acordó lo siguiente: Convocatoria Junta Ordinaria de Accionistas. Convocar a Junta Ordinaria de Accionistas de la Sociedad (en adelante, la “Junta”) para el día 18 de abril de 2022, a las 10:00 horas, la cual se celebrará en el Salón Álamo AB del Hotel Courtyard by Marriot, ubicado en Av. Kennedy n.º 5.601, piso 7, Las Condes, Santiago. Corresponderá a la Junta conocer todos los asuntos que de acuerdo a la ley son de su competencia. Materias de la Junta. Las materias de la tabla de la Junta son las siguientes: i. Pronunciamiento de la Junta sobre la Memoria, el Balance General y Estado de Resultados consolidado y auditado correspondientes al ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2021 (en adelante, “Ejercicio 2021”). ii. Pronunciamiento sobre el dictamen de los Auditores Externos correspondiente al Ejercicio 2021. iii. Distribución de las Utilidades del Ejercicio 2021 y Pago de Dividendos. iv. Política de Dividendos para el ejercicio que terminará al 31 de diciembre de 2022 (en adelante, el “Ejercicio 2022”). v. Elección de Directores vi. Remuneración de los Directores para el tiempo que transcurra entre la realización de la Junta Ordinaria y de la junta ordinaria de accionistas que se efectúe en el primer cuatrimestre de 2023 (en adelante, el “Período 2022/2023”). vii. Designación de los Auditores Externos para el Ejercicio 2022. viii. Designación de las Clasificadoras de Riesgo para el Período 2022/2023. ix. Cuenta de las Operaciones entre Partes Relacionadas a que se refiere el artículo 147 de la Ley 18.046 celebradas durante el Ejercicio 2021. x. Cuenta del Comité de Directores respecto de su gestión durante el Ejercicio 2021. xi. Remuneración de los Miembros del Comité de Directo-

res para el Período 2022/2023. xii. Presupuesto de Gastos del Comité de Directores para el Período 2022/2023. xiii. Designación del Diario para Publicaciones Sociales durante el Período 2022/2023. Propuesta de Dividendos. Se propondrá a la Junta Ordinaria: i/ el pago de un dividendo definitivo y final con cargo a las utilidades líquidas distribuibles del Ejercicio 2021 de \$8,93 por acción, el que sumado al dividendo provisorio de \$1,97 por acción aprobado por el Directorio con fecha 27 de octubre de 2021 y pagado el día 18 de noviembre del mismo año, da un total de \$10,9 por acción con cargo a las utilidades del Ejercicio 2021; ii/ que el dividendo propuesto se pague el día 28 de abril de 2022 a los accionistas inscritos en el registro de accionistas al 22 de abril del presente año; iii/ que el pago del dividendo propuesto sea efectuado a través de depósitos bancarios o retiro directo por los accionistas del respectivo vale vista a su nombre en cualquiera de las sucursales del Banco de Crédito Inversiones, BCI, del país; y, iv/ que con respecto al dividendo que se pague a los accionistas el día 28 de abril de 2022, éstos tengan la posibilidad de acceder al régimen legal transitorio y opcional establecido en el artículo vigésimo quinto transitorio de la Ley n.º 21.210 (impuesto único y sustitutivo del FUT, ISFUT), para lo cual deberá hacerse llegar a la Sociedad, en tiempo y forma, la debida instrucción y autorización, conforme y a través del formulario denominado “Instrucciones Pago Impuesto Sustitutivo de Impuestos Finales” que estará a disposición de los accionistas a partir del día 1 de abril de 2022 en el sitio web de la Sociedad <https://corporativo.mallplaza.com/>. En el mismo sitio web se dispondrá a los accionistas el documento denominado “Información sobre el régimen opcional de impuesto sustitutivo de los impuestos finales”. Participación en la Junta. Tendrán derecho a participar en la Junta los titulares de las acciones que se encuentren inscritas en el Registro de Accionistas de la Sociedad a la medianoche del quinto día hábil anterior a aquel fijado para la celebración de la misma, esto es, hasta la medianoche del día 9 de abril de 2022. Los accionistas podrán participar: i) a través de videoconferencia y votación electrónica mediante el sistema de registro y votación a distancia de DCV Registros S.A., filial del Depósito Central de Valores S.A., Depósito de Valores (en adelante, el “DCV”), conforme a las instrucciones que se publicarán a partir del día 1 de abril de 2022, en el sitio web de la Sociedad <https://corporativo.mallplaza.com/> ; o, ii) presencialmente, para el evento de ser ello posible conforme a las Medidas Sanitarias, en cantidad que sumados a las personas que conducirán la Junta Ordinaria, y por orden de llegada, no excedan el aforo máximo entonces permitido en

el lugar de celebración de la Junta Ordinaria, de acuerdo a las medidas sanitarias dispuestas por la autoridad competente. En caso de no poder asistir, los accionistas podrán hacerse representar en Junta por otra persona, sea o no accionista. La calificación de poderes para la Junta, si procediere, se efectuará en el mismo día en que se celebrará la junta de accionistas, a la hora en que ésta deba iniciarse. Avisos de citación a la Junta. El primer aviso de citación a la Junta se publicará en el diario digital <http://www.latercera.com> y en el diario El Mercurio el día 1 de abril de 2022. Publicación Balance, Estados Financieros Y Memoria. De acuerdo a lo establecido en el artículo 75 de la LSA y en el oficio circular n.º 444 de la CMF, la Memoria y el Balance serán puestos a disposición de los accionistas a partir del día 1 de abril 2022 por medio de su publicación en el sitio web <https://corporativo.mallplaza.com/> Antecedentes de las materias de la tabla. Todas las propuestas que el Directorio llevará para ante la Junta Ordinaria respecto de las materias indicadas más arriba, incluida la del pago del dividendo único, definitivo y final señalado anteriormente, así como los documentos que explican, fundamentan y detallan los asuntos que se someterán al conocimiento y aprobación de la Junta Ordinaria, se encontrarán a disposición de los accionistas a partir del 1 de abril de 2022 en el sitio web de la Sociedad <https://corporativo.mallplaza.com/> Sin otro particular, le saluda atentamente, Fernando de Peña Iver Gerente General Plaza S.A

Santiago, 7 de abril de 2022

HECHO ESENCIAL N°2/2022

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE VALORES NÚMERO 1028

Plaza S.A., el día 15 de noviembre de 2019, obtuvo el registro de la línea de bonos, a 30 años por un monto de hasta 10.000.000 de Unidades de Fomento, inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero, con el número 980. Con fecha de hoy, la Sociedad realizó la segunda colocación en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador, con cargo a la línea antes mencio-

nada, cuyas condiciones más relevantes son las siguientes: La colocación correspondió a la Serie Z, emitidos con cargo a la línea de bonos N° 980, por una suma total de UF 3.000.000, con vencimiento el día 1 de abril de 2043, en la que se obtuvo una tasa de colocación de UF+ 3,60 % anual. Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos Serie Z se destinarán en aproximadamente un 75% para refinanciar pasivos del Emisor y/o sus filiales y el restante 25% para financiar inversiones en proyectos del Emisor y/o sus filiales. Sin otro particular, lo saluda muy atentamente, Fernando de Peña Iver Gerente General Plaza S.A

Santiago, 18 de abril de 2022

HECHO ESENCIAL N°3/2022

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE VALORES NÚMERO 1028

En la Junta Ordinaria de Accionistas de Plaza S.A. celebrada con fecha 18 de abril de 2022 se adoptaron los siguientes acuerdos, entre otros alcanzados en materias de su competencia: a) Aprobar la Memoria, el Balance y el Estado de Resultados del Ejercicio 2021, así como el informe emitido por los auditores externos de la Sociedad. b) Que de las utilidades líquidas distribuibles del ejercicio 2021, que ascendieron a la suma de \$46.555.696.525, la cantidad de \$17.502.800.000 sea destinada al pago de un dividendo definitivo y final de \$8,93 por acción, el que sumado al dividendo provisorio de \$3.861.200.000 equivalente a \$1,97 por acción aprobado por el Directorio con fecha 27 de octubre de 2021 y pagado el día 18 de noviembre del mismo año, ascienden a una distribución total de \$21.364.000.000 equivalente al 45,89% de las utilidades líquidas distribuibles del ejercicio 2021. El dividendo definitivo y final de \$8,93 por acción se pagará el día 28 de abril de 2022 a los accionistas titulares de acciones inscritos en el Registro de Accionistas al día 22 de abril de 2022. Al efecto se acompaña a la presente Formulario N°1 de la Circular 660 de la Comisión para el Mercado Financiero. El saldo restante de las utilidades líquidas distribuibles del ejercicio 2021, ascendente a la cantidad \$25.191.696.525 será destinado a incrementar el fondo de utilidades acumuladas de la Sociedad. Con respecto al dividendo que se pague a los accionistas el día 28 de abril de 2022, éstos tendrán la posibilidad de acceder al régimen legal transitorio y opcional establecido en el artículo 25° transitorio de la Ley n.º 21.210, habiendo dado previa instrucción y autorización a la Sociedad para que, del monto del dividendo a que tengan derecho, se retenga

y pague en calidad de impuesto único y sustitutivo del FUT (ISFUT) el 14,84451% del monto del dividendo acogido a dicho régimen y que les corresponda por sus acciones; instrucción y autorización que los accionistas interesados en ejercer dicha opción deberán hacer llegar a la Sociedad antes de las 14:00 horas del día 26 de abril de 2022, a través del formulario denominado “Instrucciones Pago Impuesto Sustitutivo de Impuestos Finales”. Este formulario ha estado a disposición de los accionistas a partir del día 1 de abril de 2022 en el sitio web de la Sociedad <https://corporativo.mallplaza.com/>, desde el cual se podrá descargar, y deberá hacerse llegar a la Sociedad conforme a las instrucciones que aparecen en el mismo. Respecto de los accionistas que no hayan dado tal instrucción y autorización en tiempo y forma, el monto del dividendo quedará sujeto al régimen general de tributación conforme al Decreto Ley n.º 824 del Ministerio de Hacienda que contiene la Ley de Impuesto a la Renta. Para más información sobre el régimen opcional de ISFUT, la Sociedad puso a disposición de los accionistas el documento denominado “Información sobre el régimen opcional de impuesto sustitutivo de los impuestos finales”, el que se encuentra disponible a partir del día 1 de abril de 2022 en el sitio web de la Sociedad <https://corporativo.mallplaza.com/>. c) Las siguientes personas fueron elegidas directores de la sociedad para el período estatutario de 3 años: Sergio Cardone Solari, Carlo Solari Donaggio, Paul Fürst Gwinner, Alejandro Puentes Bruno, Tomás Müller Benoit, Dafne González Lizama, Pablo Eyzaguirre Court, Juan Pablo Montero Schepeler, y Claudia Manuela Sánchez Muñoz, ésta última como directora independiente. d) Designar como auditores externos a la firma EY Servicios Profesionales de Auditoría y Asesorías SpA. e) Designar como Clasificadores de Riesgo a las empresas Riesgo Humphreys Limitada y Feller Rate Clasificadora de Riesgo Limitada Sin otro particular, le saluda atentamente, Fernando de Peña Iver Gerente General Plaza S.A.

Santiago, 18 de agosto de 2022

HECHO ESENCIAL N°4/2022

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE VALORES NÚMERO 1028

Señora Solange Berstein Jáuregui Presidenta Comisión para el Mercado Financiero Av. Libertador Bernardo O'Higgins 1.449 Santiago Presente Ref.: Informa Colocación de Bonos De mi consideración: En cumplimiento de lo establecido en los artículos 9 y 10 inciso 2º de la Ley N° 18.045 sobre Mercado de Valores, y en la Norma de Carácter General N°30 de la Comisión para el Mercado Financiero (en adelante, la “Comisión”), y debidamente facultado al efecto, vengo en informar lo siguiente al mercado en general y a la Comisión en calidad de HECHO ESENCIAL relativo a Plaza S.A. (en adelante, la “Sociedad”), con la finalidad de divulgar en forma veraz, suficiente y oportuna los hechos e información esenciales relativos a la Sociedad, sus negocios y los valores emitidos por la misma que son objeto de oferta pública, en el momento en que el hecho ha ocurrido o ha llegado a su conocimiento: Plaza S.A., el día 15 de noviembre de 2019, obtuvo el registro de la línea de bonos, a 10 años por un monto de hasta 10.000.000 de Unidades de Fomento, inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero, con el número 979. Con fecha de hoy, la Sociedad realizó dos colocaciones en el mercado local de bonos desmaterializados y al portador, con cargo a la línea antes mencionada, cuyas condiciones más relevantes son las siguientes: HSV Serie AA, por una suma total de UF 1.000.000, con vencimiento el día 1 de agosto de 2027, en la que se obtuvo una tasa de colocación de UF+ 3,14 % anual, lo que significó un spread de 89 bps sobre la base. La duración de la Serie AA es de 4,65 años. Serie

AC, por una suma total de UF 3.000.000, con vencimiento el día 1 de agosto de 2047, en la que se obtuvo una tasa de colocación de UF+ 3,39 % anual, lo que significó un spread de 104 bps sobre la base. La duración de la Serie AC es de 17,05 años. Los fondos provenientes de la colocación de los Bonos Serie AA y Bonos Serie AC se destinarán en aproximadamente un 50% para refinanciar pasivos del Emisor y/o sus filiales y el restante 50% ciento para financiar inversiones en proyectos del Emisor y/o sus filiales. Sin otro particular, lo saluda muy atentamente, Fernando de Peña Iver Gerente General Plaza S.A.

Santiago, 31 de agosto de 2022

HECHO ESENCIAL N°5/2022

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE VALORES NÚMERO 1028

Con fecha de hoy, Ripley Inversiones II S.A. ("Ripley Inversiones"), accionista de Nuevos Desarrollos S.A. ("Nuevos Desarrollos"), filial de la Sociedad, comunicó el ejercicio del derecho de venta de sus acciones en ésta, conforme al pacto de accionistas existente entre Ripley Inversiones y Plaza Oeste SpA ("Plaza Oeste"), también filial de la Sociedad. De acuerdo con dicho pacto, Plaza Oeste, accionista dueño del 77,5% de las acciones de Nuevos Desarrollos, deberá obtener que un tercero compre a Ripley Inversiones el total de sus acciones en Nuevos Desarrollos; o bien, comprarlas por sí. El precio de compra corresponderá al promedio aritmético del valor compañía establecidos por dos bancos de primera línea y

deberá pagarse dentro de los 30 días siguientes a la determinación de dicho precio. Nuevos Desarrollos es dueña, directa o indirectamente a través de filiales suyas, de los centros comerciales Mallplaza Arica (ubicado en la comuna de Arica, Región de Arica y Parinacota), Mallplaza Iquique (ubicado en la comuna de Iquique, Región Tarapacá), Mallplaza Copiapó (ubicado en la comuna de Copiapó, Región de Atacama), Mallplaza Los Dominicos (ubicado en la comuna de Las Condes, Región Metropolitana), Mallplaza Egaña (ubicado en la comuna de La Reina, Región Metropolitana), Mallplaza Alameda (ubicado en la comuna de Estación Central, Región Metropolitana), Mallplaza Sur (ubicado en la comuna de San Bernardo, Región Metropolitana) y Mallplaza Bío-Bío (ubicado en la comuna Concepción, Región del Bío Bío). Sin otro particular, saluda muy atentamente a usted Fernando de Peña Iver Gerente General Plaza S.A

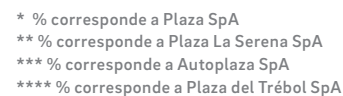
Santiago, 28 de septiembre de 2022

HECHO ESENCIAL N°6/2022

INSCRIPCIÓN EN EL REGISTRO DE VALORES NÚMERO 1028

En sesión del directorio de la Sociedad celebrada el día 28 de septiembre de 2022, se acordó distribuir el dividendo provisorio de \$27.440.000.000, equivalentes a \$14,00 por acción, con cargo a las utilidades del ejercicio 2022. El pago del referido dividendo provisorio se efectuará a partir del día 19 de octubre de 2022 y tendrán derecho a éste los titulares de acciones inscritos en el Registro de Accionistas al cierre del día 13 de octubre de 2022. Adjunto, Formulario N°1, con la información solicitado en la Circular N°660.

CMF 6.5.1.j



Información sobre filiales y subsidiarias*

Subsidiarias y asociadas

CMF 6.5.1.a CMF 6.5.1.b CMF 6.5.1.c CMF 6.5.1.d CMF 6.5.1.e CMF 6.5.1.f CMF 6.5.1.i CMF 6.5.1.g. CMF 6.5.1.h

Nombre y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 31/12/2022	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 31/12/2022	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Domicilio
Servicios Mallplaza SpA	Peso Chileno	2.519.872.033	2.519.872.033	100	100	0.09%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Sociedad administrada por un Consejo de Administración formado por Fernando de Peña, Pablo Cortés y Hernán Silva.	Oscar Munizaga Delfín	Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.; Hernán Silva, Fiscal.	Plaza S.A a través de su filial Servicios Mallplaza SpA, contrata sus servicios de gestión de personas, asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos.	Santiago
Plaza Oeste SpA	Peso Chileno	616.350.737.784	582.718.049.941	100	100	36.71%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Oscar Munizaga Delfín	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza SA a través de su filial Servicios Mallplaza SpA, presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Santiago
Plaza del Trébol SpA	Peso Chileno	22.619.567.875	22.619.567.875	100	100	10.35%	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Oscar Munizaga Delfín	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de De- sarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	No se han realizado actos ni se han cele- brado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la ope- ración y resultado de la matriz.	Santiago
Nuevos Desarrollos S. A.	Peso Chileno	268.690.754.733	268.690.754.733	77.5	77.5	10.88%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Fernando De Peña Iver, Nicolás Lewin Muñoz, Octavio Bofill Genzsch, Pablo Cortés De Solminihac	Oscar Munizaga Delfín	Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.; Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza SA a través de su filial Servicios Mallplaza SpA, presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Santiago

* Durante el 2022 no se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz.

Nombre y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 31/12/2022	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 31/12/2022	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Domicilio
Plaza Tobalaba SpA	Peso Chileno	5.224.152.133	5.224.152.133	100	100	1.80%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A	Oscar Munizaga Delfín	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza SA a través de su filial Servicios Mallplaza SpA, presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Santiago
Plaza Vespucio SpA	Peso Chileno	3.725.583.546	3.725.583.546	100	100	8.13%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A	Oscar Munizaga Delfín	Oscar Munizaga Delfín, Gerente Corporativo de Desarrollo y centros urbanos Plaza S.A.	Plaza SA a través de su filial Servicios Mallplaza SpA, presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Santiago
Plaza Antofagasta S. A.	Peso Chileno	5.229.502.223	5.229.502.223	100	100	1.64%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Fernando de Peña Iver Cristián Somarriva Labra Pablo Cortés de Solminihac	Óscar Munizaga D.	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de De- sarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas y Cristián Somarriva Labra, Gerente Corporativo de Experiencia y Proyectos Plaza S.A.	Plaza SA a través de su filial Servicios Mallplaza SpA, presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Antofagasta
Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA	Peso Chileno	269.857.256.970	259.501.843.196	100	100	6.81%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Óscar Munizaga Delfín	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza SA a través de su filial Servicios Mallplaza SpA, presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Santiago
Plaza La Serena SpA	Peso Chileno	4.291.200.056	4.291.200.056	100	100	3.04%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Óscar Munizaga Delfín	Oscar Munizaga Delfín, Gerente Corporativo de Desarrollo y centros urbanos Plaza S.A.	Plaza SA a través de su filial Servicios Mallplaza SpA, presta servicios de asesoría integral en cons- trucción, operación, administración, comercialización y desarrollo de cen- tros urbanos	Santiago
Plaza Valparaíso S. A.	Peso Chileno	29.271.919.452	29.271.919.452	77.5	77.5	0.38%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfín Pablo Cortés de Solminihac	Óscar Munizaga Delfín	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A. Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Plaza SA a través de su filial Servicios Mallplaza SpA, presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Santiago

Nombre y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 31/12/2022	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 31/12/2022	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Domicilio
Inmobiliaria Mall Calama SpA.	Peso Chileno	3.782.211.889	3.782.211.889	100	100	1.62%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Óscar Munizaga Delfín	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza SA a través de su filial Servicios Mallplaza SpA, presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Santiago
Administradora Plaza Vespucio S. A.	Peso Chileno	416.808.502	416.808.502	99.95676	99.95676	2.65%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfín Pablo Cortés de Solminihac	Óscar Munizaga Delfín	Oscar Munizaga Delfín, Gerente Corporativo de Desarrollo y centros urbanos Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Santiago
Desarrollos Urbanos SpA.	Peso Chileno	272.380.899.742	272.380.899.742	77.5	77.5	6.37%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Nuevos Desarrollos S.A.	Óscar Munizaga Delfín	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Santiago
Plaza Cordillera SpA.	Peso Chileno	449.377.082	449.377.082	77.5	77.5	-0.47%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Nuevos Desarrollos S.A.	Óscar Munizaga Delfín	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Santiago
Autoplaza SpA.	Peso Chileno	990.137	990.137	100	100	0.05%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Sociedad no cuenta con directorio, es administrada por Plaza S.A.	Oscar Munizaga Delfín	Óscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de De- sarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Santiago
Inmobiliaria Mall Las Américas S. A.	Peso Chileno	5.824.837.241	5.824.837.241	76.15	76.15	0.50%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfín, Pablo Cortés de Solminihac	Oscar Munizaga Delfín	Óscar Munizaga Delfín, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Iquique

Nombre y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 31/12/2022	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 31/12/2022	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Domicilio
Mall Plaza Servicios S. A.S	Peso Colombiano	5.000.000.000.00	3.012.430.000.00	100	100	0.03%	Desarrollo y administración de centros urbanos.	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfin, Pablo Cortés de Solminihac.	Mauricio Mendoza Jenkin	Oscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Bogotá
Mall Plaza Perú S. A.	Nuevo Sol Peruano	838.605.176.00	838.605.176.00	33.33	33.33	1.92%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Fernando de Peña Iver, Juan Pablo Montero Schepeler, Juan Xavier Roca Mendenhall, Juan Fernando Correa Malachowski	Martín Romero Santa Cruz	Fernando de Peña Iver, Gerente Ge- neral de Plaza S.A.; Juan Pablo Montero Schepeler, Director Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Lima
Salón Motor Plaza Perú S. A.	Nuevo Sol Peruano	3.619.397.26	3.619.397.26	100	100	0.07%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Oscar Munizaga Delfín, Cristián Muñoz Gutiérrez, Hernán Silva Villalobos,	Martín Romero Santa Cruz	Óscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Nego- cios y Operaciones Plaza S.A.; Cristián Muñoz Gutiérrez, Gerente Corporativo Comercial Plaza S.A.; Hernán Silva Villalobos, Fiscal de Plaza S.A. Paulina Etcheverry Álvarez, Gerente Comercial Espacios Publici- tarios Autoplaza, Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Lima
Mall Plaza Inmobiliaria S. A.	Nuevo Sol Peruano	215.966.293.00	215.966.293.00	33.33	33.33	0.32%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfin, Cristián Somarriva Labra	Martín Romero Santa Cruz	Óscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Cristián Soma- rriva Labra, Gerente Corporativo de Experiencia y Pro- yectos Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Lima
Gemma Negocios S. A.C	Nuevo Sol Peruano	14.822.450.00	14.822.450.00	23.33	23.33	0.01%	Desarrollo y administración de centros urbanos	Fernando de Peña Iver, Oscar Munizaga Delfin, Cristián Somarriva Labra, Hernán Silva Villalobos, Pablo Cortés de Solminihac, Juan Carlos Córdova del Carpio.	Martín Romero Santa Cruz	Óscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Fernando de Peña Iver, Gerente General de Plaza S.A.; Cristián Soma- rriva Labra, Gerente Corporativo de Experiencia y Pro- yectos Plaza S.A.; Hernán Silva Villalo- bos, Fiscal de Plaza S.A., Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Plaza S.A. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo de centros urbanos	Lima
Patrimonio Autónomo Mallplaza Cali.	Peso Colombiano	191.403.268.864.00	191.403.268.864.00	100	100	0.88%	Desarrollo y administración del centro comercial en Cali	Administrado por Itaú Asset Management Colombia S.A. Sociedad Fiduciaria	N/A	N/A	Mallplaza Servicios S.A.S. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo del centro urbano	Bogotá
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena.	Peso Colombiano	76.799.533.782.00	76.799.533.782.00	100	100	0.47%	Desarrollo y administración del centro comercial en Cartagena	Administrado por Itaú Asset Management Colombia S.A. Sociedad Fiduciaria	N/A	N/A	Mallplaza Servicios S.A.S. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo del centro urbano	Bogotá

Nombre y naturaleza jurídica	Moneda	Capital suscrito	Capital pagado	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 31/12/2022	Porcentaje de participación total de la matriz en el capital de la subsidiaria o asociada 31/12/2022	Porcentaje de la inversión sobre el activo total de la matriz	Objeto social y principales actividades	Directores o administradores	Gerente General	Ejecutivos de Plaza S.A. que se desempeñan en la filial	Relación comercial con Plaza S.A.	Domicilio
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos.	Peso Colombiano	115.531.180.310.00	115.531.180.310.00	80	80	0.33%	Desarrollo y administración del centro comercial en Manizales	Administrado por Itaú Asset Management Colombia S.A. Sociedad Fiduciaria	N/A	N/A	Mallplaza Servicios S.A.S. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo del centro urbano	Bogotá
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Barranquilla.	Peso Colombiano	330.318.488.713.00	330.318.488.713.00	65	65	1.04%	Desarrollo y administración del centro comercial en Barranquilla	Administrado por Itaú Asset Management Colombia S.A. Sociedad Fiduciaria	N/A	N/A	Mallplaza Servicios S.A.S. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo del centro urbano	Bogotá
Patrimonio Autónomo Holding NQS	Peso Colombiano	380.918.775.193.00	380.918.775.193.00	100	100	1.88%	Desarrollo y administración del centro comercial en NQS - Boogtá	Administrado por Itaú Asset Management Colombia S.A. Sociedad Fiduciaria	N/A	N/A	Mallplaza Servicios S.A.S. presta servicios de asesoría integral en construcción, operación, administración, comercialización y desarrollo del centro urbano	Bogotá
Fondo de Capital Privado Mallplaza.	Peso Colombiano	941.717.596.036.00	941.717.596.036.00	100	100	4.17%	Fondo de capital por medio del cual Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA, invierte en Colombia	Administrado por Corredores Davivienda S.A. Comisionista de Bolsa	N/A	A través de los comités de Inversiones, participan Óscar Munizaga Delfin, Gerente Corporativo de Desarrollo de Negocios y Operaciones Plaza S.A.; Cristián Somarriva Labra, Gerente Corporativo de Experiencia y Proyectos Plaza S.A.; Hernán Silva Villalobos, Fiscal de Plaza S.A., Pablo Cortés De Solminihac, Gerente Corporativo de Administración y Finanzas Plaza S.A.	Mallplaza Servicios S.A.S., es el gestor profesional del Fondo de Capital Privado Mallplaza	Bogotá

Nota:
No se han realizado actos ni se han celebrado contratos con las filiales que hayan influido significativamente en la operación y resultado de la matriz con ninguna filial.
Nota respecto de entidades en Colombia: "Inversiones en otras sociedades". Indicador 6.5.2 NCG 461.



XII.

Alcance de esta Memoria

Acerca de esta Memoria

GRI 2-2 GRI 2-3 GRI 2-14 GRI 2-5

Es de nuestro agrado presentar nuestra Memoria Anual Integrada que abarca la información actualizada respecto a nuestro desempeño en los ámbitos Ambiental, Social y de Gobernanza (ASG o ESG por sus siglas en inglés), además de los estados financieros, específicamente en el período desde el 1 de enero al 31 de diciembre de 2022 . El alcance del documento incluye a nuestras tres filiales: Mallplaza Chile, Perú y Colombia. Considera también los Estados Financieros Consolidados de todo Plaza S.A.

Esta Memoria responde a los estándares de la Comisión de Mercados Financieros según la NCG 461, Global Reporting Initiative (GRI) y Sustainability Accounting Standards Board (SASB) y ha tomado como referencia para definir los contenidos y estructurar la información el Marco *Integrated Reporting* (IR), el cual que forma parte del IFRS.

El informe se estructura de acuerdo con las prioridades estratégicas de Sostenibilidad de Mallplaza.

Este documento fue aprobado por el Directorio y el Comité Ejecutivo de Mallplaza. Si tiene dudas o sugerencias respecto a esta Memoria, nuestros datos de contacto son:

Teléfono (56 2) 225857000

Fax (56 2) 225857001

Dirección de correo electrónico:

plaza@mallplaza.com

Sitio web: <https://corporativo.mallplaza.com/>



Mallplaza Norte, Santiago, Chile.

Índice GRI

Declaración de uso		Mallplaza ha presentado la información citada en este índice de contenidos GRI para el periodo comprendido entre 01 de enero de 2022 y 31 de diciembre de 2022 utilizando como referencia los Estándares GRI.	
GRI 1: Fundamentos (2021)			
Indicador	Descripción	Sección - Capítulo Omisiones / Respuesta	Página
GRI 2: Contenidos Generales (2021)			
La organización y sus prácticas de presentación de informes			
2-1	Detalles organizacionales	Somos Mallplaza	14
2-2	Entidades incluidas en la presentación de informes de sostenibilidad	Estados financieros	193
2-3	Período de informe, frecuencia y punto de contacto	Estados financieros	193
2-4	Actualización de la información	Estados financieros	-
2-5	Verificación externa	Estados financieros	193
Actividades y trabajadores			
2-6	Actividades, cadena de valor y otras relaciones comerciales	Gestión 2022	-
2-7	Empleados	Gestión ESG	131, 132, 217, 218
2-8	Trabajadores que no son empleados	Gestión ESG	148
Gobernanza			
2-9	Estructura y composición de la gobernanza	Modelo de Gobierno Corporativo	58
2-10	Nominación y selección del máximo órgano de gobierno	Modelo de Gobierno Corporativo	63
2-11	Presidente del máximo órgano de gobierno	Modelo de Gobierno Corporativo	60
2-12	Función del máximo órgano de gobierno en la supervisión de la gestión de impactos	Modelo de Gobierno Corporativo	70
2-13	Delegación de responsabilidad para la gestión de impactos	Modelo de Gobierno Corporativo	-
2-14	Función del máximo órgano de gobierno en la elaboración de informes de sostenibilidad	Modelo de Gobierno Corporativo	193

Indicador	Descripción	Sección - Capítulo Omisiones / Respuesta		Página
2-15	Conflictos de interés	Inversionistas		81
2-16	Comunicación de preocupaciones críticas	Modelo de Gobierno Corporativo		-
2-17	Conocimiento colectivo del máximo órgano de gobierno	Modelo de Gobierno Corporativo		64
2-18	Evaluación de desempeño del máximo órgano de gobierno	Modelo de Gobierno Corporativo		68
2-19	Políticas de remuneración	Modelo de Gobierno Corporativo		68
2-20	Proceso para determinar la compensación total anual	Modelo de Gobierno Corporativo		68
Estrategia, políticas y prácticas				
2-22	Declaración sobre la estrategia de desarrollo sostenible	Carta Presidente		4, 7, 101, 103
2-23	Compromisos de política	Gestión ESG		156
2-24	Incorporación de compromisos de política	Gestión ESG		156
2-25	Procesos para remediar impactos negativos	Gestión ESG		104
2-26	Mecanismos para buscar asesoramiento y plantear inquietudes	Inversionistas		81
2-27	Cumplimiento de leyes y reglamentos	Inversionistas		85
2-28	Miembro de asociaciones	Gestión ESG		110
Participación de los grupos de interés				
2-29	Enfoque para la participación de las partes interesadas	Gestión ESG		107
2-30	Convenios de negociación colectiva	No hay acuerdos de negociación colectiva, ni sindicatos.		-
GRI 3: Temas materiales (2021)				
3-1	Proceso para determinar los temas materiales	Gestión ESG		105
3-2	Listado de temas materiales	Gestión ESG		106
3-3	Gestión de los temas materiales	Gestión ESG	14, 29, 49, 53, 55, 58, 79, 80, 84, 86, 97, 113, 114, 116, 117, 120, 122, 124, 133, 140, 141, 149, 156	
CATEGORÍA: Economía				
Desempeño Económico (2016)				
201-1	Valor económico directo generado y distribuido			-

Indicador	Descripción	Sección - Capítulo Omisiones / Respuesta	Página
201-2	Consecuencias financieras y otros riesgos y oportunidades debido al cambio climático	Inversionistas	95
201-3	Obligaciones definidas del plan de beneficios y otros planes de jubilación		-
201-4	Asistencia financiera recibida del gobierno		-
Presencia en el mercado (2016)			
202-1	Razones del salario de nivel de entrada estándar por género en comparación con el salario mínimo local		134
202-2	Proporción de altos directivos contratados de la comunidad local		-
Impactos económicos indirectos (2016)			
203-1	Inversiones en infraestructuras y servicios apoyados		-
203-2	Impactos económicos indirectos significativos		-
Prácticas de abastecimiento (2016)			
204-1	Proporción del gasto en proveedores locales	Gestión ESG	153, 228
Anticorrupción (2016)			
205-1	Operaciones evaluadas por riesgos relacionados con la corrupción	Inversionistas	82
205-2	Comunicación y capacitación sobre políticas y procedimientos anticorrupción	Inversionistas	82
205-3	Confirmados incidentes de corrupción y medidas adoptadas	Inversionistas	79
Comportamiento anticompetitivo (2016)			
206-1	Acciones jurídicas relacionadas con la competencia desleal y las prácticas monopólicas y contra la libre competencia	Inversionistas	82
CATEGORÍA: Medio Ambiente			
Energía (2016)			
302-1	Consumo de energía	Gestión ESG	116
302-3	Intensidad de la energía	Gestión ESG	116
Agua (2018)			
303-3	Extracción de agua	Gestión ESG	120
Emisiones (2016)			

Indicador	Descripción	Sección - Capítulo Omisiones / Respuesta	Página
305-1	Emisiones directas de GEI (Alcance 1)	Gestión ESG	115, 203
305-2	Energía indirecta (alcance 2) Emisiones de GEI.	Gestión ESG	115, 203
305-3	Otras emisiones indirectas (alcance 3) de GEI	Gestión ESG	115, 205
Residuos (2020)			
306-1	Generación de residuos e impactos significativos relacionados con los residuos	Gestión ESG	117
306-2	Gestión de impactos significativos relacionados con los residuos	Gestión ESG	117
306-3	Residuos generados	Gestión ESG	207
306-4	Residuos no destinados a eliminación	Gestión ESG	118
Evaluación ambiental del proveedor (2016)			
308-1	Nuevos proveedores que fueron seleccionados utilizando criterios ambientales	Gestión ESG	154
308-2	Impactos ambientales negativos en la cadena de suministro y acciones tomadas.	Gestión ESG	154
CATEGORÍA: Desempeño social			
Empleo (2016)			
401-1	Contrataciones de nuevos empleados y rotación de personal	Gestión ESG	222
401-2	Beneficios proporcionados a empleados de tiempo completo que no se brindan a empleados temporales o de medio tiempo	Gestión ESG	147
401-3	Permiso parental	Gestión ESG	147, 226
Salud y seguridad en el trabajo (2018)			
403-1	Sistema de gestión de la salud y la seguridad en el trabajo.	Gestión ESG	141
403-2	Identificación de peligros, evaluación de riesgos e investigación de incidentes	Gestión ESG	143
403-4	Participación de los trabajadores, consultas y comunicación sobre salud y seguridad en el trabajo	Gestión ESG	142
403-5	Formación de trabajadores sobre salud y seguridad en el trabajo.	Gestión ESG	143
403-6	Promoción de la salud en el trabajo	Gestión ESG	142

Indicador	Descripción	Sección - Capítulo Omisiones / Respuesta	Página
403-7	Prevención y mitigación de los impactos en salud y seguridad ocupacional directamente vinculados a las prácticas del negocio	Gestión ESG	143
403-8	Trabajadores cubiertos por un sistema de gestión de seguridad y salud laboral	Gestión ESG	141
403-9	Lesiones por accidente laboral	Gestión ESG	141
403-10	Dolencias y enfermedades laborales	Gestión ESG	141
Capacitación y educación (2016)			
404-1	Promedio de horas de formación al año por empleado	Gestión ESG	146, 224
Diversidad e igualdad de oportunidades (2016)			
405-1	Diversidad de órganos de gobierno y empleados		133
405-2	Relación entre salario base y remuneración de mujeres a hombres.		136
Comunidades locales (2016)			
413-1	Operaciones con participación de la comunidad local, evaluaciones de impacto y programas de desarrollo.	Gestión ESG	122
413-2	Operaciones con impactos negativos significativos, reales y potenciales, en las comunidades locales.	Gestión ESG	123
Proveedores			
414-1	Nuevos proveedores que fueron seleccionados utilizando criterios sociales.	Gestión ESG	155
414-2	Impactos sociales negativos en la cadena de suministro y acciones tomadas.	Gestión ESG	154
Política pública (2016)			
415-1	Contribuciones a partidos y/o representantes políticos	Inversionistas	80

Índice SASB

Este índice responde a la versión de estándares de la industria 2018-10 emitida por el Sustainability Accounting Standards Board (SASB), considerando métricas relacionadas al sector financiero de las industrias señalado acorde a MallPlaza, sobre bienes inmuebles (IF-RE).

Tema	Código	Parámetro	Sección/ Capítulo	Página
Gestión de la energía	SASB IF-RE-130 a.1	Cobertura de datos de consumo energético en forma de porcentaje de la superficie total, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	208
	SASB IF-RE-130 a.2	1) Energía total consumida por área de la cartera que disponga de cobertura de datos, 2) porcentaje de electricidad de la red y 3) porcentaje de renovables, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	208
	SASB IF-RE-130 a.3	Variación porcentual en condiciones similares del consumo energético del área de la cartera que disponga de cobertura de datos, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	208
	SASB IF-RE-130 a.4	Porcentaje de la cartera cualificada que (1) tenga una calificación energética y (2) cuente con la certificación ENERGY STAR, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	116 , 119
	SASB IF-RE-130 a.5	Descripción de cómo se integran las consideraciones de gestión de la energía de los edificios en el análisis de las inversiones inmobiliarias y la estrategia operativa	Gestión ESG	*Certificación ISO 50.001 y LEED
Gestión del agua	SASB IF-RE-140 a.1	Cobertura de datos del agua extraída, expresada en porcentaje, de (1) la superficie útil total y (2) la superficie útil en regiones en las que se produzca un estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	208
	SASB IF-RE-140 a.2	1) Total de agua extraída por área de la cartera que disponga de cobertura de datos y 2) porcentaje en las regiones con estrés hídrico inicial alto o extremadamente alto, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	209
	SASB IF-RE-140 a.3	Variación porcentual similar en el agua extraída para el área de la cartera con cobertura de datos, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	209
	SASB IF-RE-140 a.4	Descripción de los riesgos de la gestión del agua y análisis de las estrategias y las prácticas para mitigarlos	Gestión ESG	120

Tema	Código	Parámetro	Sección/ Capítulo	Página
Gestión de los efectos de los arrendatarios sobre la sostenibilidad	SASB IF-RE-410 a.1	1) Porcentaje de nuevos contratos de arrendamiento que contengan una cláusula de recuperación de los costes de las mejoras estructurales relacionadas con la eficiencia de los recursos y 2) superficie útil alquilada conexa, por subsector inmobiliario	En el año 2022 se abrieron a público 337 tiendas, con un total de 105.287 M2.	119
	SASB IF-RE-410 a.2	Porcentaje de arrendatarios que se miden o submiden por separado en cuanto (1) al consumo de electricidad de la red y (2) al agua extraída, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	206, 208, 209
	SASB IF-RE-410 a.3	Análisis del método para medir, incentivar y mejorar los efectos de los arrendatarios sobre la sostenibilidad	Gestión ESG	121
Adaptación al cambio climático	SASB IF-RE-450 a.1	Superficie de propiedades ubicadas en zonas de inundación de 100 años, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	No reportamos ya que aún no hemos realizado el análisis correspondiente. Durante 2023 avanzaremos con este diagnóstico
	SASB IF-RE-450 a.2	Descripción del análisis de la exposición al riesgo de cambio climático, grado de exposición sistemática de la cartera y estrategias para mitigar los riesgos	Gestión ESG	95, 96
Parametro de Actividad	SASB IF-RE-000.A	Número de inmuebles, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	25 inmuebles
	SASB IF-RE-000.B	Superficie de suelo alquilable, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	1.880.000 m²
	SASB IF-RE-000.C	Porcentaje de inmuebles administrados indirectamente, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	No contamos con inmuebles administrados indirectamente.
	SASB IF-RE-000.D	Tasa de ocupación media, por subsector inmobiliario	Gestión ESG	95%

Índice

CMF

Normativa de Carácter General 461 de la Comisión para el Mercado Financiero

Código	Parámetro	Capitulo	Página
1.	Índice de contenidos		
Perfil de la identidad			
2.1.	Misión, visión, propósito y valores	Somos Mallplaza Gestión ESG	15
2.2	Información histórica	Somos Mallplaza	16, 17, 18
2.3	Propiedad		
2.3.1.	Situación de control	Información corporativa	168
2.3.2.	Cambios importantes en la propiedad o control en el último año.	Información corporativa	181
2.3.3	Identificación de socios o accionistas mayoritarios	Somos Mallplaza Información corporativa	14, 174, 175, 176, 177, 178, 179
2.3.4	Acciones, sus características y derechos		

Código	Parámetro	Capítulo	Página
2.3.4.i	Descripción de la serie de acciones		180
2.3.4.ii	Política de dividendos	Información corporativa	180
2.3.4.iii.a	Dividendos	Información corporativa	180
2.3.4.iii.b	Transacciones en bolsas	Información corporativa	180
2.3.4.iii.c	Número de accionistas		180
2.3.5.	Otros Valores	Información corporativa	181
Gobierno corporativo			
3.1.	Marco de Gobernanza		
3.1.i	Funcionamiento de su gobierno corporativo	Modelo de gobierno corporativo	58
3.1.ii	Enfoque de sostenibilidad en sus negocios	Gestión ESG	101
3.1.iii	Conflictos de interés	Inversionistas	79, 80
3.1.iv	Intereses de sus principales grupos de interés	Gestión ESG	107
3.1.v	Cómo la entidad promueve y facilita la innovación, y si destina recursos corporativos en Investigación y Desarrollo.	Gestión 2022	25
3.1.vi	Barreras organizacionales	Gestión ESG	133, 134

Código	Parámetro	Capítulo	Página
3.1.vii	Cómo la entidad identifica la diversidad de capacidades, conocimientos, condiciones, experiencias y visiones	Gestión ESG	75, 134, 137, 145
3.1.viii	Organigrama	Modelo de gobierno corporativo	78
3.2	Directorio		
3.2.i	La identificación de cada uno de sus integrantes	Modelo de gobierno corporativo	60, 61
3.2.ii	Los ingresos de sus miembros con ocasión de sus labores en el Directorio	Modelo de gobierno corporativo	68
3.2.iii	Una descripción de la política que se hubiera implementado para la contratación por parte del Directorio de expertos que lo asesoren	Modelo de gobierno corporativo	70
3.2.iv	Una matriz de conocimientos, habilidades y experiencia de los miembros del Directorio.	Modelo de gobierno corporativo	65
3.2.v	Una descripción de los procedimientos o mecanismos que se hubieren implementado para la inducción de nuevos integrantes	Modelo de gobierno corporativo	64, 69
3.2.vi	La periodicidad con la cual se reúne con las unidades de gestión de riesgo	Modelo de gobierno corporativo	69
3.2.vii	Una descripción respecto a cómo, y con qué periodicidad, se informa de los asuntos relacionados con las materias ambientales y sociales	Modelo de gobierno corporativo	69
3.2.viii	Si el Directorio en pleno o cualquiera de sus miembros ha realizado durante el año visitas en terreno	Modelo de gobierno corporativo	68
3.2.ix	Si el Directorio evalúa regularmente su desempeño colectivo y/o individual	Modelo de gobierno corporativo	64, 68
3.2.x	Número mínimo de reuniones ordinarias	Modelo de gobierno corporativo	62

Código	Parámetro	Capítulo	Página
3.2.xi	Plan de continuidad operacional	Modelo de gobierno corporativo	59
3.2.xii	Si cuenta con un sistema de información que le permita acceder a cada integrante, de manera segura, remota y permanente	Modelo de gobierno corporativo	59
3.2.xiii	Respecto a la conformación del Directorio	Modelo de gobierno corporativo	62
3.3	Comités del Directorio	Modelo de gobierno corporativo	69, 70, 202
3.4	Ejecutivos principales	Modelo de gobierno corporativo	70, 71, 72, 77
3.5	Adherencia a códigos nacionales o internacionales	Modelo de gobierno corporativo	58
3.6	Gestión de riesgos	Modelo de gobierno corporativo Inversionistas	77, 81, 86, 87, 88, 94
3.7	Relación con los grupos de interés y el público en general	Gestión ESG Modelo de gobierno corporativo Información corporativa	63, 99, 107, 108, 158, 168
Estrategia			
4.1	Horizontes de tiempo	Gestión ESG	102
4.2	Objetivos estratégicos	Gestión ESG	26, 101
4.3.	Planes de inversión	Información corporativa	167
Personas			
5.1.	Dotación de personal		

Código	Parámetro	Capítulo	Página
5.1.1	Número de personas por sexo	Gestión ESG Anexos	131, 210
5.1.2	Número de personas por nacionalidad	Gestión ESG Anexos	132, 212
5.1.3	Número de personas por rango de edad	Gestión ESG Anexos	132, 214
5.1.4	Número de personas por antigüedad laboral	Gestión ESG Anexos	132
5.1.5	Número de personas con discapacidad	Gestión ESG	220
5.2	Formalidad laboral	Gestión ESG Anexos	132, 218
5.3	Adaptabilidad laboral	Gestión ESG	132
5.4	Equidad salarial por sexo		
5.4.1	Política de equidad	Gestión ESG	80, 134
5.4.2	Brecha salarial	Gestión ESG	136
5.5	Acoso laboral y sexual	Gestión ESG	139
5.6.	Seguridad laboral	Gestión ESG	140, 141
5.7.	Permiso postnatal	Gestión ESG Anexos	147, 225
5.8.	Capacitación y beneficios	Gestión ESG Anexos	145, 146, 147, 223, 224

Código	Parámetro	Capítulo	Página
5.9.	Política de subcontratación	Gestión ESG	150
Modelo de Negocios			
6.1.	Sector industrial	Modelo de gobierno corporativo Gestión ESG Información corporativa	84, 108, 167
6.2	Negocios	Gestión 2022 Modelo de gobierno corporativo Información corporativa	27,30, 88, 149, 166, 167
6.3.	Grupos de interés	Gestión ESG	107, 108, 110
6.4	Propiedades e instalaciones	Gestión ESG Información corporativa	27, 167
6.5	Subsidiarias, asociadas e inversión en otras sociedades		
6.5.1	Subsidiarias y asociadas	Información corporativa	186, 187, 188, 189, 190, 191
6.5.2	Inversión en otras sociedades	Información corporativa	191
Gestión de Proveedores			
7.1	Pago a proveedores	Gestión ESG Anexos	152, 153, 227
7.2	Evaluación de proveedores	Gestión ESG	153

Código	Parámetro	Capítulo	Página
Indicadores			
8.1	Cumplimiento legal y normativo		
8.1.1	En relación con clientes	Modelo de gobierno corporativo	85
8.1.2	En relación con sus trabajadores	Modelo de gobierno corporativo Gestión ESG	85, 159
8.1.3	Medioambiental	Gestión ESG	85, 113
8.1.4	Libre Competencia	Inversionistas	80, 81, 85
8.1.5	Otros	Inversionistas	84, 85
8.2	Indicadores de sostenibilidad por tipo de industria	SASB	
9	Hechos relevantes o esenciales	Información corporativa	182
10	Comentarios de accionistas y del comité de directores		180
11	Informes financieros		229



XII. Anexos

Informe Anual 2022

Comité De Directores Plaza S.A.

CMF 3.3

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

1.Comité de Directores.

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

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

2.Gastos del Comité de Directores.

La Junta de Accionistas de la Sociedad, reunida con fecha 18 de abril de 2022, estableció como remuneración de los miembros del Comité para el ejercicio 2020, una dieta mensual fija por el equivalente en pesos a UF 50 brutas y una dieta mensual suplementaria de UF 50 brutas para la Presidente.

Durante el año 2022 el Comité no contrató asesorías especiales y no incurrió en otros gastos para el cumplimiento de sus funciones.

3. Actividades desarrolladas por el Comité de Directores durante el año 2022.

El Comité de Directores se reunió en dieciocho oportunidades durante el año 2022, en sesiones mensuales ordinarias y reuniones de trabajo extraordinarias. Las sesiones se realizaron tanto de manera presencial como remota, en este último caso se contó con la plataforma ZOOM para que los directores se mantuvieran conectados durante toda la sesión.

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

el Comité de Directores trabajó la propuesta para la Junta de Accionistas de reemplazar a la empresa de Auditoría externa, atendido los años que lleva desempeñando la función, en concordancia con las mejores prácticas en este tema.

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

Las fechas de las reuniones durante el año 2022 fueron las siguientes: 12 y 24 de enero, 24 de febrero, 9 de marzo, 13 de abril, 5 y 11 de mayo, 8 de junio, 13 de julio, 10 y 25 de agosto, 2 y 14 de septiembre, 7 de octubre, 3 y 9 de noviembre y 7 y 22 de diciembre.

Santiago, marzo 2023.

Anexos Centros urbanos sustentables

Carbono Neutralidad

Emisiones directas de GEI (Alcance 1)

GRI 305-1

		Mallplaza Chile			Mallplaza Perú			Mallplaza Colombia		
Unidad	Emisiones	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Toneladas métricas de CO ₂ equivalente	Alcance 1	2.290	3.336	2.618	22	322	334	71	69	72
Toneladas métricas de CO ₂ equivalente	Tipo de fuente: Combustión estacionaria	80			24			71	69	72
Toneladas métricas de CO ₂ equivalente	Tipo de fuente: Fugitiva	2.538			310					
Toneladas métricas de CO ₂ equivalente	Emisiones biogénicas de CO ₂				1.1					

Detallar	Mallplaza Global
Año base para cálculo	2021
Justificación de la selección	Alineamiento de la metodología y regionalización de la medición
Emisiones en el año base	Chile Alcance 1: 3336 tonCO ₂ e Perú Alcance 1: 322 tonCO ₂ e Colombia Alcance 1: 69 tonCO ₂ e
Contexto de cambios significativos	S/I
Fuente de factores de emisión	Chile: IPCC 2006 (vol2, cap 2); CNE BNE 2016 (P17); 5AR IPCC → AR6, WGI, 7.SM.6 Perú: DEFRA. Bioenergy. Biodiesel. DEFRA - Outside of scopes - Biodiesel ME. Construido según composición en simulador HdC del MINAM, 2022. IPCC → AR6, WGI, 7.SM.6 Colombia: IPCC 2006 (vol2, cap 2); CNE BNE 2016 (P17); 5AR DEFRA. Fuels Liquid fuels Diesel (100% mineral diesel) litros IPCC → AR6, WGI, 7.SM.6
Tasas del potecial de calentamiento global (PCG)	Se usan los Potenciales de Calentamiento Global del Sexto Informe de Evaluación del IPCC (AR6) para las emisiones directas; y los factores publicados directamente por DEFRA/Ministerio de Energía para las emisiones indirectas.
Enfoque de consolidación	La información proviene de distintos sistemas internos de la organización.
Los estándares, las metodologías y las suposiciones	Metodología Perú: GHG Protocol y ISO14.064

Emisiones indirectas de GEI (Alcance 2)

305-2

		Mallplaza Chile			Mallplaza Perú			Mallplaza Colombia		
Unidad	Emisiones	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Toneladas métricas de CO ₂ equivalente	Alcance 2 (met. Ubicación)	20.427	20.971	21.616	1173	813	1.440	1.849	1.573	1.473
Toneladas métricas de CO ₂ equivalente	Alcance 2 (met. Mercado)	209	183	173	1.173	813	974	1.849	1.573	1.473

Detallar	Mallplaza Global
Año base para cálculo	2021
Justificación de la selección	Alineamiento de la metodología y regionalización de la medición
Emisiones en el año base (met. Mercado)	Chile Alcance 2: 183 tonCO ₂ e Perú Alcance 2: 813 tonCO ₂ e Colombia Alcance 2: 1573 tonCO ₂ e
Contexto de cambios significativos	S/I
Fuente de factores de emisión	Chile: CNE - SEN. http://energiaabierta.cl/visualizaciones/factor-de-emision-sic-sing/ Perú: Programa HuellaPerú. FNA. Colombia: https://www.xm.com.co/noticias/5548-resultado-de-calculo-de-factor-de-emision-del-sistema-interconectado-nacional-para
Tasas del potecial de calentamiento global (PCG)	Se usan los Potenciales de Calentamiento Global del Sexto Informe de Evaluación del IPCC (AR6) para las emisiones directas; y los factores publicados directamente por DEFRA/Ministerio de Energía para las emisiones indirectas.
Enfoque de consolidación	La información proviene de distintos sistemas internos de la organización.
Los estándares, las metodologías y las suposiciones	Metodología Perú: GHG Protocol y ISO14.064

Otras emisiones de GEI indirectas (Alcance 3)

GRI 305-3

			Mallplaza Chile			Mallplaza Perú			Mallplaza Colombia		
Unidad			2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Toneladas métricas de CO2 equivalente			202.544	247.245	302.948	36.461	28.172	36.584	38.623	27.907	34.084

Detallar			Mallplaza Global								
Año base para cálculo			2021								
Justificación de la selección			Alineamiento de la metodología y regionalización de la medición								
Emisiones en el año base			Chile Alcance 3: 247245 tonCO ₂ e Perú Alcance 3: 28172 tonCO ₂ e Colombia Alcance 3: 27907 tonCO ₂ e								
Contexto de cambios significativos			S/I								
Fuente de factores de emisión			Chile: DEFRA. Water supply + Water treatment DEFRA. Material use - Paper and board: paper - Primary material production PlasticsEurope Eco-profile PA66 2014-02 Winnipeg. Appendix 7. Chemical, Other. DEFRA. WTT-Fuels - Liquid fuels - Diesel (100% mineral) DEFRA. Waste disposal DEFRA. Long-haul, to/from UK - Average passenger with RF. Incluye manufactura (WTT) Promedio entre FE metro y bus transantiago CNE - SEN. http://energiaabierta.cl/visualizaciones/factor-de-emision-sic-sing/ Perú: DEFRA. Water supply + Water treatment DEFRA. Material use - Paper and board: paper - Primary material production PlasticsEurope Eco-profile PA66 2014-02 Winnipeg. Appendix 7. Chemical, Other. DEFRA. Freightng goods - HGV (all diesel) - All rigid - Average laden. Incluye manufactura (WTT) DEFRA. WTT-Fuels - Liquid fuels - Diesel (100% mineral) Programa HuellaPerú. FNA. DEFRA. Waste disposal - Closed loop DEFRA. Business travel-land - Cars (by size) - Average car. Incluye manufactura (WTT). Dividido en 4. MINAM. Factores de emisiones transporte. FE-A3_1,A3_2 y A3_3 IPCC 2006 (vol2, cap 2); CNE BNE 2016 (P17); 5AR Colombia: PlasticsEurope Eco-profile PA66 2014-02 Winnipeg. Appendix 7. Chemical, Other. DEFRA. WTT-Fuels - Liquid fuels - Diesel (100% mineral) DEFRA. Freightng goods - HGV (all diesel) - All rigid - Average laden. Incluye manufactura (WTT) DEFRA. Waste disposal DEFRA. Long-haul, to/from UK - Average passenger with RF. Incluye manufactura (WTT) https://www.xm.com.co/noticias/5548-resultado-de-calculo-de-factor-de-emision-del-sistema-interconectado-nacional-para								
Tasas del potecial de calentamiento global (PCG)			Se usan los Potenciales de Calentamiento Global del Sexto Informe de Evaluación del IPCC (AR6) para las emisiones directas; y los factores publicados directamente por DEFRA/Ministerio de Energía para las emisiones indirectas.								
Enfoque de consolidación			La información proviene de distintos sistemas internos de la organización.								
Los estándares, las metodologías y las suposiciones			Metodología Perú: GHG Protocol y ISO14.064								

Eficiencia energética y electromovilidad

Cobertura de datos de consumo energético

SASB IF-RE-130a.1 SASB IF-RE- 410a.2 SASB IF-RE- 130a.3

Mallplaza 2021						Mallplaza 2022				
Subsector inmobiliario	Países	Superficie total construida (m²)	Superficie total arrendable de suelo (m²)	Cobertura de datos de consumo de energía* (m²)	Porcentaje de cobertura de datos de consumo de energía (% por área de suelo)	Superficie total construida (m²)	Superficie total arrendable de suelo (m²)	Cobertura de datos de consumo de energía* (m²)	Porcentaje de cobertura de datos de consumo de energía (% por área de suelo)	Porcentaje de arrendatarios que se miden por separado en cuanto al consumo de energía
Centros comerciales	Chile	3,914,542	1,379,431	3,914,542	100%	3,960,186	1,425,316	3,960,186	100%	18.9%
	Perú	663,273	296,737	663,273	100%	694,193	297,423	694,193	100%	S/I
	Colombia	457,018	211,979	457,018	100%	452,180	214,659	452,180	100%	S/I

Mallplaza 2022						
Subsector inmobiliario	Países	Consumo total de energía (Mwh)	Consumo de energía de red eléctrica (Mwh)	Porcentaje de energía consumida de red eléctrica (%)	Consumo de energía proveniente de energías renovables (Mwh)	Porcentaje de energía consumida de energía renovable (%)
Centros comerciales	Chile	212,742	212,742	100%	212,167	99.7%
	Perú	24,411	16,915	69,3%	7,497	30.7%
	Colombia	24,200	23,107	95,5%	1,092	4.5%
	Total	261,353	252,764	96,7%	220,756	84.4%

Mallplaza Global							
		2019	2020	2021	2022		
Subsector inmobiliario		Total consumo energético (MWh)				% variación porcentual en el consumo energético con cobertura de datos 2021-2022	% variación porcentual en el consumo energético con cobertura de datos 2019-2022
Centros comerciales		275,440	193,380*	222,270*	261,353	17.6%*	-5.1%

*Durante 2020 y 2021 Mallplaza tuvo menores consumos debido a menor actividad durante la pandemia covid-19.

Valorización de residuos y economía circular

GRI 306-3 SASB IF-RE-130 a.2

	Mallplaza Chile			Mallplaza Perú			Mallplaza Colombia		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022	2020	2021	2022
No peligrosos	11,087	21,513	20,415	340	526	1,745	1,350	2,263	4.091
Residuos peligrosos	10	10	14.0	0	0	2.3	0	2.2	0

Construcción Sostenible

SASB IF-RE-000.B

Mallplaza 2021		
Países	Superficie total construida (m²)	Superficie total arrendable de suelo (m²)
Chile	3.914.542	1.379.431
Perú	663.273	296.737
Colombia	457.018	211.979

Mallplaza 2022		
Países	Superficie total construida (m²)	Superficie total arrendable de suelo (m²)
Chile	3.960.186	1.425.316
Perú	694.193	297.423
Colombia	452.180	214.659

Huella Hídrica y uso eficiente del agua

Cobertura de datos de agua extraída

SASB IF-RE-140a.1 SASB IF-RE- 410a.2 SASB IF-RE- 140a.3

Mallplaza 2022										
Subsector inmobiliario	Países	Superficie total construida (m²)	Superficie total arrendable de suelo (m²)	Cobertura de datos de extracción de agua* (m³)	Porcentaje de cobertura de datos de extracción de agua (% por área de suelo)	Superficie total construida en zonas de estrés hídrico alto o extremadamente alto (m²)	Cobertura de datos de extracción de agua en zonas con estrés hídrico (m³)	Porcentaje de cobertura de datos de extracción de agua en zonas de estrés hídrico (% por área de suelo)	Porcentaje de arrendatarios que se miden por separado en cuanto al agua extraída	
Centros comerciales	Chile	3.960.186	1.425.316	3.960.186	100%	3.960.186	3.960.186	100%	7,1%	
	Perú	694.193	297.423	694.193	100%	319.071	319.071	100%	S/I	
	Colombia	452.180	214.659	452.180	100%	0	0	NA	S/I	

Agua extraída

SASB F-RE-140a.2

		Mallplaza 2019			Mallplaza 2020			Mallplaza 2021			Mallplaza 2022		
Subsector inmobiliario	Países	Total extracción agua (m³)	Extracción de agua en zonas de estrés hídrico (m³)	Porcentaje zonas de estrés hídrico (%)	Total extracción agua (m³)	Extracción de agua en zonas de estrés hídrico (m³)	Porcentaje zonas de estrés hídrico (%)	Total extracción agua (m³)	Extracción de agua en zonas de estrés hídrico (m³)	Porcentaje zonas de estrés hídrico (%)	Total extracción agua (m³)	Extracción de agua en zonas de estrés hídrico (m³)	Porcentaje zonas de estrés hídrico (%)
Centros comerciales	Chile	2.823.787	2.823.788	100%	1.750.299	1.750.299	100%	2.042.980	2.042.980	100%	2,296,816	2,296,816	100%
	Perú	316.839	0	0%	176.947	0	0%	237.500	0	0%	291,588	124,834	43%
	Colombia	53.221		0%	53.009		0%	188.774		0%	279,074	0	0%
	Total	3.193.847	2.823.788	88%	1.980.255	1.750.299	88%	2.469.254	2.042.980	83%	2,867,478	2,421,650	84%

Mallplaza Global								
		Total extracción de agua (m3)				% variación porcentual en el agua extraída con cobertura de datos 2019 - 2020	% variación porcentual en el agua extraída con cobertura de datos 2020 - 2021	% variación porcentual en el agua extraída con cobertura de datos 2021 - 2022
Subsector inmobiliario	2019	2020	2021	2022				
Centros comerciales	3,193,847	1,980,255	2,469,254	2,867,478		-38%	25%	16%
Centros comerciales (2019 a 2022)	3,193,847			2,867,478				-10%

ANEXOS PERSONAS

Cultura
Resultados SS Index

Género			Hombre	Mujer
SS Index Total General Regional NPS:			87	86

TOTAL	Hasta 30 años	31-40 años	41-50 años	51 - en adelante
SS Index Total General Regional NPS:	85	87	86	92

Dotación

CMF 5.1.1. DJSI 3.2.2.

Número de personas por sexo

CARGO	Número de personas por sexo																	
	Mallplaza Chile						Mallplaza Colombia						Mallplaza Perú					
	2021			2022			2021			2022			2021			2022		
	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total	Hombres	Mujeres	Total
	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº	Nº
Alta Gerencia	8	3	11	8	3	11	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1
Gerencia	51	31	82	56	31	87	9	7	16	10	8	18	9	8	17	8	7	15
Jefatura	69	69	138	82	71	153	7	14	21	10	15	25	12	17	29	15	16	31
Operario			0			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	12	29	41	15	29	44	0	4	4	0	4	4	0	4	4	0	4	4
Administrativo	6	31	37	8	30	38	1	4	5	1	5	6	0	5	5	2	2	4
Auxiliar	3	2	5	3	2	5	0	2	2	0	2	2	0	0	0	0	0	0
Otros profesionales	106	113	219	122	113	235	16	23	39	12	20	32	19	24	43	18	27	45
Otros técnicos			0			0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	255	278	533	294	279	573	34	54	88	34	54	88	41	58	99	44	56	100

Chile

Cargo	Mallplaza Chile											
	2021						2022					
	Hombres		Mujeres		Total		Hombres		Mujeres		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alta Gerencia	8	73%	3	27%	11	2%	8	73%	3	27%	11	2%
Gerencia	51	62%	31	38%	82	15%	56	64%	31	36%	87	15%
Jefatura	69	50%	69	50%	138	26%	82	54%	71	46%	153	27%
Operario		0%		0%	0	0%		0%		0%	0	0%
Fuerza de venta	12	29%	29	71%	41	8%	15	34%	29	66%	44	8%
Administrativo	6	16%	31	84%	37	7%	8	21%	30	79%	38	7%
Auxiliar	3	60%	2	40%	5	1%	3	60%	2	40%	5	1%
Otros profesionales	106	48%	113	52%	219	41%	122	52%	113	48%	235	41%
Otros técnicos		0%		0%	0	0%		0%		0%	0	0%
TOTAL	255	48%	278	52%	533	100%	294	51%	279	49%	573	100%

Colombia

Cargo	Mallplaza Colombia											
	2021						2022					
	Hombres		Mujeres		Total		Hombres		Mujeres		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alta Gerencia	1	100%	0	0%	1	1%	1	100%	0	0%	1	1%
Gerencia	9	56%	7	44%	16	18%	10	56%	8	44%	18	20%
Jefatura	7	33%	14	67%	21	24%	10	40%	15	60%	25	28%
Operario	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Fuerza de venta	0	0%	4	100%	4	5%	0	0%	4	100%	4	5%
Administrativo	1	20%	4	80%	5	6%	1	17%	5	83%	6	7%
Auxiliar	0	0%	2	100%	2	2%	0	0%	2	100%	2	2%
Otros profesionales	16	41%	23	59%	39	44%	12	38%	20	63%	32	36%
Otros técnicos	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	34	39%	54	61%	88	100%	34	39%	54	61%	88	100%

Perú

Cargo	Mallplaza Perú											
	2021						2022					
	Hombres		Mujeres		Total		Hombres		Mujeres		Total	
	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%	N°	%
Alta Gerencia	1	100%	0	0%	1	1%	1	100%	0	0%	1	1%
Gerencia	9	53%	8	47%	17	17%	8	53%	7	47%	15	15%
Jefatura	12	41%	17	59%	29	29%	15	48%	16	52%	31	31%
Operario	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Fuerza de venta	0	0%	4	100%	4	4%	0	0%	4	100%	4	4%
Administrativo	0	0%	5	100%	5	5%	2	50%	2	50%	4	4%
Auxiliar	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Otros profesionales	19	44%	24	56%	43	43%	18	40%	27	60%	45	45%
Otros técnicos	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
TOTAL	41	41%	58	59%	99	100%	44	44%	56	56%	100	100%

Número de personas por nacionalidad

CMF 5.1.2.

Chile

Nacionalidad	Mallplaza Chile 2022																				
	Alta Gerencia			Gerencia			Jefatura			Fuerza de ventas			Administrativo			Auxiliar			Otros Profesionales		
	Mujeres	Hombres	Participación	Mujeres	Hombres	Participación	Mujeres	Hombres	Participación	Mujeres	Hombres	Participación	Mujeres	Hombres	Participación	Mujeres	Hombres	Participación	Mujeres	Hombres	Participación
Nacionalidad	N°	N°	%	N°	N°	%	N°	N°	%	N°	N°	%	N°	N°	%	N°	N°	%	N°	N°	%
Argentina			0%	1	1	2%	2		1%			0%			0%			0%	1	1	1%
Boliviana			0%			0%	1		1%			0%			0%			0%			0%
Chilena	3	7	91%	29	54	95%	64	77	92%	27	15	95%	29	8	97%	2	3	100%	101	114	91%
Colombiana		1	9%	1	1	2%	2		1%	1		2%			0%			0%	1		0%
Peruana			0%			0%			0%			0%	1		3%			0%	1		0%
Venezolana			0%			0%	2	4	4%	1		2%			0%			0%	9	6	6%
Brasileña			0%			0%			0%			0%			0%			0%		1	0%
Española			0%			0%		1	1%			0%			0%			0%			0%
Total por género	3	8		31	56		71	82		29	15		30	8		2	3		113	122	
Total	11			87			153			44			38			5			235		

Colombia

Nacionalidad	Mallplaza Colombia 2022								
	Gerentes y subgerentes			Profesionales y técnicos			Otros		
	Mujeres	Hombres	Participación	Mujeres	Hombres	Participación	Mujeres	Hombres	Participación
	N°	N°	%	N°	N°	%	N°	N°	%
Argentina			0%			0%			0%
Boliviana			0%			0%			0%
Chilena	0	2	11%	0	0	0%	0	0	0%
Colombiana	8	9	89%	39	22	100%	7	1	100%
Peruana			0%			0%			0%
Venezolana			0%			0%			0%
Brasileña			0%			0%			0%
Española			0%			0%			0%
Total por género	8	11		39	22		7	1	
Total Mallplaza Colombia	19			61			8		

Perú

Nacionalidad	Mallplaza Perú 2022								
	Gerentes y subgerentes			Profesionales y técnicos			Otros		
	Mujeres	Hombres	Participación	Mujeres	Hombres	Participación	Mujeres	Hombres	Participación
	N°	N°	%	N°	N°	%	N°	N°	%
Argentina			0%			0%			0%
Boliviana			0%			0%			0%
Chilena		2	12%			0%			0%
Colombiana			0%			0%			0%
Peruana	7	8	88%	50	33	100%	0	0	0%
Venezolana			0%			0%			0%
Brasileña			0%			0%			0%
Española			0%			0%			0%
Total por género	7	10		50	33		0	0	
Total Mallplaza Colombia	17		83			0			

Número de personas por rango de edad

CMF 5.1.3.

Cargo	Mallplaza 2022											
	Menos de 30 años		Entre 30 y 40 años		Entre 41 y 50 años		Entre 51 y 60 años		Entre 61 y 70 años		Más de 70	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Alta Gerencia	0	0	0	1	2	3	1	4	0	2	0	0
Gerencia	0	0	20	25	18	37	9	10	0	2	0	0
Jefatura	12	11	71	68	19	21	2	6	0	1	0	0
Operario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	13	8	20	5	0	2	0	0	0	0	0	0
Administrativo	15	8	31	13	15	5	6	1	0	0	0	0
Auxiliar	0	0	0	0	3	1	0	0	1	2	0	0
Otros profesionales	37	19	73	80	18	27	5	8	0	0	0	0
Otros técnicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	77	46	215	192	75	96	23	29	1	7	0	0
	123		407		171		52		8		0	

Chile

Cargo	Mallplaza Chile 2022											
	Menos de 30 años		Entre 30 y 40 años		Entre 41 y 50 años		Entre 51 y 60 años		Entre 61 y 70 años		Más de 70	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Alta Gerencia				1	2	2	1	3		2		
Gerencia			13	22	11	24	7	8		2		
Jefatura	7	7	49	53	14	15	1	6		1		
Operario												
Fuerza de venta	12	8	17	5		2						
Administrativo	3	1	12	4	11	2	4	1				
Auxiliar					1	1			1	2		
Otros profesionales	32	14	61	78	16	22	4	8				
Otros técnicos												
Total	54	30	152	163	55	68	17	26	1	7	0	0

Colombia

Cargo	Mallplaza Colombia 2022											
	Menos de 30 años		Entre 30 y 40 años		Entre 41 y 50 años		Entre 51 y 60 años		Entre 61 y 70 años		Más de 70	
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Alta Gerencia	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0
Gerencia	0	0	5	2	2	7	1	1	0	0	0	0
Jefatura	3	3	10	6	2	1	0	0	0	0	0	0
Operario	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Fuerza de venta	1	0	3	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Administrativo	5	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Auxiliar	0	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0
Otros profesionales	5	5	12	2	2	5	1	0	0	0	0	0
Otros técnicos	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	14	9	30	10	8	13	2	2	0	0	0	0

Perú

Cargo	Mallplaza Perú 2022													Total
	Menos de 30 años		Entre 30 y 40 años		Entre 41 y 50 años		Entre 51 y 60 años		Entre 61 y 70 años		Más de 70			
	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres		
Alta Gerencia					0	1								1
Gerencia			2	1	3	7	2	1						16
Jefatura	1	1	10	9	4	5	1							31
Operario														0
Fuerza de venta		1	1	1			1							4
Administrativo			4				1							5
Auxiliar														0
Otros profesionales	7	5	15	9	4	2		1						43
Otros técnicos														0
Total	8	7	32	20	11	15	5	2	0	0	0	0		100

Antigüedad laboral

CMF 5.1.4.

Mallplaza	Cargo	2022							
		Menos de 3 años		Entre 3 y 6 años		Entre 6 y 12 años		Más de 12 años	
		Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres
Mallplaza Chile	Alta Gerencia	1	1	2	0	0	2	0	5
	Gerencia	6	21	10	10	8	15	7	10
	Jefatura	29	49	22	14	17	13	3	6
	Operario	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fuerza de venta	18	8	6	4	4	3	1	0
	Administrativo	10	3	6	1	9	1	5	3
	Auxiliar	0	0	0	0	2	0	0	3
	Otros profesionales	53	82	32	16	23	19	5	5
	Otros técnicos	0	0	0	0	0	0	0	0
Mallplaza Perú	Alta Gerencia	0	0	0	0	0	1	0	0
	Gerencia	2	4	2	4	2	1	1	0
	Jefatura	5	8	8	3	3	4	0	0
	Operario	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fuerza de venta	1	1	0	1	1	0	0	0
	Administrativo	1	0	0	0	3	0	1	0
	Auxiliar	0	0	0	0	0	0	0	0
	Otros profesionales	11	12	11	4	4	1	0	0
	Otros técnicos	0	0	0	0	0	0	0	0
Mallplaza Colombia	Alta Gerencia	0	1	0	0	0	0	0	0
	Gerencia	1	4	4	3	3	3	0	0
	Jefatura	7	5	5	4	3	1	0	0
	Operario	0	0	0	0	0	0	0	0
	Fuerza de venta	2	0	2	0	0	0	0	0
	Administrativo	3	1	2	0	0	0	0	0
	Auxiliar	0	0	1	0	1	0	0	0
	Otros profesionales	10	4	4	5	6	3	0	0
	Otros técnicos	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL		184	227	132	86	103	73	24	32

Adaptabilidad laboral

5.3.a.
GRI 2-7

Chile

	Mallplaza Chile 2022					
	Personas con jornadas ordinarias de trabajo			Porcentaje total de trabajadores que ellas representan para cada modalidad		
	Unidad	Mujer	Hombre	Unidad	Mujer	Hombre
Jornada ordinaria de trabajo	N°	94	104	%	16%	18%
Jornada a tiempo parcial	N°	13	9	%	2%	2%
Jornada a tiempo parcial y con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	N°			%	0%	0%
Personas que se acogen al teletrabajo o a pactos de adaptabilidad de jornada laboral (con pacto teletrabajos)	N°	172	181	%	30%	32%
Total trabajadores	N°	279	294			

Colombia

	Mallplaza Colombia 2022					
	Personas con jornadas ordinarias de trabajo			Porcentaje total de trabajadores que ellas representan para cada modalidad		
	Unidad	Mujer	Hombre	Unidad	Mujer	Hombre
Jornada ordinaria de trabajo	N°	54	34	%	61%	39%
Jornada a tiempo parcial	N°	0	0	%	0%	0%
Jornada a tiempo parcial y con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	N°	0	0	%	0%	0%
Personas que se acogen al teletrabajo o a pactos de adaptabilidad de jornada laboral (con pacto teletrabajos)	N°	0	0	%	0%	0%
Total trabajadores	N°	54	34			

Perú

	Mallplaza Perú 2022					
	Personas con jornadas ordinarias de trabajo			Porcentaje total de trabajadores que ellas representan para cada modalidad		
	Unidad	Mujer	Hombre	Unidad	Mujer	Hombre
Jornada ordinaria de trabajo	N°	53	47	%	53%	47%
Jornada a tiempo parcial	N°	0	0	%	0%	0%
Jornada a tiempo parcial y con pactos de adaptabilidad para trabajadores con responsabilidades familiares	N°	0	0	%	0%	0%
Personas que se acogen al teletrabajo o a pactos de adaptabilidad de jornada laboral (con pacto teletrabajos)	N°	0	0	%	0%	0%
Total trabajadores	N°	53	47			

Formalidad laboral
CMF 5.2.a.

Chile

	Mallplaza Chile									
	2021					2022				
Empleados	Mujeres	Hombres	Total	% Mujeres	% Hombres	Mujeres	Hombres	Total	% Mujeres	% Hombres
Empleados Contrato Indefinifo	260	245	505	51%	49%	264	287	551	48%	52%
Jornada Completa	250	239	489	51%	49%	255	280	535	48%	52%
Jornada Parcial	10	6	16	64%	38%	9	7	16	56%	44%
Empleados a Plazo Fijo	18	10	28	64%	36%	15	7	22	68%	32%
Jornada Completa	17	8	25	68%	32%	11	5	16	69%	31%
Jornada Parcial	1	2	3	33%	67%	4	2	6	67%	33%
Total	278	255	533	52%	48%	279	294	573	49%	51%

Colombia

Empleados	Mallplaza Colombia									
	2021					2022				
	Mujeres	Hombres	Total	% Mujeres	% Hombres	Mujeres	Hombres	Total	% Mujeres	% Hombres
Empleados Contrato Indefinifo	52	34	86	60%	40%	54	33	87	62%	38%
Jornada Completa	52	34	86	60%	40%	54	33	87	62%	38%
Jornada Parcial	0	0	0	0%	0%	-	-	0	0%	0%
Empleados a Plazo Fijo	2	0	2	100%	0%	0	1	1	0%	100%
Jornada Completa	2	0	2	100%	0%	-	1	1	0%	100%
Jornada Parcial	0	0	0	0%	0%	-	-	0	0%	0%
Total	54	34	88	61%	39%	54	34	88	61%	39%

Perú

Empleados	Mallplaza Perú									
	2021					2022				
	Mujeres	Hombres	Total	% Mujeres	% Hombres	Mujeres	Hombres	Total	% Mujeres	% Hombres
Empleados Contrato Indefinifo	0	0	0			57	42	99	58%	42%
Jornada Completa			0			57	42	99	58%	42%
Jornada Parcial			0			-	-	0	0%	0%
Empleados a Plazo Fijo	0	0	0			0	1	1	0%	100%
Jornada Completa			0			-	1	1	0%	100%
Jornada Parcial			0			-	-	0	0%	0%
Total	0	0	0			57	43	100	57%	43%

Diversidad e inclusión CMF 5.1.5

Personas en situación de Discapacidad

2022				
Personas con situación de Discapacidad Mallplaza			Número de trabajadores con discapacidad	Número de trabajadores con discapacidad que trabajan full-time
Administrativo	Mujeres	N°		
	Hombres	N°	2	2
Otros profesionales	Mujeres	N°		
	Hombres	N°	2	2
TOTAL	Mujeres	N°	0	0
	Hombres	N°	4	4

Capacitaciones Acoso laboral

2022			
Mallplaza Global			
Género	Total trabajadores	Numero personas capacitadas sobre materias de acoso	% capacitado
Hombres	372	20	5%
Mujeres	370	14	4%
Total	742	34	5%

Gestión del cuidado de los colaboradores

Colaboradores internos

Colaboradores internos															
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Acumulado 2022	
Accidentabilidad:	Total de accidentes (N°)	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	2	
	Dotación (N°)	692	690	699	700	707	705	712	717	730	739	740	742	8573	
	Tasa (%)	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.1	0.0	0.28	
Tasa de fatalidad	Total de fatalidad (N°)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Dotación (N°)	692	690	699	700	707	705	712	717	730	739	740	742	8573	
	Tasa (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Tasa de enfermedades profesionales	Total de enfermedades profesionales (N°)	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	
	Dotación (N°)	692	690	699	700	707	705	712	717	730	739	740	742	8573	
	Tasa (%)	0	0	0	0	0	0.14	0	0	0	0	0	0	0.14	
El promedio de días perdidos por accidente durante el año.	Total de días perdidos por accidentes (N°)	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
	Promedio de días	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	
Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad sin verificación	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N)	3761	3683	3741	3703	3567	3509	3527	3633	3540	3560	3626		42486	
	Dotación (N)	3761	3683	3741	3703	3567	3509	3527	3633	3540	3560	3626	2636	42486	
	Tasa (%)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	
Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado internamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Dotación (N)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Tasa (%)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	
Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado y verificado externamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Dotación (N)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
	Tasa (%)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	

Colaboradores externos

Colaboradores Externos														
		Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sept	Oct	Nov	Dic	Acumulado 2022
Accidentabilidad:	Total de accidentes (N°)	7	7	11	7	10	10	4	2	9	9	16	10	102
	Dotación (N°)	3069	2993	3042	3003	2860	2804	2815	2916	2810	2821	2886	1894	N/A
	Tasa (%)	0.23	0.23	0.36	0.23	0.35	0.36	0.14	0.07	0.32	0.32	0.55	0.53	3.61
Tasa de fatalidad	Total de fatalidad (N°)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dotación (N°)	3069	2993	3042	3003	2860	2804	2815	2916	2810	2821	2886	1320	0
	Tasa (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Tasa de enfermedades profesionales	Total de enfermedades profesionales (N°)	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0
	Dotación (N°)	3069	2993	3042	3003	2860	2804	2815	2916	2810	2821	2886	1320	0
	Tasa (%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
El promedio de días perdidos por accidente durante el año.	Total de días perdidos por accidentes (N°)	11	15	41	11	57	14	33	2	51	48	62	13	358
	Promedio de días	1.83	2.50	6.83	1.83	9.50	2.33	5.50	0.33	8.50	8.00	10.33	2.17	347
Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad sin verificación	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N)	3069	2993	3042	3003	2860	2804	2815	2916	2810	2821	2886		N/A
	Dotación (N)	3069	2993	3042	3003	2860	2804	2815	2916	2810	2821	2886	1894	33913
	Tasa (%)	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado internamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dotación (N)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Tasa (%)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Dotación cubierta por el sistema de gestión de salud y seguridad auditado y verificado externamente	Dotación cubierta por el sistema de gestión de la salud y seguridad en el trabajo (N)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Dotación (N)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	Tasa (%)	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Atracción y desarrollo de talento

Tasa de contratación, egresos y rotación consolidada regional

	Número total de nuevas contrataciones de empleados	Número total de egresados	Tasa de Contratación (Número de contrataciones / trabajadores totales)	Tasa de egresos (Número de egresos/ trabajadores totales)	Tasa de rotación [Número de egresos / (trabajadores al 1 enero + trabajadores al 31 dic) / 2] x 100
Desglose Edad:					
Menos de 30 años	43	17	51%	20%	6%
Entre 30 y 40 años	97	67	31%	21%	6%
Entre 41 y 50 años	24	29	20%	24%	6%
Entre 51 y 60 años	1	12	2%	28%	6%
Entre 61 y 70 años	0	0	0%	0%	0%
Más de 70	0	0	0%	0%	0%
Total	165	125	29%	22%	6%
Desglose por Sexo:					
Mujeres	70	61	25%	22%	5%
Hombres	95	64	32%	22%	6%
Total	165	125	29%	22%	6%
Desglose por Nacionalidad					
Argentina	1	0	17%	0%	0%
Boliviana	0	0	0%	0%	0%
Chilena	149	120	28%	23%	6%
Colombiana	3	2	43%	29%	8%
Peruana	1	0	50%	0%	0%
Venezolana	10	3	45%	14%	4%
Brasileña	0	0	0%	0%	0%
Española	1	0	100%	0%	0%
Total	165	125	29%	22%	6%

Tasa de rotación Voluntaria/involuntaria

Mallplaza Chile	Voluntaria	12%
	Involuntaria	11%
Mallplaza Perú	Voluntaria	11%
	Involuntaria	15%
Mallplaza Colombia	Voluntaria	12%
	Involuntaria	9%
Mallplaza Consolidado	Voluntaria	12%
	Involuntaria	11%

Formación de colaboradores

Monto total de recursos monetarios destinado a educación y desarrollo profesional

CMF 5.8.a.a

Mallplaza Chile				
Unidad	Capacitación y beneficios	2020	2021	2022
CLP	Monto total de recursos monetarios destinado a educacion y desarrollo profesional	\$38,372,836	\$106,487,619	\$157,788,744
CLP	Ingreso anual total de actividades ordinarias de la entidad (o su equivalente)			\$339,738
%	Porcentaje de los recursos en relación al ingreso anual de la entidad			0.05%
N°	Número total de personal capacitado			546
N°	Número total de empleados			552
%	% de personal capacitado con respecto al total de la dotación			

Mallplaza Perú				
Unidad	Capacitación y beneficios	2020	2021	2022
Soles (PEN)	Monto total de recursos monetarios destinado a educacion y desarrollo profesional	\$42,363	\$66,457	\$156,500
Soles (PEN)	Ingreso anual total de actividades ordinarias de la entidad (o su equivalente)			\$175,542,000
%	Porcentaje de los recursos en relación al ingreso anual de la entidad			0,09%
N°	Número total de personal capacitado			104
N°	Número total de empleados			110
%	% de personal capacitado con respecto al total de la dotación			95%

Mallplaza Colombia				
Unidad	Capacitación y beneficios	2020	2021	2022
Pesos Colombianos (COP)	Monto total de recursos monetarios destinado a educacion y desarrollo profesional	\$10,032,379	\$100,714,000	\$ 96,108,000
Pesos Colombianos (COP)	Ingreso anual total de actividades ordinarias de la entidad (o su equivalente)			\$131,425
%	Porcentaje de los recursos en relación al ingreso anual de la entidad			0,07%
N°	Número total de personal capacitado			86
N°	Número total de empleados			90
%	% de personal capacitado con respecto al total de la dotación			96%

Número total de personal capacitado y horas de formación

CMF 5.8.a.c

GRI 404-1

Mallplaza Chile 2022	Requerimiento		Número total de personal capacitado	Número de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación
	Alta Gerencia	Mujeres	0.00	0.00	0.00
		Hombres	4.00	4.17	1.04
	Gerencia	Mujeres	16.00	51.33	3.21
		Hombres	26.00	68.42	2.63
	Jefatura	Mujeres	29.00	144.00	4.97
		Hombres	33.00	146.08	4.43
	Fuerza de venta	Mujeres	28.00	183.42	6.55
		Hombres	14.00	39.08	2.79
	Administrativo	Mujeres	27.00	304.33	11.27
		Hombres	10.00	132.00	13.20
	Otros profesionales	Mujeres	158.00	1373.58	8.69
		Hombres	206.00	1106.73	5.37
	Otros técnicos	Mujeres	0.00	0.00	0.00
		Hombres	0.00	0.00	0.00
	Total Chile	Mujeres	258.00	2056.66	7.97
		Hombres	293.00	1496.48	5.11

Mallplaza Perú 2022	Requerimiento		Número total de personal capacitado	Número de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación
	Alta Gerencia	Mujeres	0.00	0.00	0.00
		Hombres	1.00	0.67	0.67
	Gerencia	Mujeres	4.00	3.00	0.75
		Hombres	5.00	4.83	0.97
	Jefatura	Mujeres	3.00	4.00	1.33
		Hombres	4.00	7.42	1.86
	Fuerza de venta	Mujeres	4.00	40.50	10.13
		Hombres	0.00	0.00	0.00
	Administrativo	Mujeres	6.00	10.58	1.76
		Hombres	0.00	0.00	0.00
	Otros profesionales	Mujeres	40.00	94.75	2.37
		Hombres	36.00	93.08	2.59
	Otros técnicos	Mujeres	0.00	0.00	0.00
		Hombres	0.00	0.00	0.00
	Total Chile	Mujeres	57.00	152.83	2.68
		Hombres	46.00	106.00	2.30

Mallplaza Colombia 2022	Requerimiento		Número total de personal capacitado	Número de horas de capacitación	Promedio anual horas de capacitación
	Alta Gerencia	Mujeres	0.00	0.00	0.00
		Hombres	0.00	0.00	0.00
	Gerencia	Mujeres	5.00	6.50	1.30
		Hombres	5.00	25.50	5.10
	Jefatura	Mujeres	9.00	21.25	2.36
		Hombres	0.00	0.00	0.00
	Fuerza de venta	Mujeres	0.00	0.00	0.00
		Hombres	1.00	1.50	1.50
	Administrativo	Mujeres	1.00	2.00	2.00
		Hombres	0.00	0.00	0.00
	Otros profesionales	Mujeres	40.00	157.73	3.94
		Hombres	27.00	78.00	2.89
	Otros técnicos	Mujeres	0.00	0.00	0.00
		Hombres	0.00	0.00	0.00
	Total Chile	Mujeres	55.00	187.48	3.41
		Hombres	33.00	105.00	3.18

Beneficios
Permiso Posnatal

CMF 5.7.c CMF 5.7.d GRI 401-1

Mallplaza Chile 2022						
Licencia parental	Total de empleados:		Desglose por sexo uso de permiso:			
Licencia parental de empleados:	% de empleados	N° de empleados	% de Mujeres	N° de Mujeres	% de Hombres	N° de Hombres
Derecho a permiso parental (los que fueron madres o padres en el año)		22	82%	18	18%	4
Se acogieron al permiso parental (sobre los que tienen derecho parental)		18	100%	18	0%	
Empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental (sobre los que se acogieron al permiso parental)		0				

Mallplaza Perú 2022						
Licencia parental	Total de empleados:		Desglose por sexo uso de permiso:			
Licencia parental de empleados:	% de empleados	N° de empleados	% de Mujeres	N° de Mujeres	% de Hombres	N° de Hombres
Derecho a permiso parental (los que fueron madres o padres en el año)	4%	4	100%	4	0%	0
Se acogieron al permiso parental (sobre los que tienen derecho parental)	4%	4	100%	4	0%	0
Empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental (sobre los que se acogieron al permiso parental)	3%	3	100%	3	0%	0

Mallplaza Colombia 2022						
Licencia parental	Total de empleados:		Desglose por sexo uso de permiso:			
Licencia parental de empleados:	% de empleados	N° de empleados	% de Mujeres	N° de Mujeres	% de Hombres	N° de Hombres
Derecho a permiso parental (los que fueron madres o padres en el año)	100%	1	100%	1	0%	0
Se acogieron al permiso parental (sobre los que tienen derecho parental)	100%	1	100%	1	0%	0
Empleados que han regresado al trabajo en el periodo objeto del informe después de terminar el permiso parental (sobre los que se acogieron al permiso parental)	100%	1	100%	1	0%	0

		Mallplaza Chile		Mallplaza Perú		Mallplaza Colombia	
		Número de empleados que hizo uso del permiso					
Cargo y duración del permiso 2022		Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
		2022	2022	2022	2022	2022	Total
Gerencia	Permiso posnatal cinco días						0
	Permiso posnatal de seis semanas		1				1
Jefatura	Permiso posnatal cinco días	1					1
	Permiso posnatal de 6 semanas		4		2		6
Fuerza de venta	Permiso posnatal de 6 semanas		1				1
Administrativo	Permiso posnatal cinco días						0
	Permiso posnatal de 6 semanas		2		2		1
Otros profesionales	Permiso posnatal cinco días	3					3
	Permiso posnatal de 6 semanas		10				10
	Total	4	18		4		1
							27

*Aclaraciones: MP Chile los cuatro hombres. Cuatro padres hicieron uso de los cinco días legales, pero no de permiso posnatal parental. MP Colombia: licencia paterna Colombia: (dos semanas a partir del año 2022)
* Licencia materna Colombia: (18 semanas año 2022) con posibilidad de compartir días con el padre

Tasa de regreso al trabajo y retención

GRI 401-3

Mallplaza Chile 2022			
Tasa de regreso al trabajo			
Pregunta o requerimiento	Total empleados	Mujeres	Hombres
Número total de empleados que han regresado al trabajo después del permiso parental	0		
Número total de empleados que deben regresar al trabajo después del permiso parental	0		
Tasa de regreso al trabajo			
Número total de empleados retenidos 12 meses después de regresar al trabajo tras un periodo de permiso parental	0		
Tasa de retención			

Mallplaza Perú 2022			
Tasa de regreso al trabajo			
Pregunta o requerimiento	Total empleados	Mujeres	Hombres
Número total de empleados que han regresado al trabajo después del permiso parental	3	3	0
Número total de empleados que deben regresar al trabajo después del permiso parental	1	1	0
Tasa de regreso al trabajo	33.33333333	33.33333333	
Número total de empleados retenidos 12 meses después de regresar al trabajo tras un periodo de permiso parental	0		
Tasa de retención			

Mallplaza Colombia 2022			
Tasa de regreso al trabajo			
Pregunta o requerimiento	Total empleados	Mujeres	Hombres
Número total de empleados que han regresado al trabajo después del permiso parental	1	1	0
Número total de empleados que deben regresar al trabajo después del permiso parental	1	1	0
Tasa de regreso al trabajo	100	100	
Número total de empleados retenidos 12 meses después de regresar al trabajo tras un periodo de permiso parental	0		
Tasa de retención			

ANEXOS PROVEEDORES

Tipo de Proveedores

DJSI 1.6.6
CMF 7.1.a.a

Ubicación geográfica de los proveedores y categoría	Número de proveedores Mallplaza Global				
	Número total proveedores	Proveedores críticos		Proveedores no críticos	
		Número	Monto pagado	Número	Monto pagado
Chile	1343	47	4,049,566.42	1296	4,936,394.12
Colombia	544	62	2,317,669.72	482	604,617.65
Perú	385	42	437,150.01	343	1,378,567.79

Pago Proveedores

CMF 7.1.b.c.d

Chile

Pago de Proveedores	Mallplaza Chile					
	Proveedores Nacionales 2022			Proveedores Extranjeros 2022		
	Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días	Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	24,314	796	304	16	15	78
Monto total (millones de pesos)	203,787	3,096	-266	291	78	581
Monto total intereses por mora en pago de facturas (millones de pesos)	1	0	0	0	0	0
Número de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía cuando corresponda.	0	0	1	0	0	0
Número de proveedores	888	69	35	8	7	14

Colombia

Pago de Proveedores	Mallplaza Colombia					
	Proveedores Nacionales 2022			Proveedores Extranjeros 2022		
	Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días	Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	4,567	533	196	6	46	73
Monto Total (millones de pesos)	15,164	2,259	1,425	49	207	267
Monto Total intereses por mora en pago de facturas (millones de pesos)	0	0	0	0	0	0
Número de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía cuando corresponda.	447	140	65	4	8	15
Número de Proveedores	0	0	0	0	0	0

Perú

Pago de Proveedores	Mallplaza Colombia					
	Proveedores Nacionales 2022			Proveedores Extranjeros 2022		
	Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días	Menor a 30 días	Entre 31 y 60 días	Más de 60 días
Número de Facturas pagadas	3,807	1,135	452	31	5	2
Monto Total (millones de pesos)	13,505	3,594	1,394	343	7	111
Monto Total intereses por mora en pago de facturas (millones de pesos)	0	0	0	0	0	0
Número de acuerdos inscritos en el Registro de Acuerdos con Plazo Excepcional de Pago que lleva el Ministerio de Economía cuando corresponda.	282	152	72	9	5	2
Número de proveedores	0	0	0	0	0	0

Gasto en Proveedores

GRI 204-1

DJSI 1.6.6

	Mallplaza Chile	Mallplaza Perú	Mallplaza Colombia
Gasto en Proveedores	2022	2022	2022
Número total de proveedores	1343	385	544
Número total de proveedores locales	1292	356	525
Gasto total en proveedores	8,985,960.53	1,815,717.81	2,922,287.37
Gasto en proveedores locales (GRI 204-1)	8,863,165.73	1,656,078.96	2,905,233.37
% de Gasto en proveedores locales (GRI 204-1)	99%	91%	99%



XIII.

Estados financieros consolidados

CMF 10

PLAZA S.A. Y FILIALES

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2022 y 2021

Contenido:

- Estados de Situación Financiera Consolidados
- Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función
- Estados de Flujos de Efectivo Consolidados
- Estados de Cambios en el Patrimonio Consolidados
- Notas a los Estados Financieros Consolidados

Plaza S.A. - Sociedad Anónima Abierta

Inscripción en el Registro de Valores N°1.028

PLAZA S.A. Y FILIALES

Estados de Situación Financiera Consolidados
Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2022 y 2021
(En miles de pesos)

ACTIVOS	Nota	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Activos			
Activos corrientes			
Efectivo y equivalentes al efectivo	4	301.762.494	125.026.025
Otros activos financieros corrientes		27.650	27.445
Otros activos no financieros corrientes	5	21.690.421	16.326.235
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	6	99.532.590	74.487.937
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas corrientes	7.1	74.286.852	5.283.140
Activos por impuestos corrientes	8	9.959.056	12.502.404
Total activos corrientes en operación		507.259.063	233.653.186
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	2.11	31.426.284	30.973.895
Total activos corrientes		538.685.347	264.627.081
Activos no corrientes			
Otros activos no financieros no corrientes	5	20.157.153	39.642.357
Cuentas por cobrar no corrientes	6	11.339.312	5.691.364
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas no corrientes	7.1	4.133.178	2.136.011
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	9	95.353.699	88.740.606
Activos intangibles distintos de la plusvalía	10	5.217.508	3.831.767
Plusvalía	10	357.778	357.778
Propiedades, planta y equipo	11	3.794.786	3.956.564
Propiedades de Inversión	12	3.138.538.196	3.142.432.279
Activos por impuestos no corrientes	8	4.950.220	10.460.577
Activos por impuestos diferidos	14.2	34.347.618	22.253.188
Total activos no corrientes		3.318.189.448	3.319.502.491
Total de Activos		3.856.874.795	3.584.129.572

Las notas adjuntas números 1 al 32 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados

PATRIMONIO Y PASIVOS	Nota	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Pasivos			
Pasivos corrientes			
Otros pasivos financieros corrientes	15	131.767.000	148.701.502
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	16	51.608.494	55.453.888
Cuentas por pagar a entidades relacionadas corrientes	7.2	2.701.257	3.100.998
Pasivos por arrendamientos corrientes	17	1.620.240	1.439.153
Otras provisiones a corto plazo	27	746.945	896.600
Pasivos por impuestos corrientes	18	10.369.847	2.502.503
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	19	11.018.483	8.678.638
Otros pasivos no financieros corrientes	20	8.069.793	6.150.610
Total pasivos corrientes		217.902.059	226.923.892
Pasivos no corrientes			
Otros pasivos financieros no corrientes	15	1.168.610.114	884.219.710
Cuentas por pagar no corrientes	16	1.202.938	1.098.361
Cuentas por pagar a entidades relacionadas no corrientes	7.2	32.714.418	33.191.476
Pasivos por arrendamientos no corrientes	17	18.195.031	17.052.758
Pasivos por impuestos diferidos	14.2	433.498.158	446.872.478
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	19	1.647.080	1.520.019
Otros pasivos no financieros no corrientes	20	27.493.208	25.059.941
Total pasivos no corrientes		1.683.360.947	1.409.014.743
Total de Pasivos		1.901.263.006	1.635.938.635
Patrimonio			
Capital emitido	21 b)	175.122.686	175.122.686
Ganancias (pérdidas) acumuladas		1.597.584.396	1.566.186.200
Primas de emisión		123.573.274	123.573.274
Otras reservas	21 d)	(87.815.739)	(65.700.949)
Patrimonio atribuible a los propietarios de la controladora		1.808.464.617	1.799.181.211
Participaciones no controladoras		147.147.172	149.009.726
Patrimonio total		1.955.611.789	1.948.190.937
Total de patrimonio y pasivos		3.856.874.795	3.584.129.572

PLAZA S.A. Y FILIALES

Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función
Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2022 y 2021
(En miles de pesos)

Estado de Resultados	Nota	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
		2022 M\$	2021 M\$
Ingresos de actividades ordinarias	23	383.863.776	276.694.599
Costo de ventas	24.1	(100.303.937)	(92.089.427)
Ganancia bruta		283.559.839	184.605.172
Otros ingresos, por función	24.2	5.871.791	4.404.140
Gasto de administración	24.1	(57.384.799)	(31.829.520)
Otros gastos, por función	24.3	(15.738.426)	(16.488.427)
Ganancias de actividades operacionales		216.308.405	140.691.365
Ingresos financieros	24.4	22.063.351	3.093.018
Costos financieros	24.5	(47.577.226)	(36.372.483)
Participación en las ganancias (pérdidas) de asociadas y negocios conjuntos que se contabilicen utilizando el método de la participación	9 a)	1.374.654	231.442
Diferencias de cambio	24.5	1.343.239	357.862
Resultados por unidades de reajuste	24.5	(119.945.793)	(54.360.668)
Ganancia antes de impuestos		73.566.630	53.640.536
Gasto por impuestos a las ganancias	14.1 a)	(2.500.462)	(6.039.779)
Ganancia		71.066.168	47.600.757
Ganancia (pérdida) atribuible a			
Ganancia atribuible a los propietarios de la controladora		66.445.322	46.555.697
Ganancia atribuible a participaciones no controladoras		4.620.846	1.045.060
Ganancia		71.066.168	47.600.757
Ganancias por acción			
Ganancia por acción básica			
Ganancia por acción básica en operaciones continuadas		\$ 33,90	\$ 23,75
Ganancia por acción básica		\$ 33,90	\$ 23,75
Ganancia por acción diluida			
Ganancia diluida por acción en operaciones continuadas		\$ 33,90	\$ 23,75
Ganancia diluida por acción		\$ 33,90	\$ 23,75

Las notas adjuntas números 1 al 32
forman parte integral de estos Estados
Financieros Consolidados

PLAZA S.A. Y FILIALES

Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función
Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2022 y 2021
(En miles de pesos) Pestaña Resultado Integral

Estados de Resultados Integrales	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022 M\$	2021 M\$
Ganancia	71.066.168	47.600.757
Componentes de otro resultado integral que se clasificarán al resultado del ejercicio, antes de impuestos		
Diferencia de cambio por conversión		
Ganancias (Pérdidas) por diferencias de cambio de conversión, antes de impuestos	(27.025.195)	7.189.756
Otro resultado integral, antes de impuestos, diferencia de cambio por conversión	(27.025.195)	7.189.756
Coberturas del flujo de efectivo		
Ganancias por coberturas de flujos de efectivo, antes de impuestos	897.989	1.064.886
Otro resultado integral, antes de impuestos, coberturas del flujo de efectivo	897.989	1.064.886
Otros componentes de otro resultado integral, que se clasificarán al resultado del ejercicio, antes de impuestos	(26.127.206)	8.254.642
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	(242.457)	(164.583)
Impuestos a las ganancias relacionados con componentes de otro resultado integral	(242.457)	(164.583)
Otro resultado integral	(26.369.663)	8.090.059
Resultado Integral Total	44.696.505	55.690.816
Resultado integral atribuible a		
Resultado integral atribuible a los propietarios de la controladora	44.120.697	54.355.091
Resultado integral atribuible a participaciones no controladoras	575.808	1.335.725
Resultado Integral Total	44.696.505	55.690.816

Las notas adjuntas números 1 al 32
forman parte integral de estos Estados
Financieros Consolidados

Estado de Flujo de Efectivo Directo	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022 M\$	2021 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	461.036.484	324.621.076
Clases de pagos:		
Pagos a proveedores por el suministro de bienes y servicios	(96.401.986)	(58.670.094)
Pagos a y por cuenta de los empleados	(33.665.524)	(24.326.524)
Otros pagos por actividades de operación	(48.433.759)	(34.380.955)
Impuestos a las ganancias reembolsados (pagados)	(9.072.672)	5.097.174
Otras entradas de efectivo	1.839.656	7.748.796
Flujos de efectivo netos procedentes de actividades de operación	275.302.199	220.089.473
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de inversión		
Importes procedentes de otros activos a largo plazo	739.869	-
Pagos por compras de activos intangibles	(1.988.569)	(1.583.936)
Pagos por compras de propiedades, planta y equipo	(591.105)	(397.656)
Pagos por compras de otros activos a largo plazo - Propiedades de Inversión	(112.848.889)	(69.885.951)
Intereses recibidos	16.700.221	1.758.721
Flujos de efectivo netos (utilizados en) actividades de inversión	(97.988.473)	(70.108.822)
Flujos de efectivo procedentes de (utilizados en) actividades de financiación		
Importes procedentes de obligaciones con el público	238.006.886	-
Importes procedentes de préstamos	-	15.228.855
Total importes procedentes de préstamos	238.006.886	15.228.855
Pagos de préstamos	(84.242.687)	(231.175.683)
Pagos de obligaciones con el público	(1.131.677)	(1.014.382)
Préstamos netos a entidades relacionadas (otorgados) recibidos	(61.018.282)	32.615.767
Dividendos pagados	(45.409.835)	(8.773.675)
Intereses pagados	(45.184.288)	(34.027.222)
Otras entradas (salidas) de efectivo	(1.414.417)	(802.300)
Flujos de efectivo netos (utilizados en) de actividades de financiación	(394.300)	(227.948.640)
Incremento/(Decremento) neto en efectivo y equivalentes al efectivo	176.919.426	(77.967.989)
Efectos de la variación en la tasa de cambio sobre el efectivo y equivalentes al efectivo	(182.957)	479.580
Efectivo y equivalentes al efectivo, Saldo Inicial	125.026.025	202.514.434
Efectivo y Equivalentes al Efectivo, Saldo Final	301.762.494	125.026.025

Las notas adjuntas números 1 al 32 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados

PLAZA S.A. Y FILIALES

Estados de Cambios en el Patrimonio Consolidados

Correspondientes a los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2022 y 2021

(En miles de pesos)

Al 31 de diciembre de 2022	Capital en acciones M\$	Prima de emisión M\$	Reservas de conversión M\$	Reservas de cobertura de flujo de caja M\$	Otro resultado integral acumulado M\$ Total Otras Reservas	Otras reservas varias M\$ Otras reservas varias	Total otras reservas M\$ Total Otras Reservas	Ganancias acumuladas M\$	Patrimonio neto atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Participaciones no controladoras M\$	Cambios en patrimonio neto,total M\$
Inicial ejercicio Actual	175.122.686	123.573.274	(4.621.260)	(759.533)	(5.380.793)	(60.320.156)	(65.700.949)	1.566.186.200	1.799.181.211	149.009.726	1.948.190.937
Cambios en patrimonio											
Resultado integral											
Ganancia	-	-	-	-	-	-	-	66.445.322	66.445.322	4.620.846	71.066.168
Otro resultado integral	-	-	(22.832.662)	508.037	(22.324.625)	-	(22.324.625)	-	(22.324.625)	(4.045.038)	(26.369.663)
Resultado integral	-	-	(22.832.662)	508.037	(22.324.625)	-	(22.324.625)	66.445.322	44.120.697	575.808	44.696.505
Emisión de patrimonio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	(1.414.417)	(1.414.417)
Dividendos	-	-	-	-	-	-	-	(34.837.291)	(34.837.291)	(1.023.945)	(35.861.236)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	-	-	209.835	209.835	(209.835)	-	-	-
Total incremento (disminución) en el patrimonio	-	-	(22.832.662)	508.037	(22.324.625)	209.835	(22.114.790)	31.398.196	9.283.406	(1.862.554)	7.420.852
Saldo Final ejercicio Actual	175.122.686	123.573.274	(27.453.922)	(251.496)	(27.705.418)	(60.110.321)	(87.815.739)	1.597.584.396	1.808.464.617	147.147.172	1.955.611.789

Al 31 de diciembre de 2021	Capital en acciones M\$	Prima de emisión M\$	Reservas de conversión M\$	Reservas de cobertura de flujo de caja M\$	Otro resultado integral acumulado M\$ Total Otras Reservas	Otras reservas varias M\$ Otras reservas varias	Total otras reservas M\$ Total Otras Reservas	Ganancias acumuladas M\$	Patrimonio neto atribuible a los propietarios de la controladora M\$	Participaciones no controladoras M\$	Cambios en patrimonio neto,total M\$
Inicial ejercicio Anterior	175.122.686	123.573.274	(11.722.919)	(1.457.268)	(13.180.187)	(60.390.855)	(73.571.042)	1.534.893.628	1.760.018.546	147.103.186	1.907.121.732
Cambios en patrimonio											
Resultado integral											
Ganancia	-	-	-	-	-	-	-	46.555.697	46.555.697	1.045.060	47.600.757
Otro resultado integral	-	-	7.101.659	697.735	7.799.394	-	7.799.394	-	7.799.394	290.665	8.090.059
Resultado integral	-	-	7.101.659	697.735	7.799.394	-	7.799.394	46.555.697	54.355.091	1.335.725	55.690.816
Emisión de patrimonio	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.044.082	1.044.082
Dividendos	-	-	-	-	-	-	-	(15.192.426)	(15.192.426)	(473.267)	(15.665.693)
Incremento (disminución) por transferencias y otros cambios	-	-	-	-	-	70.699	70.699	(70.699)	-	-	-
Total incremento (disminución) en el patrimonio	-	-	7.101.659	697.735	7.799.394	70.699	7.870.093	31.292.572	39.162.665	1.906.540	41.069.205
Saldo Final ejercicio Anterior	175.122.686	123.573.274	(4.621.260)	(759.533)	(5.380.793)	(60.320.156)	(65.700.949)	1.566.186.200	1.799.181.211	149.009.726	1.948.190.937

Las notas adjuntas números 1 al 32 forman parte integral de estos Estados Financieros Consolidados

CONTENIDO

Contenido	Página
Nota 1 – Actividad y Estados Financieros de Plaza S.A. y Filiales	236
Nota 2 – Principales políticas contables	238
2.1 Bases de preparación y presentación	238
2.2 Nuevas normas, interpretaciones y enmiendas adoptadas por Plaza S.A. y Filiales	238
2.3 Base de consolidación	238
2.4 Moneda de presentación y funcional	238
2.5 Conversión de moneda extranjera	239
2.6 Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes	239
2.7 Estado de flujos de efectivo	239
2.8 Activos financieros	240
2.9 Pasivos financieros	240
2.10 Contratos derivados	240
2.11 Activos mantenidos para la venta y operaciones discontinuas	241
2.12 Propiedades, planta y equipo	241
2.13 Propiedades de inversión	241
2.14 Activos intangibles y plusvalías	242
2.15 Deterioro de los activos	243
2.16 Inversiones en asociadas	243
2.17 Combinaciones de negocios y plusvalía	243
2.18 Ingresos diferidos	244
2.19 Arrendamientos.	244
2.20 Reconocimiento de ingresos y gastos	244
2.21 Ingresos financieros	244

Contenido	Página
2.22 Provisión de deudores incobrables	244
2.23 Provisiones	245
2.24 Impuesto a las ganancias	245
2.25 Dividendos.	245
2.26 Información financiera por segmentos operativos	245
2.27 Reclasificaciones	245
2.28 Nuevos pronunciamientos contables (NIIF e Interpretaciones del Comité de Interpretaciones de NIIF)	245
Nota 3 – Estimaciones y aplicación del criterio profesional	248
Nota 4 – Efectivo y equivalente al efectivo.	248
Nota 5 – Otros activos no financieros	249
Nota 6 – Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	249
Nota 7 – Revelaciones de partes relacionadas	251
7.1 Cuentas por cobrar empresas relacionadas corrientes	251
7.2 Cuentas por pagar empresas relacionadas corrientes	252
7.3 Transacciones	253
7.4 Compensación del personal clave de Plaza S.A. y Filiales	255
Nota 8 – Activos por impuestos	255
Nota 9 – Inversión en asociada	256
Nota 10 – Activos intangibles y plusvalía...	257
Nota 11 – Propiedades, planta y equipo	258
Nota 12 – Propiedades de inversión...	260
Nota 13 – Arrendamientos	262
Nota 14 – Impuestos a las ganancias e impuestos diferidos	262
14.1 Impuestos a las ganancias	262

Contenido	Página
14.2 Impuestos diferidos	263
Nota 15 – Otros pasivos financieros	263
Nota 16 – Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	267
Nota 17 – Pasivos por arrendamientos	269
Nota 18 – Pasivos por impuestos corrientes	271
Nota 19 – Provisiones por beneficios a los empleados	271
Nota 20 – Otros pasivos no financieros	272
Nota 21 – Capital emitido	272
Nota 22 – Dividendos pagados y propuestos	274
Nota 23 – Ingresos de actividades ordinarias	274
Nota 24 – Otros ingresos y gastos	275
24.1 Costos y gastos .	275
24.2 Otros ingresos por función.	275
24.3 Otros gastos por función	275
24.4 Ingresos financieros	275
24.5 Costos financieros	276
24.6 Costos de investigación y desarrollo	276
Nota 25 – Transacciones en moneda extranjera	277
Nota 26 – Información financiera por segmentos	281
Nota 27 – Compromisos, restricciones y contingencias	282
Nota 28 – Administración de riesgos financieros	285
Nota 29 – Instrumentos financieros	289
Nota 30 – Valor razonable de los instrumentos financieros	289
Nota 31 – Medio ambiente	291
Nota 32 – Hechos posteriores	293

1. ACTIVIDAD Y ESTADOS FINANCIEROS DE PLAZA S.A. Y FILIALES

Los Estados Financieros Consolidados de Plaza S.A. y Filiales por el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2022 fueron autorizados para su emisión por el Directorio en sesión de fecha 28 de febrero de 2023.

Plaza S.A. ("Plaza" o "la Compañía" o "Plaza y Filiales") fue constituida en Chile como Sociedad Anónima el 16 de abril de 2008, se encuentra inscrita en el Registro de Valores de la Comisión para el Mercado Financiero con fecha 30 de abril de 2009 bajo el N° 1.028 y consecuentemente, está sujeta a su fiscalización.

Plaza S.A. es la sociedad holding que agrupa a todas las sociedades propietarias de los centros comerciales que operan bajo la marca mallplaza en Chile, Colombia y los negocios que operan bajo las marcas Autoplaza y Motorplaza, en Chile y Perú¹, respectivamente. Actualmente, Plaza S.A. opera 25 centros comerciales que totalizan una superficie arrendable de 1.888.000 m² (más de 4.200 locales), distribuidos en sus filiales de Chile con 1.428.000 m², Colombia con 170.000 m² y con su participación en Perú a través de la asociada Mall Plaza Perú S.A. con 290.000 m² que también opera bajo la marca mallplaza.

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

El modelo de negocios de Plaza S.A. se caracteriza por entregar una oferta integral de bienes y servicios, en centros comerciales de clase mundial, diseñados como espacios públicos modernos, acogedores y atractivos, convirtiéndolos en importantes centros de compra y socialización para los habitantes de sus zonas de influencia.

En los centros comerciales mallplaza participan los principales operadores comerciales presentes en cada país, líderes en sus categorías, con tamaños y formatos que optimizan su gestión comercial, generando una cartera de renta inmobiliaria altamente diversificada.

El domicilio social y las oficinas principales de la Compañía se encuentran ubicados en la ciudad de Santiago en Avenida Américo Vespucio N° 1737, piso 9, comuna de Huechuraba.

Plaza S.A. es controlada por Falabella S.A., a través de su filial Desarrollos Inmobiliarios S.A., la cual es propietaria en forma directa del 59,28% de las acciones de la Compañía.

¹ Plaza S.A. es controlada por Falabella S.A., a través de su filial Desarrollos Inmobiliarios S.A., la cual es propietaria en forma directa del 59,28% de las acciones de la Compañía.

Los Estados Financieros Consolidados incluyen las siguientes subsidiarias:

Subsidiaria	RUT	País	Moneda Funcional	Porcentaje de participación					
				Al 31 de diciembre de 2022			Al 31 de diciembre de 2021		
				Directa	Indirecta	Total	Directa	Indirecta	Total
				%	%	%	%	%	%
Servicios Mallplaza SpA.	76.034.238-6	Chile	Peso Chileno	100	-	100	100	-	100
Plaza Vespucio SpA.	96.538.230-5	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Administradora Plaza Vespucio S.A.	79.990.670-8	Chile	Peso Chileno	-	99,957	99,957	-	99,957	99,957
Plaza La Serena SpA.	96.795.700-3	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Plaza Oeste SpA.	96.653.650-0	Chile	Peso Chileno	100,000	0,000	100	100,000	0,000	100
Plaza Antofagasta S.A.	99.555.550-6	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Desarrollos e Inversiones Internacionales SpA.	76.883.720-1	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Salón Motorplaza Perú S.A.	0-E	Perú	Nuevo Sol Peruano	-	100	100	-	100	100
Autoplaza SpA.	76.044.159-7	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Inmobiliaria Mall Calama SpA.	96.951.230-0	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Nuevos Desarrollos S.A.	76.882.330-8	Chile	Peso Chileno	-	77,50	77,50	-	77,50	77,50
Plaza Valparaíso S.A.	76.677.940-9	Chile	Peso Chileno	-	77,50	77,50	-	77,50	77,50
Desarrollos Urbanos SpA.	99.564.380-4	Chile	Peso Chileno	-	77,50	77,50	-	77,50	77,50

Subsidiaria	RUT	País	Moneda Funcional	Porcentaje de participación					
				Al 31 de diciembre de 2022			Al 31 de diciembre de 2021		
				Directa	Indirecta	Total	Directa	Indirecta	Total
				%	%	%	%	%	%
Plaza Cordillera SpA.	76.882.090-2	Chile	Peso Chileno	-	77,50	77,50	-	77,50	77,50
Plaza del Trébol SpA.	96.653.660-8	Chile	Peso Chileno	100,000	0,000	100	100,000	0,000	100
Plaza Tobalaba SpA.	96.791.560-2	Chile	Peso Chileno	-	100	100	-	100	100
Patrimonio Autónomo Mallplaza Cali.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	100	100	-	100	100
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	100	100	-	100	100
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	80	80	-	80	80
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Barranquilla.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	65	65	-	65	65
Patrimonio Autónomo Mallplaza Calima Holding.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	100	100	-	100	100
Mall Plaza Servicios S.A.S.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	100	100	-	100	100
Fondo de Capital Privado Mallplaza.	0-E	Colombia	Peso Colombiano	-	100	100	-	100	100
Inmobiliaria Mall Las Américas S.A.	96.824.450-7	Chile	Peso Chileno	-	76,154	76,154	-	76,154	76,154

Al 31 de diciembre de 2022 y 2021, Plaza S.A. y Filiales presenta el siguiente número de colaboradores:

	Al 31 de diciembre de 2022	Al 31 de diciembre de 2021
Chile	573	533
Colombia	88	88
Total colaboradores	661	621
Ejecutivos	27	29
Promedio colaboradores	643	596

2. PRINCIPALES POLÍTICAS CONTABLES

2.1 Bases de preparación y presentación

Los presentes Estados Financieros Consolidados de Plaza S.A. y Filiales comprenden los Estados de Situación Financiera Consolidados, los Estados de Resultados Integrales Consolidados por Función, los Estados de Cambios en el Patrimonio Consolidados y los Estados de Flujos de Efectivo Consolidados preparados utilizando el método directo por los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2022 y 2021 y sus correspondientes notas, las cuales han sido preparadas y presentadas de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) emitidas por el International Accounting Standards Board (IASB), considerando requerimientos de información adicionales de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), los cuales no se contradicen a las normas NIIF.

Los presentes Estados Financieros Consolidados han sido preparados a partir de los registros de contabilidad mantenidos por Plaza S.A. y sus filiales.

La preparación de los Estados Financieros Consolidados conforme a las NIIF y requerimientos de información adicionales de la Comisión para el Mercado Financiero (CMF), requieren el uso de ciertas estimaciones contables críticas y también exige a la Administración que ejerza su juicio en el proceso de aplicación de las políticas contables en la Compañía. En nota 3 se revelan las áreas que implican un mayor grado de juicio o complejidad o las áreas donde las hipótesis y estimaciones son materiales para los Estados Financieros Consolidados.

2.2 Nuevas normas, interpretaciones y enmiendas adoptadas por Plaza S.A. y Filiales

Las políticas contables adoptadas en la preparación de los Estados Financieros Consolidados para el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2022 son coherentes con las aplicadas en la preparación de los Estados Financieros Consolidados de Plaza y Filiales para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2021.

2.3 Base de consolidación

Los Estados Financieros Consolidados comprenden los Estados Financieros de Plaza S.A. y Filiales al 31 de diciembre de 2022 y 2021.

Filiales son todas las Compañías sobre las cuales Plaza S.A. posee control de acuerdo a lo señalado en la NIIF 10. Para cumplir con la definición de control en la NIIF 10 “Estados Financieros Consolidados”, tres criterios deben cumplirse: (a) un inversor tiene poder sobre las actividades relevantes de una participada, (b) el inversionista tiene una exposición o derecho a retornos variables provenientes de su implicación en la participada, y (c) el inversionista tiene la capacidad de utilizar su poder sobre la participada para influir el importe de los rendimientos del inversor.

Las filiales son completamente consolidadas desde la fecha de adquisición, que es la fecha en que Plaza S.A. y Filiales obtiene el control, y continúan siendo consolidadas hasta la fecha en que dicho control cesa.

Los Estados Financieros de las filiales son preparados para el mismo ejercicio de reporte que la matriz, aplicando consistentemente las políticas contables. Se han eliminado todos los saldos, transacciones, ingresos y gastos, utilidades y pérdidas intercompañía, resultantes de transacciones entre Plaza y sus filiales.

La participación no controladora representa la porción de utilidades o pérdidas y activos netos que no son propiedad de Plaza S.A. y Filiales y son presentados separadamente en el Estado de Resultados Integrales y dentro del patrimonio en el Estado de Situación Financiera Consolidado, separado del patrimonio de la matriz.

Las adquisiciones de participaciones controladoras son contabilizadas usando el método de adquisición, donde el exceso del costo de adquisición sobre el valor razonable de la participación de la Compañía en los activos netos identificables adquiridos es reconocido como plusvalía.

2.4 Moneda de presentación y funcional

Los Estados Financieros Consolidados son presentados en miles de pesos chilenos (“M\$”), salvo que se indique lo contrario, que es la moneda funcional del entorno económico primario en el que opera Plaza S.A. y es la moneda de presentación de Plaza S.A. y Filiales. Los pesos chilenos son redondeados a los miles de pesos más cercanos.

Plaza S.A. y Filiales han determinado su propia moneda funcional de acuerdo a los requerimientos de la NIC 21 “Efectos de las variaciones en las Tasas de Cambio de la Moneda Extranjera” y las partidas incluidas en los Estados Financieros de cada entidad son medidas usando esa moneda funcional y luego son convertidas a la moneda de presentación de Plaza S.A. de acuerdo con NIC 21. La moneda funcional de cada una de las empresas se detalla en Nota 1.

2.5 Conversión de moneda extranjera

Las transacciones en monedas extranjeras son inicialmente registradas al tipo de cambio de la moneda funcional a la fecha de la transacción. Los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera son convertidos al tipo de cambio observado de la moneda funcional a la fecha de cierre del Estado de Situación Financiera. Todas las diferencias son llevadas a utilidades o pérdidas del ejercicio.

Las partidas no monetarias que son medidas en términos de costo histórico en moneda extranjera son convertidas utilizando los tipos de cambio a la fecha de transacción, y las partidas monetarias que son medidas a su valor razonable en moneda extranjera, son convertidas usando los tipos de cambio a la fecha cuando se determinó el valor justo.

Los tipos de cambio de las monedas extranjeras y la Unidad de Fomento (unidad monetaria chilena

indexada al índice de inflación) respecto del peso chileno al 31 de diciembre de 2022 y 2021 son los siguientes:

	Al 31 de diciembre de 2022	Al 31 de diciembre de 2021
Dólar estadounidense (US\$)	855,86	844,69
Euro (EUR)	915,95	955,64
Nuevo sol peruano (PEN)	224,38	211,88
Peso colombiano (COP)	0,18	0,21
Unidad de Fomento (UF)	35.110,98	30.991,74

En el caso de filiales en el extranjero, para efectos de traducir a moneda de presentación los Estados Financieros que difieren de la moneda funcional de la matriz, los activos y pasivos son presentados en pesos chilenos transformados al tipo de cambio observado de cierre a la fecha del Estado de Situación Financiera, mientras que el Estado de Resultados es convertido al tipo de cambio promedio de cada mes, de acuerdo con lo establecido por NIC 21.

Las diferencias de tipo de cambio que surgen de la conversión a moneda de presentación son registradas en la cuenta Otras Reservas como un componente separado del patrimonio. Al momento de la disposición de la en-

tidad extranjera, el monto acumulado reconocido en el patrimonio en relación con esa operación extranjera en particular es reconocido en el Estado de Resultados.

Cualquier plusvalía que surge de la adquisición de una operación extranjera y cualquier ajuste a valor justo en los valores libro de activos y pasivos que surgen de las adquisiciones, es tratada como activo y pasivo de la operación extranjera y son convertidos a la fecha de cierre.

2.6 Clasificación de saldos en corrientes y no corrientes

En el Estado de Situación Financiera Consolidado, los saldos se clasifican en función de sus vencimientos, es decir, como corrientes aquellos con vencimiento igual o inferior a doce meses y como no corrientes, los de vencimiento superior a dicho plazo.

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

2.7 Estado de Flujos de Efectivo

El Estado de Flujos de Efectivo Consolidado considera los movimientos de caja realizados durante el ejercicio, los cuales se detallan a continuación:

Flujos de Efectivo: entradas y salidas de efectivo o de otros medios equivalentes, entendiendo por éstos las inversiones con un vencimiento original de tres meses o menor de alta liquidez y que están sujetos a un riesgo poco significativo de cambios en su valor.

Actividades de Operación: son las actividades que constituyen la principal fuente de ingresos y egresos ordinarios de Plaza S.A. y Filiales, así como las actividades que no puedan ser calificadas como de inversión o financiamiento.

Actividades de Inversión: las de adquisición, enajenación o disposición por otros medios, de activos no corrientes y otras inversiones no incluidas en el efectivo y sus equivalentes.

Actividades de Financiamiento: actividades que producen cambios en el tamaño y composición del patrimonio neto y de los pasivos de carácter financiero.

La Compañía considera efectivo y equivalentes al efectivo los saldos de efectivo mantenidos en caja y en cuentas corrientes bancarias, los depósitos a plazo y otras operaciones financieras que se estipula liquidar a menos de 3 meses, más los intereses devengados al cierre de cada ejercicio.

2.8 Activos financieros

a) Reconocimiento, medición y baja de activos financieros

La NIIF 9 “Instrumentos Financieros” reúne los tres aspectos de la contabilidad de los instrumentos financieros: clasificación y medición; deterioro; y contabilidad de cobertura. Los activos financieros son clasificados en su reconocimiento inicial como activos financieros a valor razonable a través de resultados, préstamos y cuentas por cobrar, inversiones mantenidas hasta el vencimiento o inversiones disponibles para la venta. Donde es permitido y apropiado, se reevalúa esta designación al cierre de cada ejercicio financiero. Cuando los instrumentos financieros son reconocidos inicialmente, son medidos a su valor razonable y los costos o ingresos directamente atribuibles a la transacción son reconocidos en resultados.

Posteriormente, los activos financieros se miden a su valor razonable, excepto por los préstamos y cuentas por cobrar y las inversiones clasificadas como mantenidas hasta el vencimiento, las cuales se miden al costo amortizado utilizando el método de la tasa efectiva.

El ajuste de los activos registrados a valor justo se imputa en resultados, excepto por las inversiones disponibles para la venta cuyo ajuste a mercado se reconoce en un componente separado del patrimonio, neto de los impuestos diferidos que le apliquen.

Los activos financieros se dan de baja contablemente cuando los derechos a recibir flujos de efectivo derivados de los mismos han vencido o se han transferido sustancialmente todos los riesgos y beneficios derivados de su titularidad.

b) Deterioro de activos financieros

La NIIF 9 requiere que Plaza S.A. y Filiales registre las pérdidas crediticias esperadas de todos sus activos financieros, ya sea sobre una base de 12 meses o de por vida. Plaza S.A. y Filiales aplicó el modelo simplificado.

Plaza S.A. y Filiales ha establecido una matriz de provisiones que se basa en la experiencia histórica de pérdidas crediticias, ajustada por factores prospectivos específicos para los deudores y el entorno económico de acuerdo a lo establecido en la NIIF 9.

La Compañía evalúa si existe evidencia objetiva de deterioro para activos financieros que son individualmente significativos o colectivamente para activos financieros que no son individualmente significativos. Si, en un ejercicio posterior, el monto de la pérdida por deterioro disminuye y la disminución puede ser objetivamente relacionada con un evento que ocurre después del reconocimiento del deterioro, la pérdida por deterioro anteriormente reconocida es reversada. Cualquier posterior reverso de una pérdida por deterioro es reconocido en resultado, en la medida que el valor libro del activo no excede su costo amortizado a la fecha de reverso.

2.9 Pasivos financieros

Reconocimiento, medición y baja de pasivos financieros

Todas las obligaciones, préstamos con el público y con instituciones financieras son inicialmente reconocidos al valor justo, neto de los costos en que se haya incurrido en la transacción. Luego del reconocimiento inicial, las obligaciones y préstamos que devengan intereses son posteriormente medidos al costo amortizado, reconociendo en resultados cualquier mayor o menor valor en la colocación sobre el monto de la respectiva deuda usando el método de tasa efectiva de interés, a menos que sean designados ítems cubiertos en una cobertura de valor justo.

Las obligaciones con el público se presentan, a su valor nominal más intereses calculados de acuerdo con el método de tasa de interés efectiva y los reajustes devengados.

Los pasivos financieros se dan de baja contablemente cuando las obligaciones especificadas en los contratos se cancelan, expiran o son condonadas.

2.10 Contratos derivados

Los instrumentos derivados se registran al valor justo de la fecha en que se ha realizado el contrato y son revaluados posteriormente al valor justo de la fecha de cierre de los Estados Financieros. Los cambios que se generen en el valor justo son registrados directamente como ganan-

cia o pérdida en el resultado del ejercicio, a menos que califiquen como derivados de cobertura.

Si los instrumentos derivados califican como derivados de cobertura, son reconocidos al inicio al valor del contrato y posteriormente, a la fecha de cierre de los Estados Financieros son revaluados a su valor justo. Las utilidades o pérdidas resultantes de la medición del valor justo son registradas en el patrimonio por la parte efectiva como utilidades o pérdidas por cobertura de flujo de caja de instrumentos financieros. Una vez liquidado el contrato derivado, los saldos acumulados en el patrimonio son reclasificados al Estado de Resultados del ejercicio.

Los instrumentos utilizados actualmente corresponden a cross currency swaps para cubrir sus riesgos asociados con fluctuaciones de tipo de cambio y tasas distintas a UF. La Compañía utiliza modelos de valorización los cuales se aplican para determinar el valor de mercado de los derivados. La metodología de valorización utilizada incluye modelos de precios utilizando cálculos de valor presente. Dichos modelos requieren de datos financieros de mercado para su cálculo y son obtenidos a través de plataformas de información de acceso público y privado. La información requerida para el cálculo incluye principalmente tipos de cambio spot y forward y de curvas de tasas de interés.

Compensación de instrumentos financieros

Los activos y pasivos financieros se compensan y se informa el monto neto en el Estado de Situación Financiera Consolidado si, y sólo si, existe a la fecha de cierre del Estado de Situación Financiera un derecho legal exigible para recibir o cancelar el valor neto, además de existir la intención de liquidar sobre base neta, o a realizar los activos y liquidar los pasivos simultáneamente.

2.11 Activos mantenidos para la venta y operaciones discontinuas

Son clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas los activos no corrientes cuyo valor libro se recuperará a través de una operación de venta y no a través de su uso continuo. Esta condición se considera cumplida únicamente cuando la venta es altamente probable y el activo está disponible para la venta inmediata en su estado actual. Al 31 de diciembre de 2022, la compañía ha clasificado activos mantenidos para la venta correspondientes a excedentes de terrenos por M\$ 31.426.284 (31 de diciembre de 2021 M\$30.973.895).

Plaza S.A. y Filiales ha realizado gestiones activas para la venta de dichos activos.

Estos activos son valorizados al menor valor entre su valor libro y el valor razonable menos los costos de venta.

2.12 Propiedades, planta y equipo

Las Propiedades, planta y equipo se registran al costo y se presentan netos de su depreciación acumulada y de anterioro acumulado de valor, excepto por los terrenos los cuales no están sujetos a depreciación.

El costo incluye el precio de adquisición y todos los costos directamente relacionados con la ubicación del activo en el lugar y en las condiciones necesarias para que pueda operar de la forma prevista por la Administración, además de la estimación inicial de los costos de desmantelamiento, retiro o remoción parcial o total del activo, así como la rehabilitación del lugar en que se encuentra, que constituyan obligación para la Compañía. Para las obras en construcción, el costo incluye gastos de personal relacionados en forma directa y otros de naturaleza operativa atribuible a la construcción, así como también los gastos financieros relacionados al financiamiento externo que se devenga en el ejercicio de construcción. La tasa de interés utilizada para la activación de los gastos financieros es la correspondiente a la financiación específica o, en su caso, la tasa de financiamiento promedio de la Compañía.

Los costos de ampliación, modernización o mejora que representan un aumento de la productividad, capacidad o eficiencia y por ende una extensión de la vida útil de los bienes se capitalizan como mayor costo de los correspondientes bienes. Los gastos periódicos de mantenimiento, conservación y reparación se imputan a resultados, como costo del ejercicio en que se incurren. Un

elemento de Propiedad, planta y equipo es dado de baja en el momento de su disposición o cuando no se esperan futuros beneficios económicos de su uso o disposición. Cualquier utilidad o pérdida que surge de la baja del activo (calculada como la diferencia entre el valor neto de disposición y el valor libro del activo) es incluida en el Estado de Resultados en el ejercicio en el cual el activo es dado de baja.

Adicionalmente, se incluyen en este rubro activos por derecho de uso que surgen de la aplicación de NIIF 16, los cuales son depreciados en el plazo de los respectivos contratos de arrendamiento.

La depreciación comienza cuando los bienes se encuentran disponibles para ser utilizados, esto es, cuando se encuentran en la ubicación y en las condiciones necesarias para ser capaces de operar de la forma prevista por la Administración. La depreciación es calculada linealmente durante la vida útil económica de los activos, hasta el monto de su valor residual. Las vidas útiles económicas estimadas por categoría son las siguientes:

Categoría	Años
Edificios	80
Instalaciones	5 a 25
Planta, equipos y accesorios	3 a 8
Vehículos de Motor	7

Los valores residuales de los activos, las vidas útiles y los métodos de depreciación son revisados a cada fecha de

cierre, y ajustados si corresponde como un cambio en las estimaciones en forma prospectiva.

2.13 Propiedades de inversión

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

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

El importe en libros de la Propiedad de inversión se da de baja en cuentas cuando éstas han sido enajenadas o cuando son permanentemente retiradas de uso y no se espera ningún beneficio económico futuro debido a su disposición. Cualquier utilidad o pérdida al retirar o disponer de una Propiedad de inversión es reconocida en el

Estado de Resultados en el ejercicio en el cual se retira o enajena.

Adicionalmente, se incluyen en este rubro activos por derecho de uso que surgen de la aplicación de NIIF 16, los cuales son depreciados en el plazo de los respectivos contratos de arrendamiento.

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

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

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

Los valores residuales de los activos, las vidas útiles y los métodos de depreciación son revisados a cada fecha de cierre, y ajustados si corresponde como un cambio en las estimaciones en forma prospectiva.

2.14 Activos intangibles y plusvalías

Los activos intangibles adquiridos separadamente son medidos al costo en el reconocimiento inicial. El costo de los activos intangibles adquiridos en una combinación de negocios es su valor justo a la fecha de adquisición.

Después de su reconocimiento inicial, los activos intangibles son registrados al costo, menos cualquier amortización acumulada y cualquier pérdida por deterioro acumulada. Los activos intangibles generados internamente son capitalizados siempre y cuando cumplan las condiciones de identificabilidad, control sobre el recurso en cuestión y existencia de beneficios económicos futuros y se realice durante la fase de desarrollo; de acuerdo a lo establecido en la NIC 38 “Activos Intangibles”. Si no se cumplen las condiciones mencionadas, el gasto es reflejado en el Estado de Resultados en el ejercicio en el cual el gasto es incurrido.

Las vidas útiles de los activos intangibles son evaluadas como finitas o indefinidas.

Los activos intangibles con vidas útiles finitas son amortizados linealmente durante la vida útil económica y su valor es evaluado cada vez que hay una indicación de que el activo intangible puede estar deteriorado. El período de amortización y el método de amortización de un activo intangible con una vida útil finita son revisados al menos al cierre de cada ejercicio financiero. Los cambios esperados en la vida útil o beneficios económicos futuros incluidos en el activo son tratados como cambios en

estimaciones contables. El gasto por amortización de activos intangibles con vidas finitas es reconocido en el Estado de Resultados dentro de gastos de administración.

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

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

Los intangibles identificados por Plaza S.A. y Filiales corresponden a plusvalía, marcas comerciales, proyectos informáticos y otros y licencias de programas informáticos adquiridas.

a) Plusvalía

A la fecha de la transición a las NIIF, la Compañía tomó la opción de no reemitir las combinaciones de negocios previas a esa fecha, en línea con lo permitido por la NIIF 1.

Posterior a la adopción, la plusvalía representa el exceso de la suma del valor de la contraprestación transferida

por la adquisición de una inversión en una filial o una asociada, sobre el valor razonable de los activos netos identificables a la fecha de adquisición.

Luego del reconocimiento inicial, la plusvalía es medida al costo menos cualquier pérdida acumulada por deterioro en el caso de corresponder.

La plusvalía relacionada con adquisiciones de filiales es sometida a pruebas de deterioro anuales. Para propósitos de las pruebas de deterioro, la plusvalía es asignada a las unidades generadoras de efectivo (o grupos de unidades generadoras de efectivo, o “UGEs”) que se espera se beneficiarán de las sinergias de una combinación de negocios.

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

b) Marcas comerciales

Actualmente, dado que las marcas comerciales no poseen fecha de expiración y pueden ser y existe la intención de ser utilizadas en forma indefinida, la Compañía ha determinado asignar a las marcas adquiridas en combinaciones de negocios una vida útil indefinida. Si fuera procedente, el cambio en la evaluación de vida útil de indefinida a definida es realizada en base prospectiva.

Las marcas se presentan a su costo histórico, menos cualquier pérdida por deterioro. Estos activos se some-

ten a pruebas de deterioro anualmente o cuando existen factores que indiquen una posible pérdida de valor.

c) *Proyectos informáticos y otros*

La implementación de proyectos informáticos y otros son capitalizados al valor de los costos incurridos en su ejecución los que se amortizan durante el plazo en que se estima producirán beneficios económicos futuros (5 años).

d) *Licencias de programas informáticos*

Las licencias adquiridas de programas informáticos son capitalizadas al valor de los costos incurridos en adquirirlas y prepararlas para usar los programas específicos. Estos costos se amortizan durante sus vidas útiles estimadas (3 a 10 años). Los costos de mantenimiento de programas informáticos se reconocen como gasto del ejercicio en que se incurren.

El siguiente es un resumen de las políticas aplicadas a los Activos Intangibles de Plaza S.A. y Filiales:

Categoría	Plusvalía	Marcas comerciales	Proyectos informáticos y otros	Licencias de programas informáticos
Vidas útiles	Indefinida	Indefinida	5 años	3 a 10 años
Método de amortización	-	-	Lineal	Lineal
Internamente generado o adquirido	Adquirido	Adquirido	Generado - Adquirido	Adquirido

Los valores residuales de los activos, las vidas útiles y los métodos de amortización son revisados a cada fecha de cierre y ajustados, si corresponde, como un cambio en las estimaciones en forma prospectiva.

2.15 Deterioro de los activos

A lo largo del ejercicio, y fundamentalmente en la fecha de cierre del mismo, se evalúa si existe algún indicio de que un activo hubiera podido sufrir una pérdida por deterioro. En caso de que exista algún indicio se realiza una estimación del monto recuperable de dicho activo para determinar, en su caso, el monto del deterioro. Si se trata de activos identificables que no generan flujos de caja de forma independiente, se estima la recuperabilidad de la unidad generadora de efectivo a la que pertenece el activo, entendiendo como tal el menor grupo identificable de activos que genera entradas de efectivo independiente. En el caso de las unidades generadoras de efectivo a las que se han asignado plusvalías compradas o activos intangibles con una vida útil indefinida, el análisis de su recuperabilidad se realiza de forma sistemática al cierre de cada ejercicio.

El monto recuperable es el mayor entre el valor razonable menos los costos necesarios para su venta y el valor en uso, entendiendo por éste el valor actual de los flujos de caja futuros estimados. Para el cálculo del valor de recuperación de la propiedad de inversión y del activo intangible, el valor en uso es el criterio utilizado por Plaza S.A. y Filiales en prácticamente la totalidad de los casos.

Para el caso de la inversión en asociadas, el deterioro es determinado para la plusvalía evaluando el monto recuperable de la unidad generadora de efectivo (o grupo de unidades generadoras de efectivo) al cual está relacionada la misma. Donde el monto recuperable de la unidad generadora de efectivo (o grupo de unidades generadoras de efectivo) es menor que el valor libro de la unidad generadora de efectivo (o grupo de unidades generadoras de efectivo) a las cuales se ha asignado plusvalía, se reconoce una pérdida por deterioro. Una pérdida por deterioro es asignada primero a la plusvalía para reducir su valor libro y luego a los otros activos de la unidad generadora de efectivo.

Las pérdidas por deterioro relacionadas con plusvalías no pueden ser reversadas en ejercicios futuros. Plaza S.A. y Filiales realizó su prueba de deterioro al 31 de diciembre de 2022.

2.16 Inversiones en asociadas

La inversión de Plaza S.A. y Filiales en sus empresas asociadas es contabilizada usando el método de la partici-

pación. Una asociada es una entidad en la cual Plaza S.A. tiene influencia significativa.

El método de participación (VP) consiste en registrar la participación en el Estado de Situación Financiera por la proporción de su patrimonio que representa la participación de Plaza S.A. y Filiales en su capital, más la plusvalía que se haya generado en la adquisición de la Sociedad.

Luego de la aplicación del método VP, Plaza S.A. y Filiales determina si es necesario reconocer una pérdida de deterioro adicional en la inversión en la asociada. Plaza S.A. y Filiales determina en cada ejercicio contable si hay alguna evidencia objetiva de que la inversión en la asociada se ha visto deteriorada. Si este es el caso, Plaza S.A. y Filiales calcula los montos de deterioro como la diferencia entre el monto recuperable de la asociada y el valor en libros y reconoce el monto en el Estado de Resultados.

2.17 Combinaciones de negocios y plusvalía

A la fecha de la transición a las NIIF, la Compañía tomó la opción de no reemitir las combinaciones de negocios previas a esa fecha, en línea con lo permitido por la NIIF 1. Posterior a la adopción, la plusvalía representa el exceso de la suma del valor de la contraprestación transferida por la adquisición de una inversión en una filial o una asociada, sobre el valor razonable de los activos netos identificables a la fecha de adquisición.

Las combinaciones de negocios son contabilizadas usando el método contable de adquisiciones. El costo de una adquisición es medido como el valor justo de los activos, instrumentos de patrimonio emitido y pasivos incurridos o asumidos en la fecha de cambio. Los activos y pasivos adquiridos y pasivos contingentes asumidos en una combinación de negocios son medidos inicialmente a valor justo a la fecha de adquisición, independientemente del alcance de cualquier participación no controladora.

La plusvalía es inicialmente medida al costo, siendo ésta el exceso del costo de la combinación de negocio sobre la participación de Plaza S.A. y Filiales en el valor justo neto de los activos, pasivos y pasivos contingentes identificables de la adquisición. Si el costo de adquisición es menor que el valor justo de los activos netos de las filiales adquiridas, la diferencia es reconocida directamente en el Estado de Resultados.

Luego del reconocimiento inicial, la plusvalía es medida al costo menos cualquier pérdida acumulada por deterioro.

Donde la plusvalía forma parte de una unidad generadora de efectivo (grupo de unidades generadoras de efectivo) y parte de la operación dentro de esa unidad es enajenada, la plusvalía asociada con la operación enajenada es incluida en el valor libro de la operación para determinar las utilidades o pérdidas por disposición de la operación. La plusvalía enajenada en esta circunstancia es medida en base a los valores relativos de la operación enajenada y la porción retenida de la unidad generadora de efectivo.

2.18 Ingresos diferidos

Los ingresos recibidos al inicio de un contrato de arriendo son diferidos en el plazo del contrato respectivo, de acuerdo a lo establecido en la NIIF 16 “Arrendamientos”.

2.19 Arrendamientos

A partir del 1 de enero de 2019, la NIIF 16 introduce un modelo de contabilización de los arrendamientos único y requiere que un arrendatario reconozca los activos y pasivos de todos los arrendamientos con una duración superior a 12 meses. Se requiere que un arrendatario reconozca un “activo por derecho de uso” que representa su derecho a usar el activo arrendado subyacente y un “pasivo por arrendamiento” que representa su obligación para hacer pagos por arrendamiento.

Un arrendamiento es un contrato o parte de un contrato que transmite el derecho de usar un activo por un ejercicio a cambio de una contraprestación, en el cual pueden o no transferirse sustancialmente todos los riesgos inherentes a la propiedad del activo subyacente.

Los activos por derecho de uso son expuestos en el rubro Propiedades, Planta y Equipo o Propiedades de Inversión, según corresponda, y los pasivos son expuestos como “Pasivos por arrendamientos” en el estado de situación financiera.

Las rentas de carácter contingente se reconocen como gasto del ejercicio en el que su pago resulta probable.

2.20 Reconocimiento de ingresos y gastos

Los ingresos ordinarios se reconocen por un monto que refleja la contraprestación recibida o a recibir, que la entidad tiene derecho a cambio de transferir servicios a un cliente. La entidad ha analizado y tomado en consideración todos los hechos y circunstancias relevantes al aplicar cada paso del modelo establecido por NIIF 15 a los contratos con sus clientes (identificación del contrato, identificar obligaciones de desempeño, determinar el precio de la transacción, asignar el precio, reconocer el ingreso).

Los ingresos y gastos se imputan en función del criterio del devengo, excepto los ingresos mínimos que surgen del arriendo de propiedad de inversión, los que son reconocidos linealmente durante la vigencia del contrato de arrendamiento, de acuerdo a lo indicado en NIIF 16 “Arrendamientos”.

Los ingresos de la explotación corresponden principalmente al arrendamiento y administración de los centros comerciales y se reconocen siempre que los beneficios provoquen un incremento en el patrimonio neto que no esté relacionado con los aportes de los propietarios de ese patrimonio y estos beneficios puedan ser valorados con fiabilidad. Los ingresos se valoran por el valor razonable de la contrapartida recibida o por recibir, derivada de los mismos. Sólo se reconocen ingresos derivados de la prestación de servicios cuando pueden ser estimados con fiabilidad en función del grado de realización de la

prestación del servicio a la fecha de los Estados Financieros.

Los gastos asociados a la operación de los “malls” son facturados y recuperados de los arrendatarios, principalmente como concepto de otras obligaciones emanadas del contrato (o “gasto común”), siendo un porcentaje menor de éstos asumidos como costo por la Sociedad. Dado que este concepto no genera margen para la Sociedad, se registra como costo de explotación solamente la parte no recuperada de los gastos. La parte recuperada no se registra como ingresos, costos de explotación o gastos de administración.

2.21 Ingresos financieros

Los ingresos financieros son reconocidos a medida que los intereses son devengados (usando el método de tasa efectiva de interés). El ingreso por intereses es incluido en ingresos financieros en el Estado de Resultados.

2.22 Provisión de deudores incobrables

Plaza S.A. y Filiales utilizan para la provisión de sus deudores incobrables los lineamientos de la NIIF 9 que establece que se debe considerar las pérdidas crediticias esperadas.

Las cuentas por cobrar correspondientes a deudores por venta y documentos por cobrar se presentan netas de provisiones por deudas incobrables, las que se determinaron en base a los saldos de deudores por venta y

documentos por cobrar al cierre de cada ejercicio, cuya cobrabilidad se estima improbable.

La Administración estima que dichas provisiones son suficientes y que los saldos netos son recuperables.

La Sociedad tiene como política constituir provisión por aquellos saldos de dudosa recuperabilidad determinada a base de un modelo que considera la antigüedad de las cuentas por cobrar y donde se consideran, además, antecedentes financieros, protestos, comportamiento histórico de pago, garantías recibidas y estimación de pérdidas crediticias esperadas con información prospectiva que considera, entre otros, información de las condiciones económicas futuras previstas para cada mercado en el cual participa la Sociedad.

Una vez agotadas todas las instancias extrajudiciales, o declarado el término del juicio, se procede al castigo de la cuenta por cobrar contra la provisión de deudores incobrables constituida.

2.23 Provisiones

Las obligaciones existentes a la fecha de los Estados Financieros, surgidas como consecuencia de sucesos pasados de los que pueden derivarse perjuicios patrimoniales de probable materialización para Plaza S.A. y Filiales, cuyo monto o momento de cancelación son inciertos, se registran en el Estado de Situación Financiera como provisiones por el valor actual del monto más probable que

se estima que se tendrá que desembolsar para cancelar la obligación.

Las provisiones se cuantifican teniendo en consideración la mejor información disponible a la fecha de la emisión de los Estados Financieros, sobre las consecuencias del suceso y son reestimadas en cada cierre contable posterior.

2.24 Impuesto a las ganancias

Los activos y pasivos tributarios son medidos al monto que se espera recuperar o pagar a las autoridades tributarias de cada país. Las tasas de impuesto y las leyes tributarias usadas para computar el monto son las promulgadas a la fecha del Estado de Situación Financiera.

El impuesto diferido es presentado usando el método del pasivo sobre diferencias temporales a la fecha del Estado de Situación Financiera entre la base tributaria de activos y pasivos y sus valores libro para propósitos de reporte financiero. Los activos por impuesto diferido son reconocidos por todas las diferencias temporales deducibles, incluidas las pérdidas tributarias, en la medida que es probable que existan utilidades imponibles contra las cuales las diferencias temporales deducibles y el arrastre de créditos tributarios no utilizados y pérdidas tributarias no utilizadas puedan ser recuperadas. El impuesto diferido relacionado con partidas reconocidas directamente en patrimonio es reconocido en patrimonio y no en el Estado de Resultados.

El valor libro de los activos por impuesto diferido es revisado a la fecha del Estado de Situación Financiera y reducido en la medida que ya no es probable que habrá suficientes utilidades imponibles disponibles para permitir que se use todo o parte del activo por impuesto diferido.

2.25 Dividendos

El artículo N° 79 de la Ley de Sociedades Anónimas de Chile establece que, salvo que los estatutos determinen otra cosa, las sociedades anónimas deberán distribuir anualmente como dividendo en dinero a sus accionistas, a prorrata de sus acciones o en la proporción que establezcan los estatutos si hubiere acciones preferidas, a lo menos el 30% de las utilidades líquidas de cada ejercicio, excepto cuando corresponda absorber pérdidas acumuladas provenientes de ejercicios anteriores. La Sociedad registra al cierre de cada año en la cuenta dividendos por pagar un pasivo por el 30% de las utilidades líquidas distribuibles, el que se registra contra la cuenta de Ganancias (Pérdidas) Acumuladas en el Estado de Cambios en el Patrimonio.

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

2.26 Información financiera por segmentos operativos

La información por segmentos se reporta de acuerdo a lo señalado en la NIIF 8 “Segmentos de Operación”, de manera consistente con los informes internos que son regularmente revisados por la Administración de Plaza S.A. y Filiales los que se han determinado de acuerdo a las principales actividades de negocio que desarrolla Plaza S.A. y Filiales siendo revisados regularmente por la Administración superior, con el objeto de medir rendimientos, evaluar riesgos y asignar recursos, y para la cual existe información disponible. En el proceso de determinación de segmentos reportables, ciertos segmentos han sido agrupados debido a que poseen características económicas similares. En Nota 26 se presenta información por Segmento.

2.27 Reclasificaciones

La Sociedad no ha efectuado reclasificaciones en los Estados Financieros reportados previamente al 31 de diciembre de 2021.

2.28 Nuevos pronunciamientos contables (NIIF e Interpretaciones del Comité de Interpretaciones de NIIF)

A la fecha de emisión de los presentes Estados Financieros Consolidados, se han publicado enmiendas, mejoras e interpretaciones a las normas existentes, que no han entrado en vigencia, éstas se detallan a continuación:

Mejoras y modificaciones		Fecha de aplicación obligatoria
NIC 8	Definición de estimados contables	1 de Enero de 2023
NIC 1	Revelación de políticas contables	1 de Enero de 2023
NIC 12	Impuestos diferidos relacionado con activos y pasivos que surgen de una sola transacción	1 de Enero de 2023
NIC 1	Clasificación de pasivos como corrientes o no corrientes	1 de Enero de 2024
NIIF 16	Pasivos por arrendamientos relacionados a ventas con arrendamiento posterior	1 de Enero de 2024
NIIF 10 y NIC 28	Estados Financieros Consolidados – venta o aportación de activos entre un inversor y su asociada o negocio conjunto	Por determinar

NIC 8 Políticas Contables, Cambios en las Estimaciones Contables y Errores – Definición de Estimados Contables

En febrero de 2021, el IASB emitió modificaciones a la NIC 8, en las que introduce una nueva definición de “estimaciones contables”. Las enmiendas aclaran la distinción entre cambios en estimaciones contables y cambios en las políticas contables y la corrección de errores. Además, aclaran cómo utilizan las entidades las técnicas de medición e insumos para desarrollar la contabilización de estimados.

La norma modificada aclara que los efectos sobre una estimación contable, producto de un cambio en un insumo o un cambio en una técnica de medición son cambios en las estimaciones contables, siempre que estas no sean el resultado de la corrección de errores de ejercicios anteriores. La definición anterior de un cambio en la estimación contable especificaba que los cambios en las estimaciones contables pueden resultar de nueva infor-

mación o nuevos desarrollos. Por lo tanto, tales cambios no son correcciones de errores.

La enmienda será efectiva para ejercicios anuales que comiencen a partir del 1 de enero 2023.

La Compañía estima que esta enmienda no tendrá impacto sobre sus estados financieros una vez entre en vigencia.

NIC 1 Presentación de los Estados Financieros - Revelación de Políticas Contables

En febrero de 2021, el IASB emitió modificaciones a la NIC 1 y a la Declaración de práctica de NIIF N°2 Realizar juicios de materialidad, en el que proporciona orientación y ejemplos para ayudar a las entidades a aplicar juicios de importancia relativa a las revelaciones de política contable.

Las modificaciones tienen como objetivo ayudar a las entidades a proporcionar revelaciones sobre políticas contables que sean más útiles por:

- Reemplazar el requisito de que las entidades revelen sus políticas contables “significativas” con el requisito de revelar sus políticas contables “materiales”.
- Incluir orientación sobre cómo las entidades aplican el concepto de materialidad en la toma de decisiones sobre revelaciones de políticas contables.

Al evaluar la importancia relativa de la información sobre políticas contables, las entidades deberán considerar tanto el tamaño de las transacciones como otros eventos o condiciones y la naturaleza de estos.

La enmienda será efectiva para ejercicios anuales que comiencen a partir del 1 de enero 2023. Se permite la aplicación anticipada de las modificaciones a la NIC 1 siempre que se revele este hecho.

La Compañía estima que esta enmienda no tendrá impacto sobre sus estados financieros una vez que entre en vigencia.

NIC 12 “Impuestos a las ganancias” - Impuesto diferido relacionado con activos y pasivos que surgen de una sola transacción

En mayo de 2021, el IASB emitió modificaciones a la NIC 12, que reducen el alcance de la excepción de reconocimiento inicial según la NIC 12, de modo que ya no se aplique a transacciones que dan lugar a diferencias temporarias imponibles y deducibles iguales.

Las modificaciones aclaran que cuando los pagos que liquidan un pasivo son deducibles a efectos fiscales, es cuestión de juicio (habiendo considerado la legislación fiscal aplicable) si dichas deducciones son atribuibles a efectos fiscales al pasivo reconocido en los estados financieros (y gastos por intereses) o al componente de activo relacionado (y gastos por intereses). Este juicio es importante para determinar si existen diferencias temporarias en el reconocimiento inicial del activo y pasivo.

Asimismo, conforme a las modificaciones emitidas, la excepción en el reconocimiento inicial no aplica a transacciones que, en el reconocimiento inicial, dan lugar a diferencias temporarias imponibles y deducibles iguales. Sólo aplica si el reconocimiento de un activo por arrendamiento y un pasivo por arrendamiento (o un pasivo por desmantelamiento y un componente del activo por desmantelamiento) dan lugar a diferencias temporarias imponibles y deducibles que no son iguales. No obstante, es posible que los activos y pasivos por impuestos diferidos resultantes no sean iguales (por ejemplo, si la entidad no puede beneficiarse de las deducciones fisca-

les o si se aplican tasas de impuestos diferentes a las diferencias temporarias imponibles y deducibles). En tales casos, una entidad necesitaría contabilizar la diferencia entre el activo y el pasivo por impuestos diferidos en resultados.

La enmienda será efectiva para períodos anuales que comiencen a partir del 1 de enero 2023.

Al 31 de diciembre de 2022, la Compañía ha evaluado la implementación de la nueva norma y ha estimado preliminarmente un incremento de sus activos de aproximadamente 0,02%, y un aumento neto del patrimonio de aproximadamente 0,04%.

NIC 1 “Presentación de Estados Financieros” - Clasificación de pasivos como corrientes o no corrientes

En 2020 y 2022, el IASB emitió enmiendas a la NIC 1 para especificar los requerimientos para la clasificación de los pasivos como corrientes o no corrientes. Las enmiendas clarifican acerca de:

1. Qué se entiende por derecho a aplazar la liquidación.
2. Que debe existir un derecho a aplazar al final del período sobre el que se informa.
3. Esa clasificación no se ve afectada por la probabilidad de que una entidad ejerza su derecho de aplazamiento.

4. Que sólo si un derivado implícito en un pasivo convertible es en sí mismo un instrumento de patrimonio, los términos de un pasivo no afectarían su clasificación.

Las enmiendas son efectivas para ejercicios que comiencen en o después del 1 de enero de 2024.

Las enmiendas deben aplicarse de forma prospectiva. La aplicación anticipada está permitida, la cual debe revelarse. Sin embargo, una entidad que aplique las enmiendas de 2020 anticipadamente también está obligada a aplicar las enmiendas de 2022, y viceversa.

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

NIIF 16 Pasivos por arrendamientos relacionados a ventas con arrendamiento posterior

La enmienda aborda los requisitos que utiliza un vendedor-arrendatario para medir el pasivo por arrendamiento que surge en una transacción de venta con arrendamiento posterior.

La enmienda establece que después de la fecha de inicio de una transacción de venta con arrendamiento posterior, el vendedor-arrendatario aplica los párrafos 29 al 35 de NIIF 16 al activo por derecho de uso que surge del arrendamiento posterior y los párrafos 36 al 46 de NIIF 16 al pasivo por arrendamiento que surge del arrendamiento posterior. Al aplicar los párrafos 36 al 46 de NIIF 16,

el vendedor-arrendatario determina los “pagos de arrendamiento” o los “pagos de arrendamiento revisados” de tal manera que el vendedor-arrendatario no reconocería ningún importe de ganancia o pérdida relacionada con el derecho de uso que esta conserva. La aplicación de estos requisitos no impide que el vendedor-arrendatario reconozca, en resultados, cualquier ganancia o pérdida relacionada con el cese parcial o total de un arrendamiento, tal cual requiere el párrafo 46(a) de la NIIF 16.

La enmienda no prescribe requisitos de medición específicos para los pasivos por arrendamiento que surgen de un arrendamiento posterior. La medición inicial del pasivo por arrendamiento que surge de un arrendamiento posterior puede dar lugar a que el vendedor-arrendatario determine “pagos por arrendamiento” que son diferentes de la definición general de pagos por arrendamiento en el Apéndice A de NIIF 16. El vendedor-arrendatario deberá desarrollar y aplicar una política contable que da como resultado información que es relevante y confiable de acuerdo con NIC 8.

Un vendedor-arrendatario aplica la enmienda a los períodos de presentación de informes anuales que comiencen a partir del 1 de enero de 2024. Se permite la aplicación anticipada y ese hecho debe revelarse. Un vendedor-arrendatario aplica la enmienda de forma retroactiva de acuerdo con NIC 8 a las transacciones de venta con arrendamiento posterior realizadas después de la fecha de aplicación inicial (es decir, la modificación no se aplica a las transacciones de venta con arrendamiento posterior realizadas antes de la fecha de aplica-

ción inicial). La fecha de aplicación inicial es el comienzo del período anual sobre el que se informa en el que una entidad aplicó por primera vez la norma NIIF 16.

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

NIC 28 “Inversiones en Asociadas y Negocios Conjuntos”, NIIF 10 “Estados Financieros Consolidados”- Venta o aportación de activos entre un inversor y su asociada o negocio conjunto

Las enmiendas a NIIF 10 “Estados Financieros Consolidados” y NIC 28 “Inversiones en Asociadas y Negocios Conjuntos (2011)” abordan una inconsistencia reconocida entre los requerimientos de NIIF 10 y los de NIC 28 (2011) en el tratamiento de la venta o la aportación de activos entre un inversor y su asociada o negocio conjunto.

Las enmiendas, emitidas en septiembre de 2014, establecen que cuando la transacción involucra un negocio (tanto cuando se encuentra en una Filial o no) se reconoce toda la ganancia o pérdida generada. Se reconoce una ganancia o pérdida parcial cuando la transacción involucra activos que no constituyen un negocio, incluso cuando los activos se encuentran en una Filial.

La fecha de aplicación obligatoria de estas enmiendas está por determinar debido a que el IASB está a la espera de los resultados de su proyecto de investigación sobre la contabilización según el método de participación patrimonial. Estas enmiendas deben ser aplicadas en for-

ma retrospectiva y se permite la adopción anticipada, lo cual debe ser revelado.

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

3. ESTIMACIONES Y APLICACIÓN DEL CRITERIO PROFESIONAL

En la preparación de los Estados Financieros Consolidados, se han utilizado determinadas estimaciones y supuestos realizados por la Administración de Plaza S.A. y sus Filiales, para cuantificar algunos activos, pasivos, ingresos, gastos y compromisos que figuran registrados en ellos. Las Normas también exigen a la Administración que ejerza su juicio en el proceso de aplicación de las políticas contables de la Sociedad.

A continuación, se revelan las áreas que implican un mayor grado de juicio o complejidad o las áreas donde los supuestos y estimaciones son materiales para los Estados Financieros Consolidados:

- Vida útil de la propiedad de inversión.
- Estimación de incobrables de deudores comerciales y otras cuentas por cobrar.
- Estimación de impuestos recuperables y diferidos.
- Estimación de deterioro de activos no corrientes.
- Cálculo de bonos de ejecutivos.

- Hipótesis utilizadas para el cálculo del valor razonable de las propiedades de inversión, instrumentos financieros y derivados.
- Cálculo de linealización de ingresos mínimos en contratos de arriendo.

Estas estimaciones se han realizado en función de la información disponible a la fecha de emisión de los presentes Estados Financieros Consolidados, por lo que es posible que acontecimientos que puedan tener lugar en el futuro, no detectados a esta fecha, obliguen a modificarlas en los próximos ejercicios, lo que se haría en forma prospectiva, reconociendo los efectos del cambio de estimación en los correspondientes Estados Financieros Consolidados futuros.

4. EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO

La composición de los saldos de efectivo y equivalentes al efectivo es la siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Caja	9.095	11.035
Banco	30.057.143	29.113.672
Depósitos a plazo	271.551.958	95.886.963
Fondos mutuos	144.298	14.355
Total de efectivo y equivalentes al efectivo	301.762.494	125.026.025

Efectivo y equivalentes al efectivo por moneda:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Pesos chilenos - no reajustables	289.539.614	112.915.008
Dólares estadounidenses	2.108.486	697.570
Pesos colombianos	9.836.332	10.305.385
Nuevos soles peruanos	278.062	1.108.062
Total de efectivo y equivalentes al efectivo	301.762.494	125.026.025

Saldos de efectivo significativos no disponibles

Al 31 de diciembre de 2022 y 2021, la Sociedad no presenta restricciones de efectivo y equivalentes al efectivo.

5. OTROS ACTIVOS NO FINANCIEROS

La composición de los otros activos no financieros corrientes y no corrientes es la siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
IVA crédito fiscal	15.441.263	9.993.897
Linealización ingresos mínimos contratos de arriendo (1)	4.415.539	5.028.971
Pólizas de seguros	1.815.686	1.281.851
Otros	17.933	21.516
Total corriente	21.690.421	16.326.235
Linealización ingresos mínimos contratos de arriendo (1)	20.157.153	18.978.357
Anticipo opción (2)	-	20.664.000
Total no corriente	20.157.153	39.642.357

- (1) Corresponden al reconocimiento en forma lineal de los ingresos procedentes de arrendamientos, según lo establece NIIF 16 “Arrendamientos”.
- (2) Al 31 de diciembre de 2021, corresponde a un contrato de opción de compra en un proyecto de una filial, de los cuales se han entregado anticipos para futuros negocios. Con fecha 29 de junio de 2022, Mallplaza ejerció su opción de retracto a participar en el proyecto conforme a lo establecido en el contrato, y tiene derecho a que se le restituyan los anticipos otorgados en el plazo de 90 días, los cuales fueron reclasificados al rubro “Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes”.

6. DEUDORES COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR COBRAR

Estos saldos corresponden principalmente a arriendos y garantías de arriendos por cobrar a locatarios.

a) La composición de los deudores corrientes y no corrientes es la siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2022			Al 31 de diciembre de 2021		
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	Activos antes de provisiones M\$	Provisiones deudores comerciales M\$	Activos por deudores comerciales netos M\$	Activos antes de provisiones M\$	Provisiones deudores comerciales M\$	Activos por deudores comerciales netos M\$
Deudores por operaciones de crédito	70.375.256	(5.153.559)	65.221.697	62.239.796	(8.660.588)	53.579.208
Documentos por cobrar	15.449.276	(2.622.441)	12.826.835	20.064.949	(2.365.152)	17.699.797
Deudores varios (1)	23.783.845	(2.299.787)	21.484.058	3.208.932	-	3.208.932
Total corrientes	109.608.377	(10.075.787)	99.532.590	85.513.677	(11.025.740)	74.487.937
Aportes reembolsables	3.611.787	-	3.611.787	3.086.445	-	3.086.445
Documentos por cobrar	7.736.397	(8.872)	7.727.525	3.445.690	(840.771)	2.604.919
Total no corrientes	11.348.184	(8.872)	11.339.312	6.532.135	(840.771)	5.691.364

(1) Al 31 de diciembre de 2022, incluye el derecho a que se le restituyan anticipos otorgados por un proyecto que la Sociedad ejerció su opción de retracto en el mes de junio de 2022. Con fecha 13 y 14 de diciembre de 2022, se iniciaron demandas ejecutivas, reclamando la restitución de los anticipos otorgados y la ejecución de las garantías existentes.

Se incluye en el rubro cuentas por cobrar no corrientes, pagarés en unidades de fomento correspondientes a la porción de largo plazo de garantías de arriendo por cobrar a los operadores y otros derechos por cobrar.

No existe riesgo asociado a las cuentas por cobrar distintos de la incobrabilidad (variación UF o tasa de interés).

b) Los movimientos en la provisión de deudores incobrables fueron los siguientes:

	Al 31 de diciembre de 2022	Al 31 de diciembre de 2021
	M\$	M\$
Saldo inicial	11.866.511	15.952.312
Provisión cartera no repactada	5.740.495	4.353.320
Provisión cartera repactada	2.096.953	989.989
Castigos del ejercicio	(5.008.507)	(422.627)
Recuperos del ejercicio	(4.539.758)	(9.048.748)
Ajuste de conversión	(71.035)	42.265
Subtotal	(1.781.852)	(4.085.801)
Total Provisión	10.084.659	11.866.511

c) La cartera protestada y en cobranza judicial es la siguiente:

Cartera protestada y en cobranza judicial	Al 31 de diciembre de 2022			Al 31 de diciembre de 2021		
	Documentos por cobrar protestados	Documentos por cobrar en cobranza judicial	Total documentos protestados y en cobranza judicial	Documentos por cobrar protestados	Documentos por cobrar en cobranza judicial	Total documentos protestados y en cobranza judicial
Número clientes cartera protestada o en cobranza judicial	19	54	73	17	106	123
Cartera protestada o en cobranza judicial (M\$)	437.397	1.883.761	2.321.158	203.808	4.787.249	4.991.057

d) Análisis de vencimientos:

Estratificación de la cartera	Número clientes cartera no repactada	Cartera no repactada bruta M\$	Número clientes cartera repactada	Cartera repactada bruta M\$	Total cartera bruta M\$
No vencido y no deteriorado	739	62.922.031	38	10.756.243	73.678.274
Entre 1 y 30 días	184	6.239.304	20	736.515	6.975.819
Entre 31 y 60 días	116	2.832.296	6	416.268	3.248.564
Entre 61 y 90 días	65	1.390.551	3	236.705	1.627.256
Entre 91 y 120 días	65	3.090.422	2	23.142.824	26.233.246
Entre 121 y 150 días	46	1.903.435	3	82.094	1.985.529
Entre 151 y 180 días	65	673.584	1	40.574	714.158
Entre 181 y 210 días	27	509.571	5	55.537	565.108
Entre 211 y 250 días	23	475.286	2	57.930	533.216
Más de 250 días	988	4.744.453	17	650.938	5.395.391
Total al 31 de diciembre de 2022	2.318	84.780.933	97	36.175.628	120.956.561

Estratificación de la cartera	Número clientes cartera no repactada	Cartera no repactada bruta M\$	Número clientes cartera repactada	Cartera repactada bruta M\$	Total cartera bruta M\$
No vencido y no deteriorado	546	60.485.538	4	11.112.787	71.598.325
Entre 1 y 30 días	207	4.290.999	4	147.786	4.438.785
Entre 31 y 60 días	116	2.466.993	9	72.927	2.539.920
Entre 61 y 90 días	53	1.786.221	6	46.768	1.832.989
Entre 91 y 120 días	49	1.388.560	2	24.100	1.412.660
Entre 121 y 150 días	39	1.155.197	7	54.192	1.209.389
Entre 151 y 180 días	31	548.928	1	42.932	591.860
Entre 181 y 210 días	21	591.336	3	41.497	632.833
Entre 211 y 250 días	32	473.778	6	55.823	529.601
Más de 250 días	1.035	6.086.492	61	1.172.958	7.259.450
Total al 31 de diciembre de 2021	2.129	79.274.042	103	12.771.770	92.045.812

7. REVELACIONES DE PARTES RELACIONADAS

7.1 Cuentas por cobrar empresas relacionadas

Los saldos por este concepto al 31 de diciembre de 2022 y 2021, son los siguientes:

Corrientes

Sociedad	RUT	País	Naturaleza de la relación	Tipo de moneda	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Agencia de Seguros Falabella Ltda. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	7	1.000
Autokas S.A.(1)	76.242.341-3	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	1.190	-
Banco Falabella S.A.(1)	96.509.660-4	Chile	Matriz común	Peso chileno	469.076	12.586
Blue Express S.A.(1)	96.938.840-5	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	3.570	-
Deportes Sparta Ltda. (1)	76.074.938-9	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	154.742	380.738
Derco SpA. (1)	94.141.000-6	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	-	57.474
Dercocenter SpA. (1)	82.995.700-0	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	1.276	45.026
Falabella de Colombia S.A. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	629	-
Falabella Retail S.A. (1)	77.261.280-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	3.790.086	264.288
Falabella S.A.(4)	90.749.000-9	Chile	Matriz de matriz	Peso chileno	64.932.765	-
Falabella.com SpA. (1)	76.212.492-0	Chile	Matriz común	Peso chileno	15.525	26.101
Gemma Negocios SAC (2)	0-E	Perú	Asociada	Dólar estadounidense	146	6.436
Hipermercados Tottus S.A. (1)	78.627.210-6	Chile	Matriz común	Peso chileno	827.362	700.184
Ikso SpA. (1)	76.993.859-1	Chile	Matriz común	Peso chileno	334.099	178.165
Ikso S.A.S. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	540	-
Banco Falabella S.A. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	4.388	-
Linio Colombia S.A.S. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	4.044	-
Mall Plaza Inmobiliaria S.A. (2)	0-E	Perú	Asociada	Dólar estadounidense	358	109.765
Mall Plaza Perú S.A. (2)	0-E	Perú	Asociada	Dólar estadounidense	2.639.100	2.070.471
Promotora Chilena de Café Colombia S.A. (1)	76.000.935-0	Chile	Matriz común	Peso chileno	96.271	37.155
Seguros Falabella Corredores Ltda. (1)	77.099.010-6	Chile	Matriz común	Peso chileno	-	4.004
Servicios Falabella SpA. (1)	77.070.342-5	Chile	Matriz común	Peso chileno	-	1.206
Sodimac Colombia S.A. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	18	16.124
Sodimac S.A. (1)	96.792.430-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	1.011.660	1.372.417
Total					74.286.852	5.283.140

No Corrientes

Sociedad	RUT	País	Naturaleza de la relación	Tipo de moneda	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Ejecutivos (3)	0-E	Chile	Personal clave	Peso chileno	4.133.178	2.136.011
Total					4.133.178	2.136.011

Se detallan a continuación las condiciones de los saldos por cobrar con empresas relacionadas:

- (1) Corresponden a arriendos, gastos comunes, servicios, gastos varios y/o asesorías prestadas entre partes relacionadas. Estas operaciones no generan intereses y su condición de pago es generalmente 30 días.
- (2) Corresponden a operaciones del giro social pactadas en moneda extranjera, amparadas en un contrato de servicios. Estas operaciones se presentan al tipo de cambio de cierre.
- (3) Corresponde a préstamos por plan de incentivos a ejecutivos.
- (4) Corresponde a contrato de cuenta corriente mercantil con Falabella S.A., a una tasa spread 0,4% más TAB nominal diaria.

7.2 Cuentas por pagar empresas relacionadas

Los saldos por este concepto al 31 de diciembre de 2022 y 2021, son los siguientes:

Corrientes

Sociedad	RUT	País	Naturaleza de la relación	Tipo de moneda	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Administradora de Servicios Computacionales y de Crédito CMR Falabella Ltda. (3)	79.598.260-4	Chile	Matriz común	Peso chileno	-	64.682
Agencia de Seguros Falabella Ltda. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	428	-
Megamedia S.A. (3)	76.185.964-1	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	-	55.837
Falabella de Colombia S.A. (3)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	450	1.843
Falabella Retail S.A. (3)	77.261.280-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	11.448	77.606
Falabella S.A.(3)	90.749.000-9	Chile	Matriz de matriz	Peso chileno	532.278	235.237
Falabella Servicios S.A.S. (1)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	48.142	33.966
Falabella Tecnología Corporativa Limitada (3)	77.612.410-9	Chile	Matriz común	Peso chileno	1.075.713	1.598.898
Mall Plaza Inmobiliaria S.A. (2)	0-E	Perú	Asociada	Dólar estadounidense	54.271	-
Mall Plaza Perú S.A. (2)	0-E	Perú	Asociada	Dólar estadounidense	272.257	448.213
Mall Plaza Perú S.A. (2)	0-E	Perú	Asociada	Nuevo sol peruano	2.894	35.759
Megamedia Radio S.A.(3)	78.794.060-9	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	8.869	9.319
Falabella Corporativo Perú S.A.C. (3)	0-E	Perú	Matriz común	Nuevo sol peruano	7.463	-
Promotora Chilena de Café Colombia S.A. (1)	76.000.935-0	Chile	Matriz común	Peso chileno	17.796	196
Servicios Falabella SpA. (1)	77.070.342-5	Chile	Matriz común	Peso chileno	535.786	514.302
Servicios Falabella SpA. (1)	77.070.342-5	Chile	Matriz común	Dólar estadounidense	131.130	12.330
Sodimac S.A. (3)	96.792.430-K	Chile	Matriz común	Peso chileno	284	12.810
Sodimac Colombia S.A. (3)	0-E	Colombia	Matriz común	Peso colombiano	2.042	-
Deportes Sparta Ltda. (1)	76.074.938-9	Chile	Otras partes relacionadas	Peso chileno	6	-
Total					2.701.257	3.100.998

No Corrientes

Sociedad	RUT	País	Naturaleza de la relación	Tipo de moneda	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Falabella S.A.(4)	90.749.000-9	Chile	Matriz de matriz	Peso chileno	32.714.418	33.191.476
Total					32.714.418	33.191.476

Se detallan a continuación las condiciones de los saldos por pagar con empresas relacionadas:

- (1) Corresponden a arriendos, gastos comunes, servicios, gastos varios y/o asesorías prestadas entre partes relacionadas. Estas operaciones no generan intereses y su condición de pago es generalmente 30 días.
- (2) Corresponden a operaciones del giro social pactadas en moneda extranjera, amparadas en un contrato de servicios. Estas operaciones se presentan al tipo de cambio de cierre.
- (3) Corresponden a servicios de publicidad, mantención de software, compra de activos y otros. Estas operaciones no generan intereses y su condición de pago es generalmente 30 días.
- (4) Corresponde a contrato con Falabella S.A. a tasa fija de 3,07% con vencimiento 15 de julio de 2024.

7.3 Transacciones

Las transacciones con entidades relacionadas no consolidadas y sus efectos en los estados de resultados de los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2022 y 2021, son los siguientes:

Sociedad	RUT	Naturaleza de la relación	País	Descripción de la transacción	Tipo de Moneda	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de 2022		Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de 2021	
						Monto M\$	Efecto Resultado M\$	Monto M\$	Efecto Resultado M\$
Agencia de Seguros Falabella Ltda.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	23.198	19.494	5.955	5.004
Administradora de Servicios Computacionales y de Crédito CMR Falabella Ltda.	79.598.260-4	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	13.871	11.656	-	-
Administradora de Servicios Computacionales y de Crédito CMR Falabella Ltda.	79.598.260-4	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	59.320	(49.399)	8.992	(83.141)
Alto S.A.	99.594.430-8	Otras partes relacionadas	Chile	Gastos varios	Peso chileno	-	-	4.594	(4.594)
Autokas S.A.	76.242.341-3	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	24.697	20.754	-	-
Banco Falabella S.A.	96.509.660-4	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	4.515.686	4.178.283	3.989.457	3.720.720
Banco Falabella S.A.S.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	131.921	112.524	114.512	96.681
Bethia Comunicaciones S.A.	76.185.964-1	Otras partes relacionadas	Chile	Publicidad	Peso chileno	-	-	109.655	(101.062)
Blue Express S.A.	96.938.840-5	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	5.145	4.323	-	-
Deportes Sparta Ltda.	76.074.938-9	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	2.724.132	2.359.601	2.432.825	2.080.634
Derco SpA.	94.141.000-6	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	678.047	573.362	452.544	382.016
Dercocenter SpA.	82.995.700-0	Otras partes relacionadas	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	2.362.331	1.985.236	1.478.856	1.238.976
Falabella de Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	2.225.028	1.870.995	2.018.958	1.697.782
Falabella de Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	9.831	(6.859)	12.417	(1.692)
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	41.838.517	37.277.608	33.686.277	29.783.063
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	-	-	4.241	(4.241)
Falabella Retail S.A.	77.261.280-K	Matriz común	Chile	Publicidad	Peso chileno	-	-	13.629	-
Falabella S.A.	90.749.000-9	Matriz de matriz	Chile	Cta Cte mercantil	Peso chileno	64.932.765	4.932.765	-	-
Falabella S.A.	90.749.000-9	Matriz de matriz	Chile	Deuda	Peso chileno	1.018.282	(1.018.282)	62.694.368	(575.710)
Falabella S.A.	90.749.000-9	Matriz de matriz	Chile	Gastos varios	Peso chileno	19.303	(19.303)	-	-
Falabella Servicios S.A.S.	0-E	Matriz común	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	137.268	(129.622)	33.923	(33.923)
Falabella Tecnología Corporativa Limitada	77.612.410-9	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	1.550.453	(1.179.047)	1.894.825	(1.658.713)
Falabella Corporativo Perú S.A.C.	0-E	Otras partes relacionadas	Perú	Gastos varios	Nuevo sol peruano	7.602	(7.602)	-	-

Las transacciones con entidades relacionadas no consolidadas y sus efectos en los estados de resultados de los ejercicios terminados al 31 de diciembre de 2022 y 2021, son los siguientes:

Sociedad	RUT	Naturaleza de la relación	País	Descripción de la transacción	Tipo de Moneda	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de 2022		Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de 2021	
						Monto M\$	Efecto Resultado M\$	Monto M\$	Efecto Resultado M\$
Gemma Negocios SAC.	0-E	Asociada	Perú	Servicios cobrados	Dólar estadounidense	1.699	(1.699)	6.478	6.478
Hipermercados Tottus S.A.	78.627.210-6	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	9.028.746	8.253.340	8.211.881	7.434.335
Hipermercados Tottus S.A.	78.627.210-6	Matriz común	Chile	Activo Fijo	Peso chileno	136.691	-	-	-
Ikso SpA.	76.993.859-1	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	190.791	145.030	178.165	178.165
Falabella.Com SpA.	76.212.492-0	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	82.076	68.971	33.696	31.591
Megamedia S.A.	76.185.964-1	Otras partes relacionadas	Chile	Publicidad	Peso chileno	160.092	(143.446)	-	-
Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	0-E	Asociada	Perú	Arriendos y otros	Dólar estadounidense	83.209	83.209	-	-
Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	0-E	Asociada	Perú	Gastos varios	Dólar estadounidense	63.891	(50.900)	4.416	(4.416)
Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	0-E	Asociada	Perú	Servicios cobrados	Dólar estadounidense	234.337	(207.111)	111.600	111.600
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Asociada	Perú	Arriendos y otros	Dólar estadounidense	250.440	(276.588)	1.070.396	(954.612)
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Asociada	Perú	Arriendos y otros	Nuevo sol peruano	1.161.076	(922.293)	-	-
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Asociada	Perú	Servicios cobrados	Dólar estadounidense	128.484	128.484	2.297.512	2.297.512
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Asociada	Perú	Gastos varios	Dólar estadounidense	2.884.579	2.215.888	67.938	(67.938)
Mall Plaza Perú S.A.	0-E	Asociada	Perú	Gastos varios	Nuevo sol peruano	83.209	83.209	-	-
Megamedia Radio S.A.	78.794.060-9	Otras partes relacionadas	Chile	Publicidad	Peso chileno	4.012	(4.659)	19.136	(16.894)
Open Plaza Chile SpA.	77.110.043-0	Matriz común	Chile	Servicios cobrados	Peso chileno	-	-	2.499	-
Promotora Chilena de Café Colombia S.A.	76.000.935-0	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	534.538	455.630	319.148	270.951
Promotora Chilena de Café Colombia S.A.	76.000.935-0	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	974	(818)	548	(548)
Rentas Hoteleras SpA.	76.201.304-5	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	11.865	(10.216)	3.938	(3.327)
Servicios Falabella SpA.	77.070.342-5	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	15.506	13.030	13.986	11.753
Servicios Falabella SpA.	77.070.342-5	Matriz común	Chile	Gastos varios	Dólar estadounidense	134.288	(134.288)	-	-
Servicios Falabella SpA.	77.070.342-5	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	1.005.653	(1.005.653)	1.179.919	(1.153.374)
Seguros Falabella Corredores Ltda.	77.099.010-6	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	15.745	13.231	10.511	9.129
Sodimac Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	1.516.473	1.274.347	1.270.661	1.067.783
Sodimac Colombia S.A.	0-E	Matriz común	Colombia	Gastos varios	Peso colombiano	1.075	(903)	6.528	(5.485)
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Matriz común	Chile	Arriendos y otros	Peso chileno	13.494.077	12.423.977	12.644.461	11.593.452
Sodimac S.A.	96.792.430-K	Matriz común	Chile	Gastos varios	Peso chileno	-	-	214.607	(180.342)
Linio Colombia S.A.S.	0-E	Matriz común	Colombia	Arriendos y otros	Peso colombiano	8.196	6.887	-	-
Ejecutivos	0-E	Personal clave	Chile	Programa de incentivos a largo plazo	Peso chileno	1.997.167	144.058	2.136.011	34.861

7.4 Compensación del personal clave de Plaza S.A. y Filiales

Personal clave se define como aquellas personas que poseen la autoridad y responsabilidad respecto de la planificación, dirección y control de las actividades de Plaza S.A. y Filiales. A continuación, se presenta por categoría el gasto por compensaciones recibidas por el personal clave de la Administración:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022	2021
	M\$	M\$
Remuneraciones recibidas por la gerencia	10.834.924	7.939.059
Dietas a Directores	561.702	457.381
Compensación total al personal clave	11.396.626	8.396.440

8. ACTIVOS POR IMPUESTOS

La composición de los activos por impuestos es la siguiente:

	Al 31 de diciembre	Al 31 de diciembre
	de 2022	de 2021
	M\$	M\$
Impuesto a la renta por recuperar	4.615.574	7.002.553
P.P.M Obligatorios (saldo neto de impuesto a la renta)	4.765.995	3.956.109
Crédito por Donaciones	215.418	247.867
Crédito por Capacitación	128.163	105.572
Otros impuestos por recuperar (*)	5.184.126	11.650.880
Total	14.909.276	22.962.981
Corrientes	9.959.056	12.502.404
No corrientes	4.950.220	10.460.577
Saldo al cierre	14.909.276	22.962.981

(*) Incluye beneficios de acuerdo a lo establecido en la Ley N° 19.420 de Incentivo para el desarrollo de las Provincias de Arica y Parinacota.

9. INVERSIÓN EN ASOCIADA

Al 31 de diciembre de 2022 y 2021, Plaza S.A. mantiene una inversión indirecta en la Sociedad Mall Plaza Perú S.A., en donde posee un 33,33%. Mall Plaza Perú S.A. es una entidad privada, dedicada a la administración de centros comerciales con domicilio en la República del Perú.

La moneda funcional de la inversión es el nuevo sol peruano.

La siguiente tabla ilustra la información financiera resumida de la inversión en Mall Plaza Perú S.A.

a) Detalle de Inversión en empresas asociadas:

	Al 31 de diciembre de 2022	Al 31 de diciembre de 2021
	M\$	M\$
Valor Participación	73.877.424	68.460.754
Menor valor generado en venta implícita del 20% de participación	21.476.275	20.279.852
Valor libro de la inversión	95.353.699	88.740.606

	Al 31 de diciembre de 2022	Al 31 de diciembre de 2021
Información resumida del Estado de Situación Financiera de la empresa asociada:	M\$	M\$
Activos Corrientes	30.664.116	35.072.809
Activos no Corrientes	345.083.319	324.532.735
Pasivos Corrientes	(53.534.210)	(18.037.066)
Pasivos no Corrientes	(100.558.787)	(136.165.676)
Activos netos	221.654.438	205.402.802

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de 2022 M\$	2021 M\$
Información resumida de los resultados de la empresa asociada:	M\$	M\$
Ingresos ordinarios	40.181.074	26.413.041
Resultado del ejercicio	4.124.375	694.396
Participación en resultado	1.374.654	231.442

b) Movimientos de la participación en inversión:

El movimiento de la participación en empresas asociadas es el siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2022	Al 31 de diciembre de 2021
Movimientos:	M\$	M\$
Saldo inicial	88.740.606	81.982.675
Participación en resultado del ejercicio	1.374.654	231.442
Diferencia de conversión	5.238.439	6.526.489
Movimientos del ejercicio	6.613.093	6.757.931
Saldo al cierre	95.353.699	88.740.606

10. ACTIVOS INTANGIBLES Y PLUSVALÍA

Los movimientos del ejercicio de los activos intangibles y plusvalías son los siguientes:

Costo	Marcas Comerciales	Licencias de programas Informáticos	Proyectos Informáticos y Otros	Total Intangibles	Plusvalía
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2022					
Saldo inicial	891.578	5.786.070	4.065.229	10.742.877	357.778
Total saldo inicial	891.578	5.786.070	4.065.229	10.742.877	357.778
Movimientos del ejercicio					
Adiciones	-	-	1.570.129	1.570.129	-
Bajas	-	-	(6.278)	(6.278)	-
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	3.441.234	(1.719.269)	1.721.965	-
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	(31.219)	(79.148)	(110.367)	-
Total movimientos del ejercicio	-	3.410.015	(234.566)	3.175.449	-
Total al 31 de diciembre de 2022	891.578	9.196.085	3.830.663	13.918.326	357.778
Amortización	Marcas Comerciales	Licencias de programas Informáticos	Proyectos Informáticos y Otros	Total Intangibles	Plusvalía
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2022					
Saldo inicial	-	(4.344.058)	(2.567.052)	(6.911.110)	-
Total saldo inicial	-	(4.344.058)	(2.567.052)	(6.911.110)	-
Movimientos del ejercicio					
Amortización del ejercicio	-	(1.738.262)	(130.169)	(1.868.431)	-
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	(497.798)	497.798	-	-
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	21.896	56.827	78.723	-
Total movimientos del ejercicio	-	(2.214.164)	424.456	(1.789.708)	-
Total al 31 de diciembre de 2022	-	(6.558.222)	(2.142.596)	(8.700.818)	-
Saldo Neto al 31 de diciembre de 2022	891.578	2.637.863	1.688.067	5.217.508	357.778

Costo	Marcas Comerciales	Licencias de programas Informáticos	Proyectos Informáticos y Otros	Total Intangibles	Plusvalía
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2021					
Saldo inicial	891.578	5.147.637	4.119.274	10.158.489	357.778
Total saldo inicial	891.578	5.147.637	4.119.274	10.158.489	357.778
Movimientos del ejercicio					
Adiciones	-	-	47.214	47.214	-
Bajas	-	(734.179)	(479.920)	(1.214.099)	-
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	1.366.036	377.225	1.743.261	-
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	6.576	1.436	8.012	-
Total movimientos del ejercicio	-	638.433	(54.045)	584.388	-
Total al 31 de diciembre de 2021	891.578	5.786.070	4.065.229	10.742.877	357.778
Amortización	Marcas Comerciales	Licencias de programas Informáticos	Proyectos Informáticos y Otros	Total Intangibles	Plusvalía
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2021					
Saldo inicial	-	(3.128.970)	(2.438.712)	(5.567.682)	-
Total saldo inicial	-	(3.128.970)	(2.438.712)	(5.567.682)	-
Movimientos del ejercicio					
Amortización del ejercicio	-	(1.413.277)	(129.575)	(1.542.852)	-
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	(6.263)	6.263	-	-
Bajas	-	207.182	-	207.182	-
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	(2.730)	(5.028)	(7.758)	-
Total movimientos del ejercicio	-	(1.215.088)	(128.340)	(1.343.428)	-
Total al 31 de diciembre de 2021	-	(4.344.058)	(2.567.052)	(6.911.110)	-
Saldo Neto al 31 de diciembre de 2021	891.578	1.442.012	1.498.177	3.831.767	357.778

11. PROPIEDADES, PLANTA Y EQUIPO

a) Los movimientos de las propiedades, planta y equipo, son los siguientes:

Costo	Proyectos en curso	Edificios	Planta, equipos y accesorios	Instalaciones	Vehículos de Motor	Activos por derechos de uso	Total Propiedades, planta y equipo
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2022							
Saldo inicial	909.593	2.898.814	1.163.053	735.308	32.100	42.923	5.781.791
Total saldo inicial	909.593	2.898.814	1.163.053	735.308	32.100	42.923	5.781.791
Movimientos del ejercicio							
Adiciones	606.171	-	-	-	-	-	606.171
Bajas	-	-	(231.379)	(69.744)	-	(42.314)	(343.437)
Transferencia (a) / desde otros rubros	(636.415)	-	184.457	21.104	-	-	(430.854)
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	(1.794)	-	(50.550)	(4.748)	-	(613)	(57.705)
Total movimientos del ejercicio	(32.038)	-	(97.472)	(53.388)	-	(42.927)	(225.825)
Total al 31 de diciembre de 2022	877.555	2.898.814	1.065.581	681.920	32.100	(4)	5.555.966

Depreciación	Proyectos en curso	Edificios	Planta, equipos y accesorios	Instalaciones	Vehículos de Motor	Activos por derechos de uso	Total Propiedades, planta y equipo
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2022							
Saldo inicial	-	(501.412)	(801.226)	(451.769)	(27.897)	(42.923)	(1.825.227)
Total saldo inicial	-	(501.412)	(801.226)	(451.769)	(27.897)	(42.923)	(1.825.227)
Movimientos del ejercicio							
Depreciación del ejercicio	-	(75.976)	(176.986)	(39.798)	(4.204)	-	(296.964)
Bajas	-	-	216.613	69.744	-	42.314	328.671
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	1	28.314	3.411	1	613	32.340
Total movimientos del ejercicio	-	(75.975)	67.941	33.357	(4.203)	42.927	64.047
Total al 31 de diciembre de 2022	-	(577.387)	(733.285)	(418.412)	(32.100)	4	(1.761.180)
Saldo Neto al 31 de diciembre de 2022	877.555	2.321.427	332.296	263.508	-	-	3.794.786

Costo	Proyectos en curso	Edificios	Planta, equipos y accesorios	Instalaciones	Vehículos de Motor	Activos por derechos de uso	Total Propiedades, planta y equipo
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2021							
Saldo inicial	903.090	2.871.971	1.195.798	715.928	32.100	42.923	5.761.810
Total saldo inicial	903.090	2.871.971	1.195.798	715.928	32.100	42.923	5.761.810
Movimientos del ejercicio							
Adiciones	533.871	-	-	-	-	-	533.871
Bajas	-	-	(444.536)	(5.758)	-	-	(450.294)
Transferencia (a) / desde otros rubros	(527.572)	26.843	404.724	25.138	-	-	(70.867)
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	204	-	7.067	-	-	-	7.271
Total movimientos del ejercicio	6.503	26.843	(32.745)	19.380	-	-	19.981
Total al 31 de diciembre de 2021	909.593	2.898.814	1.163.053	735.308	32.100	42.923	5.781.791

Depreciación	Proyectos en curso	Edificios	Planta, equipos y accesorios	Instalaciones	Vehículos de Motor	Activos por derechos de uso	Total Propiedades, planta y equipo
M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Al 31 de diciembre de 2021							
Saldo inicial	-	(424.538)	(1.001.754)	(415.700)	(23.312)	(25.068)	(1.890.372)
Total saldo inicial	-	(424.538)	(1.001.754)	(415.700)	(23.312)	(25.068)	(1.890.372)
Movimientos del ejercicio							
Depreciación del ejercicio	-	(76.875)	(242.576)	(41.671)	(4.586)	(17.431)	(383.139)
Bajas	-	-	444.379	5.758	-	-	450.137
Transferencia (a) / desde otros rubros	-	1	1.467	-	1	-	1.469
Efecto de diferencia de conversión del ejercicio	-	-	(2.742)	(156)	-	(424)	(3.322)
Total movimientos del ejercicio	-	(76.874)	200.528	(36.069)	(4.585)	(17.855)	65.145
Total al 31 de diciembre de 2021	-	(501.412)	(801.226)	(451.769)	(27.897)	(42.923)	(1.825.227)
Saldo Neto al 31 de diciembre de 2021	909.593	2.397.402	361.827	283.539	4.203	-	3.956.564

Las propiedades, planta y equipo se deprecian linealmente en base a las vidas útiles estimadas, definidas en Nota 2.12.

Al 31 de diciembre de 2022, el monto de las propiedades, planta y equipo que se encuentran en uso y están totalmente depreciados no es significativo.

b) Los activos por derecho de uso se registran conforme lo detallado en la nota 2.19 y corresponden a lo siguiente:

Activos por derechos de uso	Oficinas M\$
Saldo al 1 de enero de 2021	17.855
Ajuste de conversión	(424)
Depreciación del ejercicio	(17.431)
Saldo al 31 de diciembre de 2021	-

12. PROPIEDADES DE INVERSIÓN

Los movimientos de las propiedades de inversión son los siguientes:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Costo		
Saldo inicial	3.459.368.210	3.391.611.829
Movimientos del ejercicio		
Adiciones	113.141.322	77.367.327
Transferencia a activos no corrientes mantenidos para la venta	(452.389)	2.257.750
Retiros y bajas	(3.990.075)	(8.930.193)
Transferencia (a) / desde otros rubros	(1.412.440)	(3.930.144)
Efecto de diferencia de conversión	(48.576.735)	991.641
Total costo	3.518.077.893	3.459.368.210
Depreciación		
Saldo inicial	(305.186.737)	(255.138.092)
Movimientos del ejercicio		
Depreciación	(54.694.521)	(53.919.753)
Depreciación acumulada retiros y bajas	2.354.141	4.184.315
Depreciación acumulada transferencias	121.329	(1.469)
Efecto de diferencia de conversión	2.667.377	(311.738)
Total Depreciación	(354.738.411)	(305.186.737)
Deterioro		
Saldo inicial	(11.749.194)	-
Movimientos del ejercicio		
Depreciación	335.744	-
Deterioro de valor del ejercicio	(13.387.836)	(11.749.194)
Total Deterioro	(24.801.286)	(11.749.194)
Saldo final al cierre del ejercicio	3.138.538.196	3.142.432.279

En Propiedades de Inversión se incluye los centros comerciales, obras en ejecución y los terrenos disponibles que serán destinados a futuros centros comerciales.

El valor justo aproximado de las Propiedades de Inversión al 31 de diciembre de 2022 es UF 115.639.000 (UF 120.697.000 al 31 de diciembre de 2021). La jerarquía de valor de mercado de acuerdo a NIIF 13, es nivel 2.

Las Propiedades de Inversión se deprecian linealmente en base a las vidas útiles estimadas, definidas en Nota 2.13.

El valor por intereses y unidades de reajuste capitalizados en Propiedades de Inversión asociado a desarrollo y construcción de proyectos al 31 de diciembre de 2022 asciende a M\$7.032.322 (M\$ 5.169.988 al 31 de diciembre de 2021), con una tasa promedio de capitalización de UF+4,32% (UF+3,83% a diciembre de 2021).

Los terrenos sin uso y en los que no se están efectuando construcciones de centros comerciales al 31 de diciembre de 2022 ascienden a M\$ 52.151.012 (M\$ 51.430.271 al 31 de diciembre de 2021). No existen gastos de mantención relevantes asociados a estos, así como tampoco existen restricciones a la realización de las inversiones inmobiliarias, al cobro de los ingresos derivados de los mismos o de los recursos obtenidos por su enajenación o disposición por otra vía.

Al 31 de diciembre de 2022, las obligaciones contractuales para comprar, construir, reparar, mantener y desarrollar Propiedades de Inversión ascienden a M\$ 41.482.869 (M\$ 14.728.089 al 31 de diciembre de 2021).

Al 31 de diciembre de 2022, la Compañía efectuó pruebas de deterioro para sus Propiedades de Inversión, habiendo determinado un deterioro neto de las mismas de M\$ 13.387.836 (M\$ 11.749.194 al 31 de diciembre de 2021).

Los Activos por Derecho de Uso se registran conforme a lo detallado en la nota 2.19 y corresponden a lo siguiente:

Activos por derechos de uso	Terrenos M\$	Instalaciones M\$	Otros M\$	Total M\$
Saldo al 1 de enero de 2022	10.390.907	2.359.895	3.436.977	16.187.779
Adiciones	1.649.283	190.482	1.118.700	2.958.465
Ajuste de conversión	-	-	180.359	180.359
Depreciación del ejercicio	(597.540)	(196.203)	(711.908)	(1.505.651)
Saldo al 31 de diciembre de 2022	11.442.650	2.354.174	4.024.128	17.820.952

Activos por derechos de uso	Terrenos M\$	Instalaciones M\$	Otros M\$	Total M\$
Saldo al 1 de enero de 2021	10.103.861	3.370.957	2.526.125	16.000.943
Adiciones	798.799	109.318	1.112.727	2.020.844
Transferencia a otros rubros	-	(938.725)	-	(938.725)
Ajuste de conversión	-	-	181.507	181.507
Depreciación del ejercicio	(511.753)	(181.655)	(383.382)	(1.076.790)
Saldo al 31 de diciembre de 2021	10.390.907	2.359.895	3.436.977	16.187.779

13. ARRENDAMIENTOS

Plaza S.A. y Filiales como arrendador

Las Sociedades filiales de Plaza S.A. dan en arrendamien- to a terceros bajo contratos de arrendamiento, locales que forman parte de sus Propiedades de Inversión. En los contratos de arrendamiento se establece el plazo de vigencia de los mismos, el canon de arrendamiento y la forma de cálculo, las características de los bienes dados en arrendamiento y otras obligaciones relacionadas con la promoción, los servicios y el correcto funcionamiento de los diversos locales.

Los derechos por cobrar por arriendos mínimos bajo contratos de arrendamiento no cancelables al 31 de di- ciembre de 2022 y 2021 son los siguientes:

Pagos Mínimos	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Hasta un año	264.722.034	227.423.360
Desde un año hasta cinco años	559.799.543	505.506.577
Más de cinco años	713.801.233	702.337.941
Total	1.538.322.810	1.435.267.878

Las rentas variables por arrendamientos por el ejerci- cio terminado al 31 de diciembre de 2022, reconocidas como ingresos por actividades ordinarias, fueron M\$ 20.837.198 (M\$ 23.786.091 al 31 de diciembre de 2021). Las rentas variables se relacionan generalmente con porcentajes de ventas de los arrendatarios vinculados con los espacios arrendados.

Plaza S.A. y Filiales como arrendatarios

Las cuotas de arriendos y subarriendos reconocidos como gasto en los ejercicios son los siguientes:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022 M\$	2021 M\$
Gastos de arriendo variable	1.092.236	857.299
Total cargado a resultados	1.092.236	857.299

14. IMPUESTOS A LAS GANANCIAS E IMPUESTOS DIFERIDOS

14.1 Impuestos a las ganancias

a) Los principales componentes del gasto por impuesto a la renta son los siguientes:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022 M\$	2021 M\$
Impuesto a la renta:		
Cargo por impuesto a la renta	(31.352.315)	(14.169.602)
Beneficio tributario por pérdidas tributarias (PPUA)	2.720.573	5.768.672
Otros abonos	335.608	836.576
Impuesto diferido:		
Relacionado con origen y reverso de diferencias temporales	27.783.920	(698.138)
Resultado por pérdidas tributarias	(1.988.248)	1.945.890
Gasto diferido (ingreso) por impuestos relativo a cambios de la tasa impositiva o nuevas tasas (*)	-	276.823
Total gasto por impuesto a las ganancias	(2.500.462)	(6.039.779)

b) La reconciliación del gasto por impuestos a la renta a la tasa estatutaria, respecto de la tasa efectiva al 31 de di- ciembre de 2022 y 2021, se compone como sigue:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022 M\$	2021 M\$
Utilidad antes de impuesto de operaciones continuadas	73.566.630	53.640.536
Utilidad antes de impuesto a las ganancias	73.566.630	53.640.536
A la tasa estatutaria de impuesto a la renta de Plaza S.A. de 27,0%	(19.862.990)	(14.482.945)
Efecto en tasa impositiva de tasas de otras jurisdicciones	(1.052.103)	(111.473)
Ingresos no tributables	371.157	62.489
Gastos no deducibles	(272.019)	(23.554)
Ajuste gasto tributario ejercicio anterior	335.608	836.576
Corrección monetaria neta	18.047.436	8.879.381
Otros incrementos (disminuciones)	(67.551)	(1.200.253)
A la tasa efectiva de impuesto a las ganancias de 3,40% (11,26% al 31 de diciembre de 2021)	(2.500.462)	(6.039.779)
Impuesto a las ganancias	(2.500.462)	(6.039.779)

De acuerdo a lo establecido por la NIC 12 “Impuestos a las ganancias” los activos y pasivos por impuestos diferidos deben medirse empleando las tasas fiscales que se esperan sean de aplicación en el ejercicio en que el activo se realice o el pasivo se cancele, basándose en las tasas (y Leyes Fiscales) que al final del ejercicio, hayan sido aprobadas o prácticamente terminado el proceso de aprobación.

(*) El 14 de septiembre de 2021, en Colombia, la Ley N° 2.155 modificó la tasa de impuesto a la renta a partir del año gravable 2022 incrementándola al 35% (esperaba ser del 30% para el año 2022, antes de la reforma tributaria), siendo del 31% para el año gravable 2021.

14.2 Impuestos diferidos

a) Los saldos de impuestos diferidos por categoría se presentan a continuación:

Conceptos - Estado de Situación Financiera	Al 31 de diciembre de 2022		Al 31 de diciembre de 2021	
	Impuesto diferido activo	Impuesto diferido pasivo	Impuesto diferido activo	Impuesto diferido pasivo
	M\$	M\$	M\$	M\$
Intangibles	-	715.244	-	697.050
Valorización y depreciación de propiedades de inversión	-	416.056.141	-	442.413.869
Gastos anticipados	-	-	-	346.100
Ingresos diferidos	1.795.163	-	1.408.499	-
Pérdidas tributarias de arrastre	19.540.047	-	21.528.295	-
Provisión de incobrabilidad	2.011.704	-	2.985.194	-
Vacaciones del personal	309.171	-	482.577	-
Ingresos lineales por devengar	-	6.542.020	-	6.193.854
Otros	506.780	-	-	1.372.982
Totales	24.162.865	423.313.405	26.404.565	451.023.855
Saldo neto		399.150.540		424.619.290

Los impuestos diferidos se reflejan de la siguiente manera en los Estados Financieros:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Activos por impuestos diferidos	34.347.618	22.253.188
Pasivos por impuestos diferidos	(433.498.158)	(446.872.478)
Saldo neto impuesto diferido	(399.150.540)	(424.619.290)

b) Los impuestos diferidos relacionados con partidas cargadas o abonadas directamente a cuentas del patrimonio son los siguientes:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Efecto diferencia de conversión Sociedades Extranjeras	(326.922)	21.520
Total (cargo) abono a patrimonio	(326.922)	21.520

15. OTROS PASIVOS FINANCIEROS

Los saldos de pasivos financieros corrientes y no corrientes, clasificados por tipo de obligación son los siguientes:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Obligaciones con bancos	265.770.747	346.976.649
Obligaciones con el público	1.027.789.802	682.349.249
Derivados de cobertura	6.816.565	3.595.314
Total	1.300.377.114	1.032.921.212
Corrientes	131.767.000	148.701.502
No corrientes	1.168.610.114	884.219.710
Saldo al cierre	1.300.377.114	1.032.921.212

A continuación, se detallan las obligaciones con bancos y con el público al 31 de diciembre de 2022 y 2021:

Al 31 de diciembre de 2022:

RUT entidad deudora	Nombre entidad deudora	País empresa deudora	RUT de la entidad acreedora	Nombre de la entidad acreedora	País entidad acreedora	Tipo de moneda	Tipo de amortización	Tasa nominal	Tasa efectiva	1 a 90 días M\$	Más de 90 días a 1 año M\$	Total Corriente M\$	De 1 a 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total No Corriente M\$	Importe del Valor Nominal de la Obligación a Pagar de Acuerdo a las Condiciones del Contrato M\$	
Obligaciones con bancos																	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-7	Banco Estado del Estado de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,42%	2,46%	70.927.700	-	70.927.700	-	-	-	70.930.031	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.006.000-6	Banco de Crédito e Inversiones	Chile	UF	Al Vencimiento	2,37%	2,37%	-	13.291.445	13.291.445	-	-	-	13.291.445	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	Al Vencimiento	2,58%	2,61%	-	55.964	55.964	35.099.986	-	35.099.986	35.166.338	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	Al Vencimiento	1,70%	1,70%	-	14.375.892	14.375.892	-	-	-	14.375.893	
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	Al Vencimiento	1,70%	1,70%	-	14.375.892	14.375.892	-	-	-	14.375.893	
O-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena	Colombia	O-E	Itau CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Mensual	18,49%	18,90%	583.981	1.710.001	2.293.982	7.540.075	-	7.540.075	9.893.981	
O-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos	Colombia	O-E	Itau CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Trimestral	17,90%	17,90%	162.869	-	162.869	4.725.116	-	4.725.116	4.887.985	
O-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	O-E	Scotiabank Colpatria SA	Colombia	COP	Al vencimiento	15,79%	16,11%	149.049	-	149.049	51.938.459	-	51.938.459	52.349.049	
O-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	O-E	Banco Davivienda S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	3,73%	5,76%	-	-	-	5.412.555	32.491.291	37.903.846	55.549.800	
O-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	O-E	Itaú CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	5,76%	5,76%	-	-	-	12.930.472	-	12.930.472	16.200.000	
										Subtotal	71.823.599	43.809.194	115.632.793	117.646.663	32.491.291	150.137.954	287.020.415
Obligaciones con el público																	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie C)	Chile	UF	Semestral	4,50%	4,72%	-	1.237.688	1.237.688	4.701.793	2.960.974	7.662.767	8.983.157	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 583 (Serie D)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	4,00%	-	773.887	773.887	-	103.921.250	103.921.250	106.087.680	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie E)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	3,99%	-	515.085	515.085	-	69.325.694	69.325.694	70.725.120	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie H)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,50%	3,90%	-	421.968	421.968	-	84.676.657	84.676.657	88.170.010	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie K)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,90%	3,92%	-	353.879	353.879	-	104.744.700	104.744.700	105.686.683	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (Serie N)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,80%	3,76%	1.518.514	-	1.518.514	-	105.399.577	105.399.577	106.867.290	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 669 (Serie P)	Chile	UF	Al Vencimiento	2,10%	2,09%	692.578	-	692.578	-	70.201.780	70.201.780	70.914.231	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 980 (Serie S)	Chile	UF	Al Vencimiento	1,70%	1,32%	-	158.581	158.581	-	143.956.846	143.956.846	140.642.882	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (Serie U)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,60%	4,76%	-	595.533	595.533	-	76.329.488	76.329.488	84.362.171	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 980 (Serie Z)	Chile	UF	Al Vencimiento	4,20%	3,66%	-	1.048.408	1.048.408	-	113.386.235	113.386.235	106.451.225	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 979 (Serie AA)	Chile	UF	Al Vencimiento	2,80%	3,32%	481.066	-	481.066	34.282.594	-	34.282.594	35.526.070	
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 979 (Serie AC)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,40%	3,44%	1.520.455	-	1.520.455	-	104.584.572	104.584.572	106.845.053	
										Subtotal	4.212.613	5.105.029	9.317.642	38.984.387	979.487.773	1.018.472.160	1.031.261.572
										Total	76.036.212	48.914.223	124.950.435	156.631.050	1.011.979.064	1.168.610.114	1.318.281.987

A continuación, se detallan las obligaciones con bancos y con el público al 31 de diciembre de 2022 y 2021:

Al 31 de diciembre de 2021:

RUT entidad deudora	Nombre entidad deudora	País empresa deudora	RUT de la entidad acreedora	Nombre de la entidad acreedora	País entidad acreedora	Tipo de moneda	Tipo de amortización	Tasa nominal	Tasa efectiva	1 a 90 díasM\$	Más de 90 días a 1 año M\$	Total Corriente M\$	De 1 a 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total No Corriente M\$	Importe del Valor Nominal de la Obligación a Pagar de Acuerdo a las Condiciones del Contrato M\$
Obligaciones con bancos																
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.006.000-6	Banco de Crédito e Inversiones	Chile	UF	Al Vencimiento	2,26%	2,26%	-	35.660.638	35.660.638	-	-	-	35.660.635
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,40%	2,40%	-	13.019.972	13.019.972	-	-	-	13.020.002
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.030.000-7	Banco Estado del Estado de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,42%	2,46%	633.859	-	633.859	61.950.651	-	61.950.651	62.608.480
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,25%	6.125.978	-	6.125.978	-	-	-	6.125.979
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,28%	6.169.827	-	6.169.827	-	-	-	6.169.996
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,28%	3.103.513	-	3.103.513	-	-	-	3.103.597
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,34%	3.124.643	-	3.124.643	-	-	-	3.124.889
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,36%	3.126.077	-	3.126.077	-	-	-	3.126.404
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,38%	4.754.834	-	4.754.834	-	-	-	4.755.392
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	UF	Al Vencimiento	2,25%	2,39%	3.130.852	-	3.130.852	-	-	-	3.131.260
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.006.000-6	Banco de Crédito e Inversiones	Chile	UF	Al Vencimiento	2,37%	2,37%	-	6.947	6.947	11.725.138	-	11.725.138	11.732.085
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.023.000-9	Itaú Corpbanca	Chile	UF	Al Vencimiento	2,58%	2,61%	-	49.385	49.385	30.973.337	-	30.973.337	31.040.604
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	Al Vencimiento	1,70%	1,70%	-	16.955	16.955	14.358.258	-	14.358.258	14.375.215
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	97.004.000-5	Banco de Chile	Chile	CLP	Al Vencimiento	1,70%	1,70%	-	16.955	16.955	14.358.258	-	14.358.258	14.375.215
0-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena	Colombia	0-E	Itau CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Mensual	10,84%	11,18%	231.850	2.410.275	2.642.125	10.573.779	886.113	11.459.892	14.851.667
0-E	Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos	Colombia	0-E	Itau CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	9,94%	9,94%	206.887	479.285	686.172	2.591.100	2.759.591	5.350.691	5.829.975
0-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	0-E	Scotiabank Colpatria SA	Colombia	COP	Al vencimiento	8,06%	8,23%	91.861	60.808.685	60.900.546	-	-	-	60.900.000
0-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	0-E	Banco Davivienda S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	3,73%	5,76%	-	-	-	16.319.432	23.486.746	39.806.178	64.789.200
0-E	Fondo de Capital Privado MallPlaza	Colombia	0-E	Itaú CorpBanca Colombia S.A.	Colombia	COP	Al vencimiento	5,76%	5,76%	-	-	-	13.824.968	-	13.824.968	18.900.000
										Subtotal	30.700.181	112.469.097	143.169.278	176.674.921	27.132.450	203.807.371
Obligaciones con el público																
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie C)	Chile	UF	Semestral	4,50%	4,72%	-	1.098.489	1.098.489	4.141.329	3.654.583	7.795.912	8.986.482
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 583 (Serie D)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	4,00%	-	682.193	682.193	-	91.608.138	91.608.138	93.641.413
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 584 (Serie E)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,85%	3,99%	-	454.084	454.084	-	61.115.552	61.115.552	62.427.609
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie H)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,50%	3,90%	-	371.366	371.366	-	74.522.253	74.522.253	77.825.855
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 670 (Serie K)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,90%	3,92%	-	312.243	312.243	-	92.420.867	92.420.867	93.287.462
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (Serie N)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,80%	3,76%	1.340.411	-	1.340.411	-	93.037.492	93.037.492	94.329.559
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 669 (Serie P)	Chile	UF	Al Vencimiento	2,10%	2,09%	611.318	-	611.318	-	61.965.053	61.965.053	62.594.534
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 980 (Serie S)	Chile	UF	Al Vencimiento	1,70%	1,32%	-	140.439	140.439	-	127.487.904	127.487.904	124.142.580
76.017.019-4	Plaza S.A.	Chile	-	Bono - Reg. SVS 767 (Serie U)	Chile	UF	Al Vencimiento	3,60%	4,76%	-	521.681	521.681	-	66.863.854	66.863.854	74.464.752
										Subtotal	1.951.729	3.580.495	5.532.224	4.141.329	672.675.696	676.817.025
										Total	32.651.910	116.049.592	148.701.502	180.816.250	699.808.146	880.624.396
																1.069.320.841

Con fecha 18 de agosto de 2022, la Sociedad realizó colocación de bonos desmaterializados y al portador en el mercado local con cargo a la línea de bonos N°979 de fecha 15 de noviembre del 2019, dichos bonos corresponden a la Serie AA por una suma total de UF 1.000.000, con vencimiento el día 1 de agosto de 2027 con una tasa de colocación del 3,14% anual y la Serie AC por una suma total de UF 3.000.000, con vencimiento el día 1 de agosto de 2047 con una tasa de colocación del 3,39% anual.

Con fecha 7 de abril de 2022, la Sociedad realizó la segunda colocación de bonos desmaterializados y al portador en el mercado local con cargo a la línea de bonos N°980 de fecha 15 de noviembre del 2019, dichos bonos corresponden a la Serie Z por una suma total de UF 3.000.000, con vencimiento el día 1 de abril de 2043 con una tasa de colocación del 3,60% anual.

Con fecha 23 de septiembre de 2020, la Sociedad publicó un aviso de rescate voluntario de bonos desmaterializados correspondiente a la Serie C entregando la opción de canjear tales bonos por los correspondientes a la Serie U, con cargo a la línea de bonos N°767 de fecha 23 de septiembre de 2013, por un valor nominal de UF 2.727.272, y una tasa de carátula del 3,60% anual. La operación tuvo una concurrencia del 87,58% equivalente a un monto colocado de UF 2.388.636 de la Serie U.

Con fecha 19 de junio de 2020, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie S por UF 4.000.000 a una tasa de colocación del 1,30% anual, con una única amor-

tización de capital al vencimiento el día 1 de diciembre de 2029.

Con fecha 5 de febrero de 2020, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie P por UF 2.000.000 a una tasa de 2,08% anual, con una única amortización de capital al vencimiento el día 15 de enero de 2045.

Con fecha 3 de octubre de 2013, la Sociedad colocó en el mercado nacional Serie N por UF 3.000.000 a una tasa de colocación de 3,80% de interés anual a un plazo de 22 años con una única amortización de capital al vencimiento de dicho plazo.

Con fecha 7 de junio de 2012, la Sociedad colocó en el mercado nacional Serie K por UF 3.000.000 a una tasa de 3,9% anual a un plazo de 22 años con una única amortización de capital al vencimiento de dicho plazo.

Con fecha 7 de junio de 2011, la Sociedad colocó en el mercado nacional bono serie H por UF 2.500.000 a una tasa de 3,5% de interés anual y a un plazo de 22 años, con amortizaciones de capital a partir del año 2032.

Con fecha 26 de octubre de 2010, la Sociedad colocó en el mercado nacional dos Series de bonos a un plazo de 21 años. La Serie D por un monto de UF 3.000.000 y la Serie E por un monto de UF 2.000.000, ambas series a una tasa de 3,85% de interés anual, con amortizaciones iguales de capital los años 2030 y 2031.

El 19 de mayo de 2009, la Sociedad colocó en el mercado nacional la Serie C por UF 3.000.000 a una tasa de 4,5% anual y a un plazo de 21 años, con amortizaciones de capital a partir del año 2019.

El movimiento del ejercicio de los otros pasivos financieros corrientes y no corrientes es el siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2021	Flujo de caja	Intereses devengados	Otros movimientos no monetarios	Al 31 de diciembre de 2022
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Obligaciones con bancos	346.976.649	(102.789.027)	16.647.461	4.935.664	265.770.747
Obligaciones con el público	682.349.249	210.237.261	28.981.536	106.221.756	1.027.789.802
Derivados de cobertura	3.595.314	-	-	3.221.251	6.816.565
Total	1.032.921.212	107.448.234	45.628.997	114.378.671	1.300.377.114

16. CUENTAS POR PAGAR COMERCIALES Y OTRAS CUENTAS POR PAGAR

El saldo corresponde principalmente a obligaciones con proveedores, producto de la actividad normal de las operaciones de los centros comerciales, la construcción de nuevos centros comerciales y la ampliación de algunos malls.

a) Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar corrientes

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Cuentas por pagar	50.007.493	44.421.097
Documentos por pagar	351.751	279.732
Acreedores varios corrientes	215.325	175.403
Dividendos por pagar	1.033.925	10.577.656
Total	51.608.494	55.453.888

Términos y condiciones de estos pasivos:

- Las cuentas por pagar no devengan intereses y se liquidan normalmente en un plazo de 30 días desde la fecha de recepción de la factura.
- Documentos por pagar corresponde principalmente a cheques caducos emitidos a proveedores.

b) Cuentas por pagar no corrientes

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Documentos por pagar	1.202.938	1.098.361
Total	1.202.938	1.098.361

c) Estratificación de proveedores y cuentas por pagar

c.1) Proveedores con pagos al día

Al 31 de diciembre de 2022:

Tipo Proveedor	Montos según plazos de pago						Total M\$
	Hasta 30 días M\$	31-60 días M\$	61-90 días M\$	91-120 días M\$	121-365 días M\$	366 y más días M\$	
Bienes	6.251.514	-	-	-	-	-	6.251.514
Servicios	43.196.440	-	-	-	-	-	43.196.440
Total	49.447.954	-	-	-	-	-	49.447.954

Al 31 de diciembre de 2021:

Tipo Proveedor	Montos según plazos de pago						Total M\$
	Hasta 30 días M\$	31-60 días M\$	61-90 días M\$	91-120 días M\$	121-365 días M\$	366 y más días M\$	
Bienes	7.893.734	-	-	-	-	-	7.893.734
Servicios	36.527.363	-	-	-	-	-	36.527.363
Total	44.421.097	-	-	-	-	-	44.421.097

Al 31 de diciembre de 2021:

c.2) Proveedores con plazos vencidos

Plaza S.A. y Filiales, dada su política financiera, cuenta con una situación de liquidez que le permite cumplir sus obligaciones con sus múltiples proveedores sin inconvenientes. Es por lo anterior que los montos que se mues-

tran como acreedores con plazos vencidos al 31 de diciembre de 2022, se deben principalmente a casos en los cuales hay facturas con diferencias en conciliación documentaria, las cuales, en su mayoría, terminan siendo resueltas en el corto plazo, debido a la gestión continua que se realiza sobre las deudas de nuestros proveedores.

Al 31 de diciembre de 2022:

Tipo Proveedor	Montos según plazos de pago						
	Hasta 30 días M\$	31-60 días M\$	61-90 días M\$	91-120 días M\$	121-180 días M\$	181 y más días M\$	Total M\$
Bienes	-	-	-	-	-	-	-
Servicios	-	90.330	2.876	91.849	29.665	344.819	559.539
Total	-	90.330	2.876	91.849	29.665	344.819	559.539

Al 31 de diciembre de 2021, no existen acreedores con plazos vencidos.

d) Principales proveedores

A continuación, se detallan los 10 principales proveedores en cuanto al monto de compras realizadas durante el ejercicio terminado al 31 de diciembre de 2022:

Nombre del Proveedor	Porcentaje de compras
Enel Generación Chile S.A.	5,6%
Termika Servicios Multitécnicos S.A.	4,3%
Consortio Ale	2,7%
ISS Servicios Generales Ltda.	2,3%
Chubb Seguros Chile S.A.	2,2%
Constructora De Vicente S.A.	1,9%
Est. Cen. Parking System Chile S.A.	1,7%
Securitas S.A.	1,5%
GGP Servicios Industriales SpA.	1,5%
Scharfstein S.A.	1,4%

El plazo promedio de pago a proveedores a contar de la fecha de recepción de la factura es el siguiente:

Concepto /Días	Al 31 de diciembre de 2022	Al 31 de diciembre de 2021
Bienes	23	22
Servicios	24	21

17. PASIVOS POR ARRENDAMIENTOS

La composición de los pasivos por arrendamientos es la siguiente:

Al 31 de diciembre de 2022:

RUT entidad deudora	Nombre entidad deudora	País empresa deudora	Rut de la entidad acreedora	Nombre de la entidad acreedora	País entidad acreedora	Relación del acreedor con la sociedad reportante	Tipo de moneda	Tipo de amortización	Tasa nominal	Tasa efectiva	1 a 90 días M\$	Más de 90 días a 1 año M\$	Total Corriente M\$	1 a 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total No Corriente M\$	Total M\$	Importe del Valor Nominal de la Obligación a Pagar de Acuerdo a las Condiciones del Contrato M\$
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	76.182.576-3	Termika Holding S.A.	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	4,81%	4,81%	62.475	191.896	254.371	-	-	-	254.371	254.371
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	76.182.576-3	Termika Holding S.A.	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	2,44%	2,44%	43.602	132.413	176.015	667.181	-	667.181	843.196	843.196
99.555.550-6	Plaza Antofagasta S.A.	Chile	76.182.576-3	Termika Holding S.A.	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	2,44%	2,44%	18.911	41.750	60.661	235.799	5.161	240.960	301.621	301.621
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	76.081.319-2	Inversiones Rehue Ltda.	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	3,50%	3,50%	8.978	26.933	35.911	430.788	6.031.053	6.461.841	6.497.752	6.497.752
99.555.550-6	Plaza Antofagasta S.A.	Chile	73.968.300-9	Empresa Portuaria Antofagasta	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	3,00%	3,00%	137.602	419.042	556.644	2.401.123	4.442.425	6.843.548	7.400.192	7.400.192
0-E	Salón Motor Plaza S.A.	Perú	0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	Subsidiaria Grupo Plaza	USD	Mensual	5,75%	5,75%	32.932	102.200	135.132	654.389	332.114	986.503	1.121.635	1.121.635
0-E	Salón Motor Plaza S.A.	Perú	0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	Subsidiaria Grupo Plaza	USD	Mensual	5,75%	5,75%	39.869	123.721	163.590	782.726	544.368	1.327.094	1.490.684	1.490.684
0-E	Salón Motor Plaza S.A.	Perú	0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	Subsidiaria Grupo Plaza	PEN	Mensual	7,60%	7,60%	13.038	40.669	53.707	128.008	-	128.008	181.715	181.715
0-E	Salón Motor Plaza S.A.	Perú	0-E	Mall Plaza Inmobiliaria S.A.	Perú	Subsidiaria Grupo Plaza	PEN	Mensual	7,61%	7,61%	15.496	48.287	63.783	323.198	304.047	627.245	691.028	691.028
0-E	Salón Motor Plaza S.A.	Perú	0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	Subsidiaria Grupo Plaza	USD	Mensual	5,75%	5,75%	29.548	90.878	120.426	576.595	336.056	912.651	1.033.077	1.033.077
								Total			402.451	1.217.789	1.620.240	6.199.807	11.995.224	18.195.031	19.815.271	19.815.271

Al 31 de diciembre de 2021:

RUT entidad deudora	Nombre entidad deudora	País empresa deudora	Rut de la entidad acreedora	Nombre de la entidad acreedora	País entidad acreedora	Relación del acreedor con la sociedad reportante	Tipo de moneda	Tipo de amortización	Tasa nominal	Tasa efectiva	1 a 90 días M\$	Más de 90 días a 1 año M\$	Total Corriente M\$	1 a 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total No Corriente M\$	Total M\$	Importe del Valor Nominal de la Obligación a Pagar de Acuerdo a las Condiciones del Contrato M\$
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	76.182.576-3	Termika Holding S.A.	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	4,81%	4,81%	52.615	161.603	214.218	224.528	-	224.528	438.746	438.746
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	76.182.576-3	Termika Holding S.A.	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	2,44%	2,44%	37.559	114.062	151.621	644.861	99.410	744.271	895.892	895.892
99.555.550-6	Plaza Antofagasta S.A.	Chile	76.182.576-3	Termika Holding S.A.	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	2,44%	2,44%	16.406	35.978	52.384	203.202	58.478	261.680	314.064	314.064
76.882.330-8	Nuevos Desarrollos S.A.	Chile	76.081.319-2	Inversiones Rehue Ltda.	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	3,50%	3,50%	7.656	22.970	30.626	382.364	5.353.069	5.735.433	5.766.059	5.766.059
99.555.550-6	Plaza Antofagasta S.A.	Chile	73.968.300-9	Empresa Portua- ria Antofagasta	Chile	Tercero fuera del grupo	UF	Mensual	3,00%	3,00%	117.873	358.961	476.834	2.056.860	4.475.139	6.531.999	7.008.833	7.008.833
0-E	Salón Motor Plaza S.A.	Perú	0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	Subsidiaria Grupo Plaza	USD	Mensual	5,75%	5,75%	30.794	94.949	125.743	602.935	488.100	1.091.035	1.216.778	1.216.778
0-E	Salón Motor Plaza S.A.	Perú	0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	Subsidiaria Grupo Plaza	USD	Mensual	5,75%	5,75%	36.680	114.502	151.182	717.356	745.542	1.462.898	1.614.080	1.614.080
0-E	Salón Motor Plaza S.A.	Perú	0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	Subsidiaria Grupo Plaza	PEN	Mensual	6,67%	6,67%	8.547	5.770	14.317	-	-	-	14.317	14.317
0-E	Salón Motor Plaza S.A.	Perú	0-E	Mall Aventura S.A.	Perú	Tercero fuera del grupo	USD	Mensual	7,10%	7,10%	29.424	80.992	110.416	-	-	-	110.416	110.416
0-E	Salón Motor Plaza S.A.	Perú	0-E	Mall Plaza Perú S.A.	Perú	Subsidiaria Grupo Plaza	USD	Mensual	5,75%	5,75%	27.460	84.352	111.812	536.320	464.594	1.000.914	1.112.726	1.112.726
								Total			365.014	1.074.139	1.439.153	5.368.426	11.684.332	17.052.758	18.491.911	18.491.911

Cambios en los pasivos por arrendamiento	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Saldo inicial	18.491.911	17.203.942
Pasivos por arrendamientos	1.084.231	1.112.726
Gastos por intereses	779.573	626.499
Pagos efectuados	(2.440.789)	(1.820.986)
Diferencia de cambio de monedas extranjeras	1.669.305	1.711.775
Ajuste de conversión	231.040	(342.045)
Saldo Final	19.815.271	18.491.911

18. PASIVOS POR IMPUESTOS CORRIENTES

La composición de los pasivos por impuestos corrientes es la siguiente:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Provisión de Impuesto a la Renta Corriente	31.594.772	14.337.889
P.P.M. obligatorios pagados (Menos)	(21.228.197)	(11.845.380)
Otros	3.272	9.994
Total	10.369.847	2.502.503

19. PROVISIONES POR BENEFICIOS A LOS EMPLEADOS

a) Los saldos que componen la provisión por los beneficios a empleados corresponden a:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Provisión de vacaciones	2.111.059	1.882.384
Participación en utilidades y bonos	8.221.101	6.278.562
Retenciones	686.323	517.692
Total corriente	11.018.483	8.678.638
Participación en utilidades y bonos	1.647.080	1.520.019
Total no corriente	1.647.080	1.520.019

b) El siguiente es el detalle de los gastos por beneficios a los empleados incluidos en el Estado de Resultados Integrales:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de 2022 M\$	2021 M\$
Remuneraciones y otros beneficios	(26.500.341)	(20.637.838)
Bonos e incentivos	(8.130.217)	(5.752.376)
Indemnizaciones y desahucios	(1.376.539)	(598.472)
Provisión vacaciones del personal	(188.394)	(243.578)
Total gastos beneficios a los empleados	(36.195.491)	(27.232.264)

c) Plan de incentivos a largo plazo

Con fecha 30 de junio de 2021, el Directorio de la Sociedad aprobó un plan de incentivos variables y contingentes de compromiso de largo plazo para ciertos ejecutivos de la Compañía y sus filiales incluyendo, pero sin limitarse, a los ejecutivos principales de la Sociedad, para el ejercicio 2021 al 2023. Este plan está diseñado para promover la permanencia de los ejecutivos a los que se dirige y asegurar el alineamiento de los objetivos de los mismos con la Compañía, en el mediano y largo plazo.

Este plan de beneficios anual consta de dos elementos: i) una inversión en acciones de la Sociedad por parte de cada ejecutivo destinatario, adquiridas en bolsa y financiada con un préstamo de uso exclusivo extendido por la Sociedad para tal fin; y, ii) el pago de un bono fijo complementario al término del tercer año, bono que se pagará sí y sólo sí, a la fecha de su pago, el ejecutivo beneficiario

ha mantenido en forma ininterrumpida una relación laboral con la Sociedad, cualquiera de sus filiales, o una sucesión continua de relaciones laborales con una combinación cualquiera de las anteriores.

Los montos de los préstamos y de los bonos comprometidos que constituyen parte del plan de incentivos variables y contingentes de compromiso de largo plazo 2021 al 2023, son distintos entre los ejecutivos destinatarios. Todos los restantes términos y condiciones, incluida la tasa de interés, son idénticos para todos los ejecutivos y se determinaron de manera ajustada a los precios, términos y condiciones prevalentes en el mercado al tiempo de su aprobación.

20. OTROS PASIVOS NO FINANCIEROS

Los saldos que componen otros pasivos no financieros corrientes y no corrientes corresponden a:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
IVA débito fiscal	6.888.624	4.968.875
Ingresos diferidos (ver letra a)	966.880	737.690
Otros	214.289	444.045
Total corriente	8.069.793	6.150.610
Garantías recibidas	21.906.475	19.788.897
Ingresos diferidos (ver letra a)	5.586.733	5.271.044
Total no corriente	27.493.208	25.059.941

a) Los movimientos por ingresos diferidos son los siguientes:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Al inicio del ejercicio	6.008.734	7.006.854
Recibido durante el ejercicio	2.796.982	1.284.638
Reconocido en el Estado de Resultados	(2.252.103)	(2.282.758)
Total	6.553.613	6.008.734

21. CAPITAL EMITIDO

a) Acciones:

La Compañía ha emitido una serie única de acciones ordinarias, las cuales gozan de los mismos derechos de voto, sin preferencia alguna.

	Al 31 de diciembre de 2022	Al 31 de diciembre de 2021
Acciones ordinarias sin valor nominal	1.960.000.000	1.960.000.000
Total Acciones	1.960.000.000	1.960.000.000

b) Acciones ordinarias emitidas y completamente pagadas:

	Acciones	M\$
Al 1 de enero de 2022	1.960.000.000	175.122.686
Movimientos efectuados entre el 01-01-2022 y el 31-12-2022	-	-
Al 31 de diciembre de 2022	1.960.000.000	175.122.686
Al 1 de enero de 2021	1.960.000.000	175.122.686
Movimientos efectuados entre el 01-01-2021 y el 31-12-2021	-	-
Al 31 de diciembre de 2021	1.960.000.000	175.122.686

La ganancia básica por acción es calculada dividiendo las utilidades netas del ejercicio atribuible a tenedores patrimoniales ordinarios de la matriz entre el número promedio ponderado de acciones ordinarias en circulación durante el ejercicio.

La Compañía no ha realizado ningún tipo de operación de potencial efecto dilusivo que suponga una ganancia por acción diluida, diferente de la ganancia básica por acción.

Nuevos Desarrollos S.A. Consolidado	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Porcentaje no controlador	22,50%	22,50%
Activos corrientes	85.830.079	84.353.800
Activos no corrientes	867.714.684	882.672.586
Pasivos corrientes	(149.076.285)	(101.785.560)
Pasivos no corrientes	(262.511.700)	(336.742.153)
Activos netos	541.956.778	528.498.673
Valor libro de intereses no controlador	121.940.275	118.912.201

Nuevos Desarrollos S.A. Consolidado	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022 M\$	2021 M\$
Ingresos	100.373.715	74.497.706
Ganancia (Pérdida)	17.267.334	3.590.328
Resultado integral total	17.922.866	4.490.631
Resultado (Pérdida) atribuible a participaciones no controladoras	3.885.150	807.824
Flujo de caja de actividades de operación	69.878.460	56.353.163
Flujo de caja de actividades de inversión	(6.303.758)	(6.423.929)
Flujo de caja de actividades de financiamiento, antes de dividendos pagados a no controladores	(67.304.263)	(59.724.502)
Flujo de caja de actividades de financiamiento, dividendos en efectivo a no controladores	(461.196)	-

c) Información financiera resumida de las filiales con intereses no controlador:

A continuación, se expone la información financiera de la filial que tiene participaciones no controladoras relevantes para Plaza S.A., antes de las eliminaciones y otros ajustes de consolidación:

Con fecha 31 de agosto de 2022, Ripley Inversiones II S.A. ("Ripley Inversiones"), accionista en Nuevos Desarrollos S.A. ("Nuevos Desarrollos"), comunicó el ejercicio del derecho de venta de sus acciones en Nuevos Desarrollos, conforme al pacto de accionistas existente entre Ripley Inversiones y Plaza Oeste SpA, con respecto a sus relaciones como accionistas de Nuevos Desarrollos. De esta forma, la filial Plaza Oeste SpA, accionista dueña del 77,5% de las acciones de Nuevos Desarrollos, deberá obtener que un tercero compre a Ripley Inversiones

el total de sus acciones en Nuevos Desarrollos o bien, comprarlas por sí. El precio de compra corresponderá al promedio aritmético del valor compañía establecido por dos bancos de primera línea y deberá pagarse dentro de los 30 días siguientes a la determinación de dicho precio.

d) Otras reservas:

En otras reservas se registran los siguientes conceptos:

Otras reservas	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Reservas por diferencias en inversiones (1)	(65.262.934)	(65.262.934)
Reservas de conversión	(27.453.922)	(4.621.260)
Ajuste capital por corrección monetaria (2)	3.973.339	3.973.339
Reservas de cobertura de flujo de caja	(251.496)	(759.533)
Disminución por cambios en la participación de subsidiarias (3)	(2.619.633)	(2.619.633)
Constitución de reserva legal en asociadas	3.601.266	3.391.431
Otras reservas	197.641	197.641
Total otras reservas	(87.815.739)	(65.700.949)

- (1) Corresponde a la diferencia entre el valor de la inversión y el valor libros de las inversiones al momento de la adopción inicial de NIIF.
- (2) Efecto generado por la conversión a NIIF por única vez producto de la obligación de aplicar IPC para efectos locales.
- (3) Efecto generado por adquisición de participación adicional en una filial.

e) Política de dividendos:

La política de dividendos de Plaza S.A., consiste en repartir anualmente, a lo menos, el 40% de las utilidades de la sociedad de cada ejercicio.

Con fecha 25 de enero de 2017, el Directorio de la Sociedad acordó, que a partir de los resultados del 2016 la Utilidad Líquida y Distribuible será la que aparece en los Estados Financieros anuales en la cuenta “Ganancia (Pérdida) Atribuible a los Propietarios de la Controladora”, excluyendo:

i. Los resultados que sean producto de valorizaciones a valor razonable, tanto de activos como de pasivos, que no han sido monetizados o realizados, y que se originen

producto de combinaciones de negocio, incluyendo filiales (subsidiarias) y asociadas; los que serán reintegrados al momento de su monetización o realización; y,

ii. Los resultados no monetizados o realizados por revalúo a valor razonable de propiedades de inversión; los que serán reintegrados a la utilidad líquida al momento de su monetización o realización.

Los efectos de impuestos diferidos asociados a los conceptos indicados en los numerales i y ii precedentes, seguirán la misma suerte que las partidas que los originan.

Al 31 de diciembre de 2022 y 2021 no se han generado resultados que impliquen ajustes a los resultados obtenidos a dichas fechas.

22. DIVIDENDOS PAGADOS Y PROPUESTOS

El siguiente es el detalle de los dividendos pagados al 31 de diciembre de 2022 y 2021:

	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Provisionados, declarados y pagados durante el ejercicio:		
Dividendo Provisorio 2022 pagado el 19-10-2022	27.440.000	-
Dividendo Definitivo 2021 pagado el 28-04-2022	17.502.800	-
Dividendo Provisorio 2021 pagado el 18-11-2021	-	3.861.200
Dividendo Definitivo 2020 pagado el 05-05-2021	-	4.900.000
Total	44.942.800	8.761.200
Reserva dividendo mínimo	-	10.105.509

23. INGRESOS DE ACTIVIDADES ORDINARIAS

La composición de los ingresos de actividades ordinarias para cada ejercicio es la siguiente:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022 M\$	2021 M\$
Ingresos por arriendos (locales, espacios publicitarios)	366.571.870	258.760.004
Otros ingresos (comisiones, multas, indemnizaciones comerciales y otros)	17.291.906	17.934.595
Total	383.863.776	276.694.599

24. OTROS INGRESOS Y GASTOS

24.1 Costos y gastos

Se incluyen a continuación los costos de venta y los gastos de administración agrupados de acuerdo a su naturaleza:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022	2021
	M\$	M\$
Depreciación	(54.655.741)	(54.302.892)
Remuneraciones (ver Nota 19.b)	(36.195.491)	(27.232.264)
Contratos de servicios	(23.262.239)	(16.966.351)
Patentes e Impuestos	(25.514.810)	(14.603.965)
Provisión deudores incobrables (ver Nota 6.b)	(3.297.690)	3.705.439
Arriendos y concesiones	(1.801.747)	(1.562.061)
Amortización	(1.868.431)	(1.542.852)
Otros (*)	(11.092.587)	(11.414.001)
Total costo y gastos	(157.688.736)	(123.918.947)

(*) Incluye neteo de ingresos, costos y gastos relacionados a "gasto común" de acuerdo a lo mencionado en Nota 2.20.

24.2 Otros ingresos por función

Los otros ingresos por función se detallan a continuación:

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022	2021
	M\$	M\$
Reverso de provisiones	5.037.901	-
Indemnizaciones y otros ingresos (*)	812.289	2.533.501
Recupero de contribuciones	21.601	-
Expropiación de terrenos, exteriores y puentes aledaños a mallplaza Copiapó	-	1.584.000
Recuperación de castigos	-	97.057
Cheques caducos	-	32.842
Otros ingresos	-	156.740
Total ingresos por función	5.871.791	4.404.140

(*) En diciembre 2021, incluye indemnizaciones relacionadas con las alteraciones al orden público, ocurridos en Chile a partir del 18 de octubre de 2019.

24.3 Otros gastos, por función

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022	2021
	M\$	M\$
Deterioro de valor del ejercicio (ver Nota 12)	(13.387.836)	(11.749.195)
Bajas de Propiedades de Inversión	(1.635.934)	(3.095.304)
Bajas de Propiedades, planta y equipos	(14.766)	(157)
Impuestos, multas e intereses varios	(476.535)	(384.116)
Gastos por siniestro	(62.249)	-
Bajas de Intangibles	(6.278)	(1.149.135)
Pérdida por venta de Propiedades de Inversión	-	(46.203)
Otros	(154.828)	(64.317)
Total gastos por función	(15.738.426)	(16.488.427)

24.4 Ingresos financieros

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022	2021
	M\$	M\$
Ingresos financieros obtenidos en inversiones financieras	16.700.221	2.974.564
Intereses empresa relacionada (ver Nota 7.3)	4.932.765	-
Intereses plan de ejecutivos (ver Nota 7.3)	144.058	34.861
Otros	286.307	83.593
Total ingresos financieros	22.063.351	3.093.018

24.5 Costos financieros

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de	
	2022	2021
	M\$	M\$
Intereses de deudas y préstamos	(46.408.570)	(35.587.807)
Gasto financiero con empresas relacionadas (ver Nota 7.3)	(1.018.282)	(575.710)
Gastos y comisiones bancarias	(150.374)	(208.966)
Subtotal	(47.577.226)	(36.372.483)
Resultado por unidades de reajuste	(119.945.793)	(54.360.668)
Diferencias de cambio	1.343.239	357.862
Total costos financieros	(166.179.780)	(90.375.289)

24.6 Costos de investigación y desarrollo

La Compañía no ha efectuado desembolsos significativos relacionados a actividades de investigación y desarrollo durante el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2022 y 2021.

25. TRANSACCIONES EN MONEDA EXTRANJERA

La composición de los activos y pasivos en moneda extranjera es la siguiente:

Al 31 de diciembre de 2022:

ACTIVOS	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2022 \$ reajutable M\$	Al 31 de diciembre de 2022 \$ no reajutable M\$	Al 31 de diciembre de 2022 Dólar estadounidense M\$	Al 31 de diciembre de 2022 Nuevo sol peruano M\$	Al 31 de diciembre de 2022 \$ Colombiano M\$
Activos						
Activos corrientes						
Efectivo y equivalentes al efectivo	301.762.494	-	289.539.614	2.108.486	278.062	9.836.332
Otros activos financieros corrientes	27.650	-	27.650	-	-	-
Otros activos no financieros corrientes	21.690.421	16.422.106	4.605.563	-	46.966	615.786
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	99.532.590	2.458.168	72.556.471	602.043	54.226	23.861.682
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	74.286.852	-	71.650.995	2.631.271	-	4.586
Activos por impuestos corrientes	9.959.056	3.992.362	5.368.904	-	21.387	576.403
Total activos corrientes en operación	507.259.063	22.872.636	443.749.197	5.341.800	400.641	34.894.789
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	31.426.284	-	31.426.284	-	-	-
Total activos corrientes	538.685.347	22.872.636	475.175.481	5.341.800	400.641	34.894.789
Activos no corrientes						
Otros activos no financieros no corrientes	20.157.153	14.484.218	5.467.085	-	28.348	177.502
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, no corrientes	4.133.178	-	4.133.178	-	-	-
Cuentas por cobrar no corrientes	11.339.312	10.538.711	800.601	-	-	-
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	95.353.699	-	-	-	95.353.699	-
Activos intangibles distintos de la plusvalía	5.217.508	-	5.038.267	-	-	179.241
Plusvalía	357.778	-	357.778	-	-	-
Propiedades, planta y equipo	3.794.786	-	3.647.132	-	-	147.654
Propiedades de Inversión	3.138.538.196	-	2.853.025.274	-	4.827.382	280.685.540
Activos por impuestos no corrientes	4.950.220	4.950.220	-	-	-	-
Activos por impuestos diferidos	34.347.618	-	32.234.201	-	70.451	2.042.966
Total activos no corrientes	3.318.189.448	29.973.149	2.904.703.516	-	100.279.880	283.232.903
Total de Activos	3.856.874.795	52.845.785	3.379.878.997	5.341.800	100.680.521	318.127.692

PASIVOS	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2022 \$ reajutable M\$	Al 31 de diciembre de 2022 \$ no reajutable M\$	Al 31 de diciembre de 2022 Dólar estadounidense M\$	Al 31 de diciembre de 2022 Nuevo sol peruano M\$	Al 31 de diciembre de 2022 \$ Colombiano M\$
Pasivos						
Pasivos corrientes						
Otros pasivos financieros corrientes	131.767.000	100.409.316	28.751.784	-	-	2.605.900
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	51.608.494	700.939	45.499.202	31.214	56.858	5.320.281
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	2.701.257	609	2.584.024	51.118	64.628	878
Pasivos por arrendamientos corrientes	1.620.240	1.083.602	-	419.148	117.490	-
Otras provisiones a corto plazo	746.945	-	746.945	-	-	-
Pasivos por impuestos corrientes	10.369.847	-	10.178.520	-	188.054	3.273
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	11.018.483	3.087.148	7.297.176	-	-	634.159
Otros pasivos no financieros corrientes	8.069.793	-	6.681.851	-	930	1.387.012
Total pasivos corrientes	217.902.059	105.281.614	101.739.502	501.480	427.960	9.951.503
Pasivos no corrientes						
Otros pasivos financieros no corrientes	1.168.610.114	1.053.572.146	-	-	-	115.037.968
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, no corrientes	32.714.418	-	32.714.418	-	-	-
Cuentas por pagar no corrientes	1.202.938	1.202.938	-	-	-	-
Pasivos por arrendamientos no corrientes	18.195.031	14.213.530	-	3.226.248	755.253	-
Pasivos por impuestos diferidos	433.498.158	-	433.498.158	-	-	-
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	1.647.080	1.621.824	-	-	-	25.256
Otros pasivos no financieros no corrientes	27.493.208	15.062.730	11.952.697	137.421	91.704	248.656
Total pasivos no corrientes	1.683.360.947	1.085.673.168	478.165.273	3.363.669	846.957	115.311.880
Total de Pasivos	1.901.263.006	1.190.954.782	579.904.775	3.865.149	1.274.917	125.263.383

La composición de los activos y pasivos en moneda extranjera es la siguiente:

Al 31 de diciembre de 2021:

ACTIVOS	Al 31 de diciembre	Al 31 de diciembre	Al 31 de diciembre	Al 31 de diciembre	Al 31 de diciembre	Al 31 de diciembre
	de 2021	de 2021	de 2021	de 2021	de 2021	de 2021
	M\$	\$ reajutable M\$	\$ no reajutable M\$	Dólar estadounidense M\$	Nuevo sol peruano M\$	\$ Colombiano M\$
Activos						
Activos corrientes						
Efectivo y equivalentes al efectivo	125.026.025	-	112.915.008	697.570	1.108.062	10.305.385
Otros activos financieros corrientes	27.445	-	27.445	-	-	-
Otros activos no financieros corrientes	16.326.235	13.482.185	2.658.434	-	10.864	174.752
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar corrientes	74.487.937	4.132.592	67.601.548	354.839	15.022	2.383.936
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, corrientes	5.283.140	-	3.079.345	2.181.721	4.951	17.123
Activos por impuestos corrientes	12.502.404	7.059.798	3.557.371	-	47.534	1.837.701
Total activos corrientes en operación	233.653.186	24.674.575	189.839.151	3.234.130	1.186.433	14.718.897
Activos no corrientes clasificados como mantenidos para la venta y operaciones discontinuadas	30.973.895	-	30.973.895	-	-	-
Total activos corrientes	264.627.081	24.674.575	220.813.046	3.234.130	1.186.433	14.718.897
Activos no corrientes						
Otros activos no financieros no corrientes	39.642.357	14.140.881	4.750.165	-	696	20.750.615
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas, no corrientes	2.136.011	-	2.136.011	-	-	-
Cuentas por cobrar no corrientes	5.691.364	4.408.876	1.282.488	-	-	-
Inversiones contabilizadas utilizando el método de la participación	88.740.606	-	-	-	88.740.606	-
Activos intangibles distintos de la plusvalía	3.831.767	-	3.514.550	-	6.121	311.096
Plusvalía	357.778	-	357.778	-	-	-
Propiedades, planta y equipo	3.956.564	-	3.741.975	-	-	214.589
Propiedades de Inversión	3.142.432.279	-	2.855.087.297	-	4.119.845	283.225.137
Activos por impuestos no corrientes	10.460.577	10.460.577	-	-	-	-
Activos por impuestos diferidos	22.253.188	-	20.126.333	-	189.092	1.937.763
Total activos no corrientes	3.319.502.491	29.010.334	2.890.996.597	-	93.056.360	306.439.200
Total de Activos	3.584.129.572	53.684.909	3.111.809.643	3.234.130	94.242.793	321.158.097

PASIVOS	Al 31 de diciembre de 2021	Al 31 de diciembre de 2021	Al 31 de diciembre de 2021	Al 31 de diciembre de 2021	Al 31 de diciembre de 2021	Al 31 de diciembre de 2021
	M\$	\$ reajutable M\$	\$ no reajutable M\$	Dólar estadounidense M\$	Nuevo sol peruano M\$	\$ Colombiano M\$
Pasivos						
Pasivos corrientes						
Otros pasivos financieros corrientes	148.701.502	84.438.749	33.910	-	-	64.228.843
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	55.453.888	617.297	50.819.296	298.234	178.201	3.540.860
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, corrientes	3.100.998	-	2.568.887	460.543	35.759	35.809
Pasivos por arrendamientos corrientes	1.439.153	925.683	-	499.153	14.317	-
Otras provisiones a corto plazo	896.600	-	896.600	-	-	-
Pasivos por impuestos corrientes	2.502.503	-	2.492.509	-	-	9.994
Provisiones corrientes por beneficios a los empleados	8.678.638	1.132.656	6.898.897	-	-	647.085
Otros pasivos no financieros corrientes	6.150.610	-	4.726.914	-	12.965	1.410.731
Total pasivos corrientes	226.923.892	87.114.385	68.437.013	1.257.930	241.242	69.873.322
Pasivos no corrientes						
Otros pasivos financieros no corrientes	884.219.710	785.061.465	28.716.516	-	-	70.441.729
Cuentas por pagar a entidades relacionadas, no corrientes	33.191.476	-	33.191.476	-	-	-
Cuentas por pagar no corrientes	1.098.361	1.098.361	-	-	-	-
Pasivos por arrendamientos no corrientes	17.052.758	13.497.911	-	3.554.847	-	-
Pasivos por impuestos diferidos	446.872.478	-	446.872.478	-	-	-
Provisiones no corrientes por beneficios a los empleados	1.520.019	1.511.537	-	-	-	8.482
Otros pasivos no financieros no corrientes	25.059.941	13.781.998	10.869.661	102.242	90.123	215.917
Total pasivos no corrientes	1.409.014.743	814.951.272	519.650.131	3.657.089	90.123	70.666.128
Total de Pasivos	1.635.938.635	902.065.657	588.087.144	4.915.019	331.365	140.539.450

26. INFORMACIÓN FINANCIERA POR SEGMENTOS

Los segmentos de operación de la Compañía se han determinado de acuerdo a las principales actividades de negocio que desarrolla Plaza S.A. y Filiales y que son revisadas regularmente por la Administración superior, con el objeto de medir rendimientos, evaluar riesgos y asignar recursos, y para la cual existe información disponible. Debido a que la Compañía desarrolla un sólo negocio, el inmobiliario, la Compañía ha realizado la segmentación por zona geográfica. La información que examina regularmente la Administración de la Compañía corresponde a los resultados de Chile y los resultados en el extranjero.

	Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de							
	2022				2021			
	Chile	Colombia	Perú	Total Negocio	Chile	Colombia	Perú	Total Negocio
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	353.910.713	27.272.831	2.680.232	383.863.776	254.743.230	20.754.883	1.196.486	276.694.599
Costo de ventas	(88.905.975)	(10.258.086)	(1.139.876)	(100.303.937)	(82.296.777)	(8.721.335)	(1.071.315)	(92.089.427)
Gastos de administración	(46.982.374)	(10.260.222)	(142.203)	(57.384.799)	(25.944.456)	(5.702.592)	(182.472)	(31.829.520)

Los informes de gestión y los que emanan de la contabilidad de la Compañía, utilizan en su preparación las mismas políticas descritas en nota de criterios contables y no existen diferencias a nivel total entre las mediciones de los resultados, los activos y pasivos de los segmentos, respecto de los criterios contables aplicados.

A continuación, se expone la información por segmento antes descrita:

Resultados:

Balance:

	Al 31 de diciembre de 2022				Al 31 de diciembre de 2021			
	Chile	Colombia	Perú	Total Negocio	Chile	Colombia	Perú	Total Negocio
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Activos intangibles distintos de la plusvalía	5.038.267	179.241	-	5.217.508	3.514.550	311.096	6.121	3.831.767
Propiedades, planta y equipo	3.647.132	147.654	-	3.794.786	3.741.975	214.589	-	3.956.564
Propiedades de Inversión	2.853.025.274	280.685.540	4.827.382	3.138.538.196	2.855.087.297	283.225.137	4.119.845	3.142.432.279
Otros pasivos financieros corrientes y no corrientes	1.182.733.246	117.643.868	-	1.300.377.114	898.250.640	134.670.572	-	1.032.921.212

Existe un sólo cliente de Plaza S.A. y Filiales que representa más del 10% de los ingresos por actividades ordinarias, el ingreso se detalla por segmento a continuación:

	2022			Por los doce meses terminados al 31 de diciembre de		
				2021		
	Chile	Otros	Total Negocio	Chile	Otros	Total Negocio
	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$	M\$
Ingresos de actividades ordinarias	41.035.255	2.243.902	43.279.157	34.208.662	1.968.066	36.176.728

La información revelada se presenta neta de las eliminaciones correspondientes a las transacciones y resultados entre las empresas que lo conforman. Los resultados y transacciones entre las distintas empresas consolidadas

son eliminados a nivel total, formando parte del consolidado final de Plaza S.A. y Filiales. Esta forma de presentación es la misma utilizada por la Administración en los procesos de revisión periódica del desempeño de la Compañía.

27. COMPROMISOS, RESTRICCIONES Y CONTINGENCIAS

a) Garantías Directas:

La sociedad ha entregado al 31 de diciembre de 2022 garantías por un monto de M\$ 6.374.743.

Plaza S.A., constituyó una Stand by letter en favor de Banco Itaú CorpBanca Colombia S.A. por el monto del crédito que posee Fondo de Capital Privado con dicha institución por M\$COP 90.000.000, la cual se renueva de manera anual hasta el plazo de vencimiento del crédito.

b) Garantías Indirectas:

La Sociedad no ha constituido garantías indirectas para caucionar obligaciones de terceros.

c) Juicios:

Plaza S.A. y Filiales mantiene juicios de diversa naturaleza que registra contablemente según el monto del juicio y su probabilidad de fallo adverso, la que es estimada por los asesores legales como posible, probable o remota. En aquellos casos donde los desembolsos o asuntos tienen baja probabilidad de prosperar y que deberían resolverse a favor de la Sociedad, no se han efectuado provisiones.

Al 31 de diciembre de 2022 y 2021 el detalle de juicios es el siguiente:

Naturaleza de juicios	Al 31 de diciembre de 2022			Al 31 de diciembre de 2021		
	Número de juicios	Monto del juicio	Monto provisionado	Número de juicios	Monto del juicio	Monto provisionado
		M\$	M\$		M\$	M\$
Civil	53	7.932.608	147.763	28	7.217.552	39.863
Consumidor	175	5.064.445	564.025	159	3.617.680	689.060
Laboral	48	973.430	15.156	88	1.628.494	157.340
Otros	18	443.104	20.001	17	306.907	10.337
		14.413.587	746.945		12.770.633	896.600

La Compañía y sus filiales han constituido provisiones para cubrir los eventuales efectos adversos provenientes

de estas contingencias. La Administración estima que son suficientes, dado el estado actual de los juicios.

d) Otras Restricciones:

Al 31 de diciembre de 2022, la Sociedad tiene restricciones financieras establecidas en los contratos de emisión de bonos públicos y/o financiamientos con instituciones financieras:

1. Bonos públicos

Los principales resguardos respecto de la Serie de Bonos D, emitida con cargo a la línea de Bonos N° 583 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de abril de 2009, respecto de las Series de Bonos C y E emitidas con cargo a la línea de Bonos N° 584 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de abril de 2009, respecto a las Series de Bonos H y K emitidas con cargo a la línea de Bonos N° 670 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de mayo de 2011, respecto a la Serie N y U emitida con cargo a la línea 767 inscrita en el Registro de Valores con fecha 23 de septiembre de 2013, respecto de la Serie de Bonos P, emitida con cargo a la línea de Bonos N° 669 inscrita en el Registro de Valores con fecha 30 de mayo de 2011, respecto de la Serie de Bonos S y Z, emitida con cargo a la línea de Bonos N° 980 inscrita en el Registro de Valores con fecha 15 de noviembre de 2019, y respecto de la Serie de Bonos AA y AC, emitida con cargo a la línea de bonos N°979 de fecha 15 de noviembre del 2019, son los siguientes:

l) Nivel de endeudamiento

A contar del 31 de marzo de 2010, mantener al cierre de cada trimestre de los Estados Financieros del emisor, un nivel de endeudamiento definido como la suma de las cuentas otros pasivos financieros corrientes y otros pasivos financieros no corrientes, dividido por el valor de la UF a la fecha de cierre del Estado de Situación Financiera Consolidada del emisor inferior o igual al valor establecido por fórmula.

Se presenta el detalle de cálculo del nivel de endeudamiento máximo establecido en la cláusula décima, número uno, de los contratos de emisión de bonos por línea de títulos de deuda a 10 años y 30 años, y sus modificaciones.

Deuda Máxima Según Covenant Bonos Líneas 583, 584, 669, 670, 766, 767, 979 y 980 al 31 de diciembre de 2022.

	Moneda	Al 31 de diciembre del 2022	Al 30 de septiembre del 2022	Fuente de Información
Período _i		12/31/2022	9/30/2022	
Período _{i-1}		9/30/2022	6/30/2022	
UF _i	\$/UF	35.110,98	34.258,23	
UF _{i-1}	\$/UF	34.258,23	33.086,83	
Efectivo y Equivalentes al Efectivo del Período _i	Miles \$	301.762.494	313.738.210	Estado Situación Financiera período i
Efectivo y Equivalentes al Efectivo del Período _{i-1}	Miles \$	313.738.210	142.834.132	Estado Situación Financiera período i-1
Variación Efectivo _i	Miles \$	(11.975.716)	170.904.078	
Variación Efectivo _i	Miles UF	(341)	4.989	
Garantías a Terceros _i	No hay	-	-	
Total Patrimonio _i	Miles \$	1.955.611.789	1.982.134.753	Estado Situación Financiera período i
Dividendos por Pagar _i	Miles \$	1.033.925	27.453.870	Nota 16 - Estados Financieros período i
Total Patrimonio _{i-1}	Miles \$	1.982.134.753	2.001.041.372	Estado Situación Financiera período i-1
Dividendos por Pagar _{i-1}	Miles \$	27.453.870	9.983	Nota 16 - Estados Financieros período i-1
Variación Patrimonio _i	Miles \$	(52.942.909)	8.537.267	
Variación Patrimonio _i	Miles UF	(1.508)	249	
Propiedades de Inversión _{i-1} ^a	Miles \$	2.855.944.961	2.853.375.603	Estado Situación Financiera período i-1
Impuestos Diferidos Propiedades de Inversión _{i-1} ^b	Miles \$	421.627.411	427.864.757	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 \$	2,49%	3,54%	
Corrección Monetaria Propiedades de Inversión Chile _{i-1}	Miles \$	34.262.876	48.420.527	
Corrección Monetaria Propiedades de Inversión Chile _{i-1}	Miles UF	976	1.413	
Ajuste Propiedades de Inversión fuera de Chile _{i-1}	Miles UF	305	739	
Deuda Máxima _{i-1}	Miles UF	148.713	138.921	
Deuda Máxima _i	Miles UF	147.917	148.713	

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 NIIF 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 NIIF.
f Asociados al ajuste por revalorización debido a la re-adopción de NIIF 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}.

Al 31 de diciembre del 2022, la Deuda Máxima permitida asciende a MUF 147.917 según los contratos de los bonos públicos vigentes. La deuda vigente al 31 de diciembre del 2022 asciende a MUF 37.036.

II) Activos esenciales

Activos esenciales según Bonos con cargo a las Líneas 583, 584, 669, 670, 766 y 767.

Activos correspondientes a quinientos mil metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad directa del Emisor o a través de sociedades Filiales o Coligadas, o respecto a los cuales el Emisor o cualquiera de sus Filiales o Coligadas sean concesionarios en virtud de contratos de concesión cuyo plazo de vigencia sea igual o mayor al plazo de vencimiento de los bonos vigentes emitidos con cargo a las líneas. A estos efectos, a fin de determinar los metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad de Filiales o Coligadas del Emisor, o de los cuales éstas sean concesionarias de acuerdo a lo recién señalado. 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.

Activos esenciales según Bonos con cargo a la Línea 979 y 980.

Activos correspondientes a trescientos mil metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad directa del Emisor o a través de sociedades Filiales o Coligadas, o respecto a los cuales el Emisor o cualquiera de sus Filiales o Coligadas sean concesionarios en virtud de contratos de concesión cuyo plazo de vigencia sea igual o mayor al plazo de vencimiento de los bonos vigentes emitidos con cargo a las líneas. A estos efectos, a fin de determinar los metros cuadrados comerciales arrendables en Chile que sean de propiedad de Filiales o Coligadas del Emisor, o de los cuales éstas sean concesionarias de acuerdo a lo recién señalado. 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.

2. Instituciones financieras

Plaza S.A. y Filiales al 31 de diciembre de 2022 tiene contratados varios financiamientos con instituciones financieras, los cuales tienen asociados las siguientes restricciones financieras:

Sociedad	Covenant	Nivel Exigido	Nivel al 31.12.2022	Observación	Detalle
Nuevos Desarrollos S.A.	Pasivo Corriente Consolidado + Pasivo No Corriente Consolidado / Total Patrimonio Consolidado	<= 2,00 veces	0,76 veces	En Cumplimiento	Cálculo trimestral medido sobre EEEF consolidado de la sociedad de cada período
	(EBITDA + CAJA)/Servicio Deuda	>= 1,10 veces	1,40 veces	En Cumplimiento	Cálculo Semestral medido sobre EEEF de la sociedad de cada semestre
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena	Deuda Financiera Neta < Nivel de Endeudamiento Máximo	MMCOP 410.499	MMCOP 45.208	En Cumplimiento	Cálculo Semestral medido sobre EEEF de la sociedad de cada semestre
	(EBITDA + CAJA)/Servicio Deuda	>= 1,00 veces	4,70 veces	En Cumplimiento	Cálculo Anual medido sobre EEEF de la sociedad de cierre de año
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales Dos	Deuda Financiera Neta / Patrimonio	<= 2,30 veces	0,20 veces	En Cumplimiento	Cálculo Anual medido sobre EEEF de la sociedad de cierre de año
	Deuda Financiera Neta / Patrimonio	<= 2,00 veces	0,68 veces	En Cumplimiento	Cálculo trimestral medido sobre EEEF consolidado de la sociedad de cada período

A la fecha de estos Estados Financieros Consoliados se han cumplido todos los covenants establecidos en los contratos de deuda.

28. ADMINISTRACIÓN DE RIESGOS FINANCIEROS

Existen distintos riesgos en el entorno que pueden afectar el desempeño de nuestro negocio, entre los principales podemos enumerar:

1. Riesgos financieros

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

(i) Riesgo de liquidez

La Compañía gestiona el riesgo de liquidez con el mantenimiento de efectivo y equivalentes al efectivo necesarios para afrontar los desembolsos de sus operaciones habituales.

Adicionalmente, Plaza S.A. y Filiales cuentan con alternativas de financiamiento disponibles, tales como líneas para préstamos bancarios, bonos corporativos y efectos de comercio.

Plaza S.A. y Filiales monitorea su riesgo de liquidez con una adecuada planificación de sus flujos de caja futuros, considerando sus principales compromisos como flujos operacionales, amortizaciones de deuda, pago de intereses, pago de dividendos, pago de impuestos, entre otros, los que en caso necesario son financiados con la debida anticipación y teniendo en consideración potenciales volatilidades en los mercados financieros.

Asimismo, la Compañía gestiona su exposición al riesgo de liquidez invirtiendo exclusivamente en productos de una liquidez inferior a 90 días e igual o superior a calificación crediticia nivel AA, para lo cual cuenta con políticas que limitan el tipo de instrumentos de inversión y la calidad crediticia de sus contrapartes.

La siguiente tabla resume el perfil de vencimiento de los pasivos financieros de Plaza S.A. y Filiales al 31 de diciembre de 2022 y 2021 basado en obligaciones financieras contractuales de pago.

Al 31 de diciembre de 2022	Hasta 1 año M\$	Más de 1 año y hasta 2 años M\$	Más de 2 años y hasta 3 años M\$	Más de 3 años y hasta 4 años M\$	Más de 4 años y hasta 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total M\$
Capital	115.705.022	38.579.965	61.069.101	21.288.985	38.679.965	1.033.804.606	1.309.127.644
Intereses	53.594.783	50.639.397	44.535.667	41.363.653	40.772.563	327.518.605	558.424.668
Totales	169.299.805	89.219.362	105.604.768	62.652.638	79.452.528	1.361.323.211	1.867.552.312

Al 31 de diciembre de 2021	Hasta 1 año M\$	Más de 1 año y hasta 2 años M\$	Más de 2 años y hasta 3 años M\$	Más de 3 años y hasta 4 años M\$	Más de 4 años y hasta 5 años M\$	Más de 5 años M\$	Total M\$
Capital	143.170.930	106.782.406	35.672.408	4.987.268	25.147.268	747.489.157	1.063.249.437
Intereses	36.618.740	29.639.952	27.411.749	27.325.598	26.840.424	180.486.166	328.322.629
Totales	179.789.670	136.422.358	63.084.157	32.312.866	51.987.692	927.975.323	1.391.572.066

Adicionalmente, Plaza S.A. y Filiales gestiona una estructura de capital necesaria para dar continuidad y estabilidad a su negocio. Monitorea continuamente su estructura de capital y las de sus filiales, con el objetivo de mantener una estructura óptima que le permita reducir el costo de capital y maximizar el valor económico de la Compañía. Plaza S.A. y Filiales monitorea el capital usan-

do un índice de deuda financiera neta consolidada sobre patrimonio. Al 31 de diciembre de 2022, el índice antes señalado fue de 0,51 veces.

La Compañía mantiene clasificación crediticia local en Chile con Humphreys, Fitch Ratings y Feller, las que le han otorgado la siguiente clasificación:

	Humphreys	Fitch Ratings	Feller
Bonos y Líneas de Bonos	AA+	AA+	AA+
Efectos de Comercio	Nivel 1+ / AA+	Nivel 1+ / AA+	Nivel 1+ / AA+

(ii) Riesgo de crédito

El riesgo de crédito es el riesgo de pérdida para Plaza S.A. y Filiales en el evento que un cliente u otra contraparte no cumplan con sus obligaciones contractuales. Plaza S.A. y Filiales posee una diversificada cartera de clientes junto con garantías para cubrir riesgos de incobrabilidad.

Los deudores se presentan a valor neto, es decir, rebajados por las estimaciones de deudores incobrables. Estas estimaciones están dadas por un proceso centralizado, a través de un modelo que asocia al cliente por plazo y tipo de morosidad de sus cuentas por cobrar y las garantías constituidas en favor de la Compañía.

La Gerencia Corporativa de Administración y Finanzas, a través de su área de Cobranzas y Riesgo Comercial, es la responsable de minimizar el riesgo de las cuentas por co-

brar, mediante la evaluación de riesgo de los arrendatarios y de la gestión de las cuentas por cobrar. Plaza S.A. y Filiales tienen un proceso centralizado para la evaluación de riesgo de sus clientes, determinando una clasificación para cada uno de ellos, la que se rige por las políticas de riesgo comercial y el procedimiento de análisis de riesgos. En este proceso se analiza la situación financiera del cliente, y eventuales impactos asociados a variables macroeconómicas, de manera de determinar el nivel de riesgo asociado, estableciendo así la constitución de garantías en el caso de ser necesarias.

La Compañía solicita la constitución de garantías a sus clientes en función de los análisis de riesgos efectuados por la Gerencia Corporativa de Administración y Finanzas.

Las garantías recibidas por la Compañía son:

Garantías	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Boletas y Depósitos a Plazo	49.314.890	42.763.017
Pólizas de Seguro	11.076.808	7.418.736
Efectivo	21.906.475	19.788.897
Total	82.298.173	69.970.650

Durante el ejercicio al 31 de diciembre de 2022 y 2021, no se han ejecutado garantías materiales como consecuencia de mora en el pago de los clientes.

Clasificación crediticia interna	% Deuda por vencer	Al 31 de diciembre de 2022 M\$	Al 31 de diciembre de 2021 M\$
Grupo A	Mayor o igual a 70%	65.502.333	65.684.318
Grupo B	Menor a 70% y hasta 40%	5.864.849	4.304.224
Grupo C	Menor a 40% y hasta 10%	1.430.974	1.237.199
Grupo D	Menor a 10%	880.118	372.584
		73.678.274	71.598.325

Los saldos no vencidos y no deteriorados incluyen cuentas cuyas condiciones han sido renegociadas a corto plazo por los siguientes montos y que a la fecha han presentado cumplimiento en su pago:

	M\$
Al 31 de diciembre de 2022	8.686.201
Al 31 de diciembre de 2021	11.040.883

(iii) Riesgo de mercado

Los principales riesgos de mercado a los que se encuentra expuesto Plaza S.A. y Filiales son (a) el tipo de cambio, (b) las tasas de interés y (c) la inflación.

La calidad crediticia de los deudores comerciales por cobrar que todavía no han vencido y que tampoco han sufrido pérdidas por deterioro se evalúa en función de la clasificación crediticia otorgada por el área financiera a través de índices internos de la Compañía.

(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.

Al 31 de diciembre de 2022, el 89,5% de la deuda financiera consolidada, después de coberturas, estaba expresada en UF, y un 10,5% en pesos colombianos. De esta forma, a esta fecha la deuda consolidada de la Compañía no presenta riesgo material por el tipo de cambio.

(b) Riesgo de tasa de interés

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

Al 31 de diciembre de 2022, tiene el 100% de su deuda financiera después de coberturas de moneda a tasa de interés fija.

(c) Riesgo de inflación

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

coberturas (ingresos indexados a la UF en Chile e IPC en Perú y Colombia).

Por otro lado, producto de que las normas contables no contemplan la aplicación de coberturas en estos casos, es posible prever que un incremento de un 3% en el valor de la UF en el horizonte de un año y manteniendo todas las demás variables constantes, generaría un impacto negativo en los resultados anuales de la Compañía de aproximadamente M\$39.011.313, antes de impuestos, considerando tanto los reajustes de los instrumentos de deuda como de los ingresos en Unidades de Fomento.

La Compañía utiliza instrumentos financieros derivados tales como contratos forward, swaps y cross currency swaps con el objetivo de gestionar el riesgo generado en financiamientos por la volatilidad de monedas y tasas distintas a Unidades de Fomento en Chile o indexadas al IPC en Perú y Colombia.

El rol de estos derivados es que los instrumentos utilizados cubran los flujos comprometidos por la Compañía. Al 31 de diciembre de 2022 Plaza S.A. y Filiales poseen los siguientes contratos de derivados:

Deudor	RUT	Contraparte	Banco paga CLP (Monto Contratado)	Tasa CLP	Banco recibe UF (Monto Contratado)	Tasa UF	Fecha Inicio	Fecha Término
Nuevos Desarrollos S.A.	76.882.330-8	Banco de Chile	14.358.260.000	1,70%	500.000,00	0,300%	05/06/2020	05/06/2023
Nuevos Desarrollos S.A.	76.882.330-8	Banco de Chile	14.358.260.000	1,70%	500.000,00	0,300%	05/06/2020	05/06/2023
Totales			28.716.520.000		1.000.000			

Plaza S.A. y Filiales solo realiza operaciones de derivados del tipo de cobertura, y con contrapartes que poseen un nivel mínimo de clasificación de riesgo de nivel AA, según clasificación de riesgo local, las que además son sometidas a un análisis crediticio, previo a entrar en cualquier operación.

2. Daño a personas y/o activos

La Compañía opera un número importante de instalaciones físicas necesarios para la conducción del negocio, las cuales están expuestas a la ocurrencia de eventos internos o externos que podrían ocasionar un eventual daño a las personas y/o perjudicar su operatividad, tales como: incendios, desastres naturales (inundaciones, sismos, lluvias excesivas), asaltos, saqueos, manifestaciones violentas, clausura de locales y suspensión de actividades por orden de autoridad en estados de excepción constitucional o situaciones de emergencia sanitaria, entre otros. Las personas que se pueden ver afectadas son las que asisten a las instalaciones de la Compañía, sean clientes, trabajadores, proveedores, contratistas u otros.

En gran parte estos riesgos se mitigan a través del cumplimiento de los estándares que incorporan el resguardo de la seguridad tanto en materias de construcción y seguridad física, tales como: sistemas antisísmicos, de protección contra incendios y de cámaras de seguridad, entre otros. Además, el riesgo de daño a las personas está mitigado a través de procesos que consideran la identificación oportuna de riesgos y la eliminación de peligros en la operación de los centros comerciales, además por un programa de seguridad y salud ocupacional, y por el plan de mantenimiento, cuyo cumplimiento y resultados son monitoreados continuamente. Por otro lado, el impacto sobre los activos es externalizado a través de la contratación de pólizas de seguros que cubren los riesgos operativos de las propiedades de inversión (centros comerciales en operación y construcción) y los flujos de ingresos asociados a éstos, a través de compañías de seguros de primer nivel.

3. Cambios en las leyes y regulaciones vigentes

Un eventual cambio en el marco normativo vigente, o un cambio en la interpretación de las autoridades regulatorias y/o tribunales, en materias laborales, de libre competencia, regulación urbana, protección al consumidor, entre otras, podría afectar a los ingresos o costos de Plaza S.A. y Filiales. Este tipo de cambios normativos o regulatorios, así como todos los proyectos de ley que nos impactan, son seguidos y analizados por distintas áreas de la Compañía involucradas, con el fin de anticiparnos para asegurar el cumplimiento de la forma más eficiente posible.

4. Riesgos medioambientales – cambio climático

El cambio climático representa una amenaza ambiental relevante que enfrentamos como humanidad, con implicancias a corto, mediano y largo plazo. Mallplaza cuenta con una Política de Medio Ambiente y Cambio Climático que tiene por objeto: i) exigir y promover el cumplimiento de la Normativa Ambiental; ii) detectar y medir todos los agentes de Impactos Ambientales de su actividad, y gestionarlos de manera oportuna para mitigar o reducir los adversos y potenciar los positivos; iii) promover un uso eficiente de los recursos naturales, energéticos e hídricos que emplea; iv) promover criterios de economía circular en la gestión de los residuos; y v) promover la incorporación de metodologías y certificaciones que verifiquen los compromisos adquiridos en objetivos medio ambientales.

5. Ciclo económico

En general las ventas de nuestros socios comerciales 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 las ventas en los Centros Comerciales. Sin embargo, la política comercial de Plaza S.A. y Filiales está enfocada en cobros mayoritariamente fijos, no asociados a las ventas de sus arrendatarios, por lo que los ingresos de Plaza S.A. y Filiales son menos sensibles al ciclo económico de los ingresos obtenidos por los locales comerciales generados en razón de sus ventas. Adicio-

nalmente, 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 entretenición (cines y restaurantes), entre otros.

6. Riesgos de seguridad informática y tecnológica

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

Al respecto, se realizan evaluaciones de seguridad y vulnerabilidades periódicamente, con el fin de adecuar las capacidades para la gestión de alertas, acciones preventivas y control de acceso a la información, incluidas las plataformas tecnológicas y los servicios expuestos a Internet. Adicionalmente, se gestiona la protección y continua actualización de seguridad de la información en los equipos computacionales.

7. Ventas minoristas a través de Internet

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

nes, las que potencian sus visitas al centro comercial. De manera complementaria, Mallplaza ha ido incorporando en su modelo de negocios y relacionamiento con sus socios comerciales, nuevas capacidades logísticas, junto con desarrollar iniciativas digitales y servicios omnicanales que potencian su propuesta de valor para éstos y sus visitantes, las que espera ir fortaleciendo en el tiempo.

8. Riesgos de pérdida de talento

La Compañía depende de la experiencia y conocimientos de sus ejecutivos y colaboradores 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.

29. INSTRUMENTOS FINANCIEROS

a) Composición de activos y pasivos financieros:

	Al 31 de diciembre de 2022		Al 31 de diciembre de 2021	
	Corriente	No Corriente	Corriente	No Corriente
	M\$	M\$	M\$	M\$
Efectivo y equivalentes al efectivo	301.762.494	-	125.026.025	-
Otros activos financieros	27.650	-	27.445	-
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	99.532.590	11.339.312	74.487.937	5.691.364
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	74.286.852	4.133.178	5.283.140	2.136.011
Total Activos financieros	475.609.586	15.472.490	204.824.547	7.827.375
Obligaciones con bancos	115.632.793	150.137.954	143.169.278	203.807.371
Obligaciones con el público	9.317.642	1.018.472.160	5.532.224	676.817.025
Derivados de cobertura	6.816.565	-	-	3.595.314
Total Otros pasivos financieros	131.767.000	1.168.610.114	148.701.502	884.219.710
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	51.608.494	1.202.938	55.453.888	1.098.361
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	2.701.257	32.714.418	3.100.998	33.191.476
Total Pasivos financieros	186.076.751	1.202.527.470	207.256.388	918.509.547

b) Instrumentos financieros por categoría:

	Al 31 de diciembre de 2022		Al 31 de diciembre de 2021	
	Efectivo y equivalente de efectivo, Préstamos y cuentas por cobrar	Derivados de cobertura de flujos de efectivo	Efectivo y equivalente de efectivo, Préstamos y cuentas por cobrar	Derivados de cobertura de flujos de efectivo
	M\$	M\$	M\$	M\$
Activos				
Efectivo y equivalentes al efectivo	301.762.494	-	125.026.025	-
Otros activos financieros	-	27.650	-	27.445
Deudores comerciales y otras cuentas por cobrar	110.871.902	-	80.179.301	-
Cuentas por cobrar a entidades relacionadas	78.420.030	-	7.419.151	-
Total	491.054.426	27.650	212.624.477	27.445

	Al 31 de diciembre de 2022		Al 31 de diciembre de 2021	
	Derivados de cobertura de flujos de efectivo	Pasivos financieros medidos al costo amortizado	Derivados de cobertura de flujos de efectivo	Pasivos financieros medidos al costo amortizado
	M\$	M\$	M\$	M\$
Pasivos				
Obligaciones con bancos	-	265.770.747	-	346.976.649
Obligaciones con el público	-	1.027.789.802	-	682.349.249
Derivados de cobertura	6.816.565	-	3.595.314	-
Total otros pasivos financieros	6.816.565	1.293.560.549	3.595.314	1.029.325.898
Cuentas por pagar comerciales y otras cuentas por pagar	-	52.811.432	-	56.552.249
Cuentas por pagar a entidades relacionadas	-	35.415.675	-	36.292.474
Total	6.816.565	1.381.787.656	3.595.314	1.122.170.621

30. VALOR RAZONABLE DE LOS INSTRUMENTOS FINANCIEROS

El valor razonable es definido como el precio que sería recibido por vender un activo o pagado por transferir un pasivo en una transacción ordenada entre participantes de mercado en la fecha de la medición.

Cuando un instrumento financiero es comercializado en un mercado líquido y activo, su precio estipulado en el mercado en una transacción real brinda la mejor evidencia de su valor razonable. Cuando no se cuenta con el precio estipulado en el mercado o este no puede ser un indicativo del valor razonable del instrumento, para determinar dicho valor razonable se puede utilizar el valor de mercado de otro instrumento, sustancialmente

similar, el análisis de flujos descontados u otras técnicas aplicables; las cuales se ven afectadas de manera significativa por los supuestos utilizados. No obstante, la Gerencia ha utilizado su mejor juicio en la estimación de los valores razonables de sus instrumentos financieros, cualquier técnica para efectuar dicho estimado conlleva cierto nivel de fragilidad inherente. Como resultado, el valor razonable no puede ser indicativo del valor neto de realización o de liquidación de los instrumentos financieros.

Los siguientes métodos y supuestos fueron utilizados para estimar los valores razonables:

a) Instrumentos financieros cuyo valor razonable es similar al valor en libros

Para los activos y pasivos financieros que son líquidos o tienen vencimientos a corto plazo (menor a tres meses), como efectivo y equivalente de efectivo, cuentas por cobrar, cuentas por pagar y otros pasivos corrientes, se considera que el valor en libros es similar al valor razonable.

b) Instrumentos financieros a tasa fija

El valor razonable de los activos y pasivos financieros que se encuentran a tasas fijas y a costo amortizado, se determina comparando las tasas de interés del mercado en el momento de su reconocimiento inicial con las tasas de mercado actuales relacionadas con instrumentos financieros similares.

c) Jerarquías de valores razonables

Plaza S.A. y Filiales clasifica de la siguiente forma los instrumentos registrados a valor razonable:

- Nivel 1: Precio cotizado (no ajustado) en un mercado activo para activos y pasivos idénticos.
- Nivel 2: Input diferentes a los precios cotizados que se incluyen en Nivel 1 y que son observables para activos y pasivos, ya sea directamente (es decir, como precio) o indirectamente (es decir, derivado de un precio).
- Nivel 3: Inputs para activos o pasivos que no están basados en información observable de mercado (inputs no observables).

La siguiente tabla presenta las clases de instrumentos financieros medidos al valor razonable al 31 de diciembre de 2022 y 2021, según nivel de información utilizada en la valoración:

Instrumentos financieros medidos a valor razonable	Al 31 de diciembre de 2022		
	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
	M\$	M\$	M\$
Otros activos financieros	-	27.650	-
Total activos financieros a valor razonable	-	27.650	-
Otros pasivos financieros	-	1.395.838.154	-
Derivados de cobertura	-	6.816.565	-
Total pasivos financieros a valor razonable	-	1.402.654.719	-

Instrumentos financieros medidos a valor razonable	Al 31 de diciembre de 2021		
	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
	M\$	M\$	M\$
Otros activos financieros	-	27.445	-
Total activos financieros a valor razonable	-	27.445	-
Otros pasivos financieros	-	1.102.288.075	-
Derivados de cobertura	-	3.595.314	-
Total pasivos financieros a valor razonable	-	1.105.883.389	-

31. MEDIO AMBIENTE (no auditado)

En relación a lo establecido en la Circular N° 1.901 de la Comisión para el Mercado Financiero, los siguientes son los principales desembolsos que Plaza S.A. y sus Filiales al 31 de diciembre de 2022 han efectuado o esperan efectuar, vinculados con la protección del medio ambiente:

Identificación de la matriz o subsidiaria	Nombre del proyecto al que está asociado el desembolso	Concepto de desembolso	Activo o Gasto	Descripción del activo o ítem de gasto	Importe del desembolso M\$	Fecha cierta o estimada en que los desembolsos a futuro serán efectuados	El proyecto está en proceso o terminado
Inmobiliaria Mall Calama SpA.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	66.992	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	28.791	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	17.977	Mensual	En Proceso
Inmobiliaria Mall Las Américas S.A.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	40.027	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	15.449	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	11.797	Mensual	En Proceso
Nuevos Desarrollos S.A.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	368.804	Mensual	En Proceso
	Digestor de orgánicos	Arriendo digestor de orgánicos	Gasto	Sistema de biodegradación de los residuos orgánicos de locales de food court para generar fertilizante para paisajismo	16.502	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	150.978	Mensual	En Proceso
	Maquina reciclador de botellas y latas	Maquina Ecoven	Gasto	Maquina automática recicladora de botellas PET y latas de aluminio, por cada reciclaje usuario gana descuentos en el Mall.	6.236	Mensual	En Proceso
	Plataforma Recylink	Plataforma control de residuos	Gasto	Plataforma online para ingreso y control de residuos generados por cada uno de nuestros Mall, asegurando trazabilidad para declaración Sinader del RECT	22.120	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	101.542	Mensual	En Proceso
	Punto Limpio	Operación Punto limpio	Gasto	La Operación contempla el procesamiento del material, mantención y administración del sector. Incluye informe mensual de gestión.	21.786	Mensual	En Proceso

Identificación de la matriz o subsidiaria	Nombre del proyecto al que está asociado el desembolso	Concepto de desembolso	Activo o Gasto	Descripción del activo o ítem de gasto	Importe del desembolso M\$	Fecha cierta o estimada en que los desembolsos a futuro serán efectuados	El proyecto está en proceso o terminado
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Barranquilla	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	11.104	Mensual	En Proceso
	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	16.844	Mensual	En Proceso
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Calima	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	9.396	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	5.132	Mensual	En Proceso
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Cartagena	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	9.029	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	21.174	Mensual	En Proceso
Patrimonio Autónomo Centro Comercial Manizales	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	16.814	Mensual	En Proceso
Identificación de la matriz o subsidiaria	Nombre del proyecto al que está asociado el desembolso	Concepto de desembolso	Activo o Gasto	Descripción del activo o ítem de gasto	Importe del desembolso M\$	Fecha cierta o estimada en que los desembolsos a futuro serán efectuados	El proyecto está en proceso o terminado
Plaza Antofagasta S.A.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	50.138	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	33.707	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	19.381	Mensual	En Proceso
Plaza del Trébol SpA.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	88.479	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	22.191	Mensual	En Proceso
	Plataforma Recylink	Plataforma control de residuos	Gasto	Plataforma online para ingreso y control de residuos generados por cada uno de nuestros Mall, asegurando trazabilidad para declaración Sinader del RECT	6.320	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	25.702	Mensual	En Proceso

Identificación de la matriz o subsidiaria	Nombre del proyecto al que está asociado el desembolso	Concepto de desembolso	Activo o Gasto	Descripción del activo o ítem de gasto	Importe del desembolso M\$	Fecha cierta o estimada en que los desembolsos a futuro serán efectuados	El proyecto está en proceso o terminado
Plaza La Serena SpA.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	37.499	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	33.847	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	8.005	Mensual	En Proceso
Plaza Oeste SpA.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	107.440	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	76.542	Mensual	En Proceso
	Maquina reciclador de botellas y latas	Maquina Ecoven	Gasto	Maquina automática recicladora de botellas PET y latas de aluminio, por cada reciclaje usuario gana descuentos en el Mall.	6.236	Mensual	En Proceso
	Plataforma Recylink	Plataforma control de residuos	Gasto	Plataforma online para ingreso y control de residuos generados por cada uno de nuestros Mall, asegurando trazabilidad para declaración Sinader del RECT	6.320	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	28.230	Mensual	En Proceso
Plaza Tobaraba SpA.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	30.125	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	19.803	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	18.960	Mensual	En Proceso
Plaza Vespucio SpA.	Control y tratamiento de riles y alcantarillado	Control sanitario del tratamiento de riles y alcantarillado	Gasto	Servicio preventivo y correctivo para el tratamiento industrial de riles (residuos industriales líquidos) de acuerdo a la normativa ambiental vigente	37.920	Mensual	En Proceso
	Manejo integral de residuos	Gestión integrada desde la recolección hasta la disposición final	Gasto	El manejo integral considera residuos asimilables a domiciliarios desechables - reciclables y residuos orgánicos. Los residuos peligrosos y escombros serán tratados a requerimiento por parte de Mall Plaza	58.144	Mensual	En Proceso
	Programa control de plagas	Prevención y control de plagas (ej: ratones) y control de insectos voladores	Gasto	Fumigación, sanitización y desratización	14.747	Mensual	En Proceso

32. HECHOS POSTERIORES

No existen hechos posteriores ocurridos entre el 31 de diciembre de 2022 y la fecha de emisión de los presentes Estados Financieros Consolidados.



DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

RUT: 76.017.019-4
Razón Social: PLAZA S.A.

En sesión de Directorio celebrada el 29 de marzo de 2023, los Directores y el Gerente General de PLAZA S.A. indicados a continuación, declaran que han tomado conocimiento de la Memoria de la sociedad, y se hacen responsables respecto de la veracidad de toda la información incorporada en ella.

Nombre	RUT	Cargo	Firma
Sergio Cardone Solari	5.082.229-K	Presidente	
Tomás Müller Benoit	10.994.040-2	Director	 Tomás Müller Benoit 10994040-2
Paul Fürst Gwerner	6.979.383-5	Director	
Carlo Solari Donaggio	9.585.749-3	Director	 Carlo Solari Donaggio 9585749-3
Juan Pablo Montero Schepeler	9.357.959-3	Director	 Juan Pablo Montero Schepeler 9357959-3
Claudia Manuela Sánchez Muñoz	9.306.718-5	Directora Independiente	 Claudia M. Sánchez Muñoz 9306718-5
Alejandro Puentes Bruno	8.860.493-8	Director	 Alejandro Puentes Bruno 8860493-8
Dafne González Lizama	14.242.364-2	Directora	 Dafne González Lizama 14242364-2
Pablo Eyzaguirre Court	8.878.318-2	Director	 Pablo Eyzaguirre Court 8878318-2
Fernando de Peña Yver	7.556.207-1	Gerente General	 Fernando de Peña Yver 7556207-1

Esta declaración es efectuada en cumplimiento de la Circular N° 1924, emitida por la Comisión para el Mercado Financiero.

CMF

Santiago, 1 de abril de 2023



