



Humphreys

CLASIFICADORA DE RIESGO

Razón reseña:
**Anual y Cambio de Tendencia
de Clasificación**

A n a l i s t a
Elisa Villalobos H.
Tel. (56) 22433 5200
elisa.villalobos@humphreys.cl

Plaza S.A.

Febrero 2015

Isidora Goyenechea 3621 – Piso16º
Las Condes, Santiago – Chile
Fono 224335200 – Fax 224335201
ratings@humphreys.cl
www.humphreys.cl

Categoría de riesgo	
Tipo de instrumento	Categoría
Bonos Efectos de comercio Tendencia	AA Nivel 1+ / AA Favorable¹
Otros Instrumentos	No hay
EEFF base	31 de diciembre de 2014 ²

Número y Fecha de Inscripción de Emisiones de Deuda	
Línea de bonos Serie D	Nº 583 de 30.04.09 Segunda emisión
Línea de bonos Serie C	Nº 584 de 30.04.09 Primera emisión
Línea de bonos Serie E	Segunda emisión
Línea de bonos Serie G	Nº 669 de 30.05.11 Primera emisión
Línea de bonos Serie I	Segunda emisión
Línea de bonos Serie J	Segunda emisión
Línea de bonos Serie H	Nº 670 de 30.05.11 Primera emisión
Línea de bonos Serie K	Segunda emisión
Línea de bonos Serie L	Nº 766 de 23.09.13 Primera emisión
Línea de bonos Serie M	Primera emisión
Línea de bonos Serie N	Nº 767 de 23.09.13 Primera emisión
Línea de efectos de comercio	Nº 094 de 06.12.12

Estados de Resultado Consolidado IFRS

M\$	dic-09	dic-10	dic-11	dic-12	dic-13	dic-14
Ingresos de actividades ordinarias	114.242.373	126.898.024	146.809.624	165.429.640	192.400.968	226.552.377
Costo de ventas	-20.874.770	-19.210.004	-21.501.569	-27.960.001	-36.207.591	-44.950.347
Ganancia bruta	93.367.603	107.688.020	125.308.055	137.469.639	156.193.377	181.602.030
Gasto de administración	-11.098.003	-16.090.986	-16.826.952	-17.185.648	-23.210.957	-24.549.936
Costos financieros	-25.574.351	-16.421.020	-16.883.119	-19.100.174	-26.523.763	-27.898.491
Ganancia	57.138.169	57.702.114	68.143.315	49.315.332	91.381.224	85.846.522
EBITDA	96.513.461	106.519.451	124.127.684	137.720.916	153.967.852	184.260.630

Balance General Consolidado, IFRS

M\$	dic-09	dic-10	dic-11	dic-12	dic-13	dic-14
Activos corrientes	60.247.525	91.190.053	61.436.583	131.219.006	194.586.093	119.072.941
Activos no corrientes	1.633.694.488	1.668.443.301	1.778.665.264	1.946.723.873	2.151.625.029	2.296.697.104
Total activos	1.693.942.013	1.759.633.354	1.840.101.847	2.077.942.879	2.346.211.122	2.415.770.045
Pasivos corrientes	149.234.139	146.458.683	54.152.790	63.501.037	180.519.607	153.864.473
Pasivos no corrientes	519.620.290	553.446.978	671.710.651	866.261.080	958.323.212	1.066.298.184
Total pasivos	668.854.429	699.905.661	725.863.441	929.762.117	1.138.842.819	1.220.162.657
Patrimonio	1.025.087.584	1.059.727.693	1.114.238.406	1.148.180.762	1.207.368.303	1.195.607.388
Total pasivos y patrimonio	1.693.942.013	1.759.633.354	1.840.101.847	2.077.942.879	2.346.211.122	2.415.770.045
Deuda financiera	438.870.448	459.579.920	469.957.421	629.861.052	825.877.796	834.809.505

¹ Tendencia anterior: Estable

² El presente informe se preparó sobre la base de los estados financieros terminados al 30 de septiembre de 2014. Para efectos de presentación se han incorporado los estados financieros al 31 de diciembre de 2014 recientemente publicados, los cuales, de acuerdo con los análisis previamente efectuados, no afectan la categoría de riesgo asignada. Cabe destacar que el proceso de clasificación de **Humphreys** está basado en los aspectos estructurales del emisor, con un enfoque de largo plazo, por lo cual los resultados de un ejercicio en particular no afectan, necesariamente, la opinión de la clasificadora.

Opinión

Fundamento de la clasificación

Plaza S.A. (Mall Plaza) es un grupo con 24 años de experiencia en la industria de centros comerciales del tipo Mall a través de la construcción, desarrollo, operación y administración de los mismos. Dentro de su rubro es actualmente el principal actor a nivel nacional, operando quince centros comerciales en el país, de los cuales siete se ubican en la Región Metropolitana. Además, cuenta con presencia en Perú con cinco *malls*: Mall Aventura Plaza Bellavista (Callao), Mall Aventura Plaza Arequipa (Arequipa), Mall Aventura Plaza Trujillo (Trujillo), Mall Aventura Plaza Santa Anita (Lima) y Mall Aventura Plaza Cayma (Arequipa). También de estar presentes en Colombia con un *mall*: Mall Plaza El Castillo (Cartagena de Indias).

A diciembre de 2014, la empresa generó ingresos por aproximadamente UF 9,2 millones. Su deuda financiera asciende a cerca de UF 33,9 millones, prácticamente en los mismos niveles que a diciembre de 2013. Actualmente, mantiene una superficie arrendable del orden de los 1.487.000 metros cuadrados (1.176.000 m² en Chile, 285.000 m² en Perú y 26.000 m² en Colombia).

La tendencia de la clasificación de los títulos de deuda de oferta pública emitidos por **Mall Plaza**, se modifican, desde "Estable" a "Favorable", atendiendo al crecimiento que la sociedad ha experimentado en estos últimos cuatro años, en términos de metros cuadrados disponibles, contribuyendo a mejorar la diversificación por centros comerciales y, por ende, a disminuir su exposición al deterioro en las ventas de algún *mall* en particular. En los últimos cuatro años hubo un crecimiento de 1,02 a 1,49 millones metros cuadrados arrendables que conllevó a que el EBITDA de ninguno de sus centros comerciales superara el 18% siendo que en 2010 algunos representaban el 22%. De hecho, entre 2010 y 2014, el índice IHH (utilizado para medir la concentración de un mercado) calculado sobre la contribución por centro comercial al EBITDA de la compañía, bajo desde los 1.209 a 967. Todo esto se da en un contexto de niveles de deuda controlados.

En efecto, a diciembre de 2013, la deuda financiera sobre EBITDA fue de 5,4 veces, mientras que en el año móvil finalizado en septiembre de 2014 fue de 4,8 veces. Mientras que la deuda financiera en relación al Flujo de Caja de Largo Plazo (FCLP)³ –bastante más restrictivo que el EBITDA– fue de 8,2 veces a diciembre de 2013; el índice disminuyó a 7,3 veces en el año móvil finalizado en septiembre de 2014. Así también el cambio de tendencia considera el hecho que la empresa no tiene programada inversiones que le impliquen montos mayores a los ejecutados durante 2014.

Los principales fundamentos que sustentan la clasificación en "Categoría AA" de los títulos de deuda de **Mall Plaza** son, principalmente, la estabilidad que presentan los indicadores financieros y la generación de caja de la compañía, aun tomando en consideración la crisis económica ocurrida a nivel mundial y nacional durante los años 2008 y 2009, lo que deja de manifiesto que su estructura de ingresos es en los hechos altamente inelástica con respecto al consumo, tanto por su política de tarifas de arrendamiento, esencialmente fijas, como por la sólida demanda que presentan sus centros comerciales. De esta forma, el potencial de crecimiento de los ingresos del emisor va de la mano, esencialmente, del aumento de la superficie arrendable.

³ El FCLP es un indicador determinado por la clasificadora que representa el flujo de caja que debiera generar el emisor como promedio en el largo plazo, antes de dividendos e inversiones, dado su comportamiento pasado y su actual estructura de activos. Es más restrictivo que el EBITDA y no responde a los resultados de un año en particular.

También se destacan las características propias del negocio, las cuales, una vez que se materializan las inversiones, permiten que el flujo de caja operacional de la empresa sea elevado en relación con su nivel de ingresos. Junto con lo anterior, se debe considerar que la administración de 21 centros comerciales atenúa los efectos del debilitamiento de un punto de venta en particular, que los arriendos se encuentran mayoritariamente pactados a largo plazo, teniendo en la actualidad una madurez promedio cercana a los ocho años, y en unidades de fomento, lo cual limita los impactos de la inflación sobre los ingresos.

Además, un elemento favorable dice relación con la política respecto al *duration* de su deuda, el cual se ha alineado en relación con lo exhibido por sus contratos de arriendos (fuente generadora de ingresos). Actualmente, el *duration* de la deuda financiera es de 7,5 años, mientras que el de los contratos es de 8 años.

En la práctica, la estructura de vencimientos de deuda protege a la compañía ante una eventual baja significativa en su capacidad de generación de flujos, ya sea por reducciones importantes en las tarifas de arriendo y/o por disminuciones en los niveles de ocupación, situación que en el largo plazo da un margen adecuado de seguridad a los bonistas ante posibles cambio en los hábitos de compra de los consumidores (menor concurrencia a centros comerciales).

Complementariamente, la clasificación se ve favorecida por el liderazgo del grupo a nivel nacional en el negocio inmobiliario orientado a la industria retail. Asimismo, se reconoce su experiencia en el desarrollo de nuevos centros comerciales, en términos de su capacidad de análisis de nuevas locaciones, procesos de negociación en compras de terrenos y relación con arrendatarios.

La categoría de riesgo asignada incorpora como elemento positivo la presencia del Grupo Falabella como el controlador de la entidad. Por un lado, este grupo presenta una elevada solvencia, liderazgo y experiencia en el sector comercial. Por otra parte, los diferentes segmentos de negocios en los que está presente el grupo controlador han actuado como tiendas anclas de los proyectos desarrollados por Plaza.

Desde otra perspectiva, la clasificación de los títulos de deuda se ve contraída por el hecho de que la sociedad –inserta en el rubro inmobiliario-retail– requiere hacer inversiones relevantes en activos fijos para llevar a cabo sus planes de crecimiento, las cuales son financiadas con un *mix* de aportes de los accionistas, flujos de efectivo generados por la operación de otros centros comerciales y deuda con terceros. En este sentido, la ejecución de proyectos no exitosos o menos rentables que los existentes, podría deteriorar la relación actual entre la capacidad de generación de flujos del emisor y sus obligaciones financieras. Con todo, la compañía cuenta con políticas que mitigan el riesgo de una baja rentabilidad y el riesgo de viabilidad de los proyectos, entre las que se encuentran el disponer de contratos de arriendo y/o cartas de compromiso firmadas con locatarios previo al inicio de las obras de construcción y que el financiamiento de las obras se encuentre asegurado antes de ejecutar las mismas.

El proceso de evaluación también incorpora el alto nivel de competencia en el sector en que se desenvuelve la compañía, lo que puede generar -en el mediano-largo plazo- presiones en el precio de arrendamiento de cada local. Tampoco se puede descartar que en a futuro existan cambios en los hábitos de compra de los consumidores que generen una disminución en la demanda de los centros ya existentes y/o pueda provocar un exceso de capacidad instalada en zonas geográficas específicas. Todos estos aspectos reducirían los niveles de “holgura” para el pago de los bonos, pero difícilmente provocarían un incumplimiento de los compromisos financieros adquiridos.

A futuro, la clasificación de solvencia de **Mall Plaza** –dado el bajo nivel de riesgo asignado– podría verse favorecida si el negocio mantiene los actuales niveles de endeudamiento relativo, es decir, la deuda financiera sobre FCLP no supere las 7,5 veces.

Asimismo, para la mantención de la clasificación es necesario que la empresa mantenga el perfil de pago de su deuda, donde vencimientos anuales puedan ser cubiertos con la generación de caja propia del negocio, incluso suponiendo disminuciones relevantes en el precio de arrendamiento por metro cuadrado.

Resumen Fundamentos Clasificación

Fortalezas centrales

- Estabilidad de sus indicadores y alta generación de caja (el margen EBITDA alcanza ratios superiores al 80%).
- Amplia cartera de centros comerciales con contratos de arrendamientos mayoritariamente a tarifas fijas y de largo plazo.

Fortalezas complementarias

- *Duration* de la deuda que se ha tendido a igualar al *duration* de sus contratos.
- Liderazgo de mercado, sumado a la experiencia en el desarrollo de nuevos centros comerciales
- Apoyo de su grupo controlador (Falabella).

Riesgos considerados

- Endeudamiento comparativamente elevado, producto de elevados niveles de inversión por proyecto.
- Reducción de precios de arrendamiento por mayor competencia o cambio de hábito de consumidores (de baja probabilidad de darse en forma abrupta en períodos reducidos de tiempo).
- Realización de proyectos que no sean lo suficientemente exitosos como se habían proyectado en un inicio.

Hechos recientes

Resultados a diciembre de 2013

Los ingresos ordinarios a diciembre de 2013 llegaron a los \$ 192.400 millones, lo cual implica un aumento de 16,3% en relación a lo alcanzado en el mismo periodo del año anterior. Los costos de venta alcanzaron los \$ 36.207 millones presentando un incremento de 29,4% en relación a diciembre 2012.

Por su parte, los gastos de administración alcanzaron los \$ 23.211 millones, lo que representa un aumento del 35,0% con respecto al mismo periodo del año anterior.

Con todo, la compañía alcanzó una utilidad final de \$ 91.381 millones, lo que significó un aumento de 85% respecto de mismo periodo año 2012, Esto se produce por la baja en las ganancias sucedidas a diciembre de 2012 producto principalmente del aumento en el gasto por impuesto a las ganancias, generado por el cambio en la normativa tributaria que lo elevó a 20%.

En términos de su deuda financiera, **Mall Plaza** mantenía a diciembre de 2013 obligaciones por \$ 825.878 millones. Por su parte, el EBITDA generado por la compañía en los últimos doce meses a igual fecha, correspondía a \$ 153.968 millones. La deuda financiera de la compañía, en relación a su EBITDA es de 5,4⁴ veces. Lo anterior, a juicio de **Humphreys**, es consistente con el modelo de negocio de **Mall Plaza**, rubro

⁴ 4,7 veces considerando deuda financiera neta sobre EBITDA.

inmobiliario, donde el monto de la inversión inicial es elevado, pero reducido en la etapa de operación con flujos estables en el tiempo, lo que sumado a un perfil de pago adecuado, permite a la compañía hacer frente de manera holgada a sus obligaciones, incluso en escenarios de alto *stress* económico.

Resultados a diciembre de 2014

Durante 2014 la compañía generó ingresos por \$226.552 millones, lo que representa un incremento igual a 17,7% respecto del mismo periodo de 2013. Esto se debe a mayores arriendos en todos los malls de la cadena, mayores ingresos en el cobro de estacionamientos, junto con la apertura de Mall Plaza Egaña (diciembre 2013) y Mall Plaza Copiapó (noviembre 2014). Los costos de ventas crecieron un 24,1% a \$ 44.950 millones, lo que responde a mayores gastos operacionales asociados a la puesta en marcha de nuevas ampliaciones y la apertura de centros comerciales. A su vez, los gastos de administración crecieron un 5,8% a \$ 24.550 millones. De esta forma, el EBITDA de la compañía finalizó el periodo con un alza de 19,7%, llegando a \$ 184.261 millones. Esta cifra equivale a 81% de los ingresos.

La deuda financiera de la empresa finalizó en \$ 834.810 millones, lo que representa un incremento de 1,1% respecto de diciembre de 2013. De esta forma, la deuda financiera de la compañía, en relación al EBITDA, es de 4,5⁵ veces.

Definición de categorías de riesgo

Definición Categoría AA (títulos de largo plazo)

Corresponde a aquellos instrumentos con una muy alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, la cual no se vería afectada en forma significativa ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.

Definición Nivel 1 (N-1) (títulos de corto plazo)

Corresponde a aquellos instrumentos que cuentan con la más alta capacidad de pago del capital e intereses en los términos y plazos pactados, la cual no se vería afectada en forma significativa ante posibles cambios en el emisor, en la industria a que pertenece o en la economía.

(+): El signo “+” representa a aquellos instrumentos con menor riesgo relativo dentro de su categoría.

Tendencia Favorable

Corresponde a aquella clasificación que podría mejorar como consecuencia de la situación o tendencia mostrada por el emisor.

Oportunidades y fortalezas

Líder de mercado: Mall Plaza es el principal operador de centros comerciales en Chile, con 1.176.000 metros cuadrados arrendables dentro del país y una afluencia de 218 millones de personas al año. Lo anterior representa una ventaja comparativa para la compañía en diversos ámbitos, entre los que se encuentra la diversificación de ingresos por *mall*. Además, este liderazgo se da dentro de un sector que, comparado con los estándares de países desarrollados, presenta un bajo nivel de penetración. Además cuenta con diversificación

⁵ 4,4 veces considerando deuda financiera neta sobre EBITDA.

geográfica que le permite tener una mayor estabilidad en los flujos y no ser mono dependiente de las fluctuaciones económicas de las regiones o de los países.

Composición, nivel y estabilidad de los flujos: Los ingresos de la compañía están determinados fundamentalmente por el arrendamiento de sus espacios comerciales. La fortaleza en el caso de los ingresos viene dada por el alto componente fijo de los mismos (que a la fecha es más del 90%), los cuales están establecidos en contratos de arriendo a largo plazo (que varían desde un promedio en torno a los cinco años para las tiendas especializadas y hasta sobre 20 años para las tiendas departamentales) y valorizados en Unidades de Fomento, lo que permite a la compañía no exponerse a la volatilidad del mercado minorista, sino que más bien estar ligada al crecimiento del país. Asimismo, se observa estabilidad histórica en los flujos del grupo gracias a una alta tasa de ocupación de sus *malls*. Esta fortaleza quedó efectivamente manifestada en la crisis del año 2008-2009, período en que la empresa mantuvo su rendimiento.

Además, puesto que el negocio es intensivo en inversión, pero de bajos costos y gastos de explotación, su etapa operativa le permite la generación de excedentes elevados para el pago de sus pasivos (la compañía posee un margen EBITDA mayor al 80%), independiente que en el futuro presentara una reducida capacidad de retribuir a su capital.

Elevado know how en su mercado: Dentro del negocio de los centros comerciales, un factor de vital importancia dice relación con la operación, así como también de la ubicación de cada *mall*. Dado lo anterior, una fortaleza relevante para **Mall Plaza** es la amplia trayectoria que posee desarrollando proyectos de centros comerciales (24 años), alcanzando un conocimiento elevado en cuanto a la operación, unido a una experiencia específica en lo que se refiere a negociación de compra de nuevos terrenos, así como la elección de ellos en base a estudios técnicos enfocados a determinar el flujo que tendrá cada nuevo proyecto a construir. De la misma manera, la empresa posee un fuerte conocimiento en relación a proyectos de remodelación y ampliación de sus centros comerciales ya existentes, lo cual significa una intervención no menor en su operación. Todo lo anterior queda reflejado en el éxito de su actual *mix* de centros comerciales.

Solvencia del controlador: Finalmente, se destaca la solvencia del grupo controlador de **Mall Plaza**, el Grupo Falabella, entidad con capacidad financiera para apoyar futuros requerimientos de capital y con experiencia en el sector comercial (Falabella presenta activos y patrimonio por cerca US\$ 18.416 millones y US\$ 6.915 millones, respectivamente⁶).

Factores de riesgo

Riesgo de crecimiento: Como y se ha citado anteriormente, el negocio inmobiliario es intensivo en inversión, con lo cual la realización de proyectos no exitosos podría implicar una importante caída de los flujos de caja en relación con los niveles de deuda, disminuyendo la capacidad de pago de la empresa. En todo caso, se reconoce que este elemento está atenuando por las existencia de 21 centros comerciales (baja la importancia relativa de cada nueva inversión) y por la experiencia del emisor (24 años en el mercado y líder de la industria).

Competencia: En general, todos los agentes del mercado están asociados a grupos de importancia en el contexto nacional y con capacidad de acceder a fuentes de financiamientos para apoyar su crecimiento. Entre los grupos de relevancia con presencia en el sector se cuenta a Cencosud, Ripley, D&S y Parque Arauco.

⁶ Según datos al 30 de septiembre 2014.

Hábitos de compra de la población: El éxito de los centros comerciales está dado por la afluencia de público; sin embargo, a futuro, en el mediano o largo plazo, podría haber cambios en las costumbres de los consumidores, privilegiando locaciones menos concurridas o incrementándose las compras vía internet. En todo caso, se considera que un atenuante es que en los últimos años las compras en centros comerciales han ido consistentemente en aumento.

Concentración en la generación de caja: No obstante que **Mall Plaza** presenta una diversificación superior al de su competencia específica, en términos relativos mantiene aún centros comerciales específicos que representan una porción importante del EBITDA de la compañía. Los cinco principales centros comerciales representan cerca del 59% del EBITDA. Sin embargo, cabe mencionar que esta concentración ha ido disminuyendo en el tiempo, en 2010 los cinco principales centros comerciales generaban el 68% del EBITDA.

Exposición al tipo de cambio: Por sus inversiones y actividades en Colombia y Perú las fluctuaciones en la paridad del tipo cambio afectan tanto el balance de la compañía como sus resultados

Antecedentes generales

Historia

En 1990 se inauguró Mall Plaza Vespucio, primer centro comercial del grupo, el que presentó una innovación significativa en cuanto a su formato. Este *mall* se convertiría con los años en un modelo a seguir por el resto de los partícipes de la industria. Posteriormente, en 1994 se abrió Mall Plaza Oeste, ubicado en la comuna de Maipú. Hacia fines de los años noventa se siguieron abriendo centros comerciales, tales como Mall Plaza Trébol, Mall Plaza Tobalaba, Mall Plaza Los Ángeles y Mall Plaza La Serena. En la década de 2000 se inauguraron Mall Plaza norte, Mall Plaza Antofagasta, Plaza Aventura (en Perú), Mall Plaza Alameda y Mall Plaza Sur, también se efectuó la compra de Mall Calama S.A. En los últimos años la compañía ha incursionado en Colombia con la apertura de Mall Plaza el Castillo y ha seguido con la apertura de centros comerciales en Perú.

Actualmente la compañía está enfocada en la finalización de un centro comercial en Chile: Mall Plaza Copiapó, además del desarrollo de Mall Plaza Los Dominicos y de Mall Plaza Barón.

Propiedad

Al 31 de diciembre de 2014 la propiedad de **Mall Plaza** se compone de la siguiente manera:

Accionista	% Propiedad
Desarrollos Inmobiliarios S.A. (filial Falabella)	59,28%
Inversiones Avda. Borgoño Ltda.	20,06%
FIP Tissa S.A.	13,71%
Inversiones Amal Ltda.	4,12%
Inversiones Prima Ltda.	2,76%
FIP IMT Cachagua	0,08%
Total	100,00%

Líneas de negocio

El negocio de **Mall Plaza** está fundamentalmente enfocado a la construcción y posterior arriendo de centros comerciales. Para lo anterior, el grupo ha desarrollado una amplia gama de tipos de locales, que ayudan a cubrir las necesidades tanto del público que acude a los centros comerciales, como las necesidades específicas de espacio que requieren sus arrendatarios. Además, la estrategia de desarrollo logra diversificar los ingresos por distintos rubros, así como también atomizar el número de arrendatarios. A continuación se presenta la distribución por tipo de local que posee **Mall Plaza** al 31 de diciembre de 2014:

Tipo de Negocio ⁷	
Tiendas Departamentales	51
Tiendas Especializadas	2.202
Supermercado y Mejoramiento de Hogar	34
Entretenimiento	564
Automotriz	176
Edificios y Servicios	622

Análisis financiero

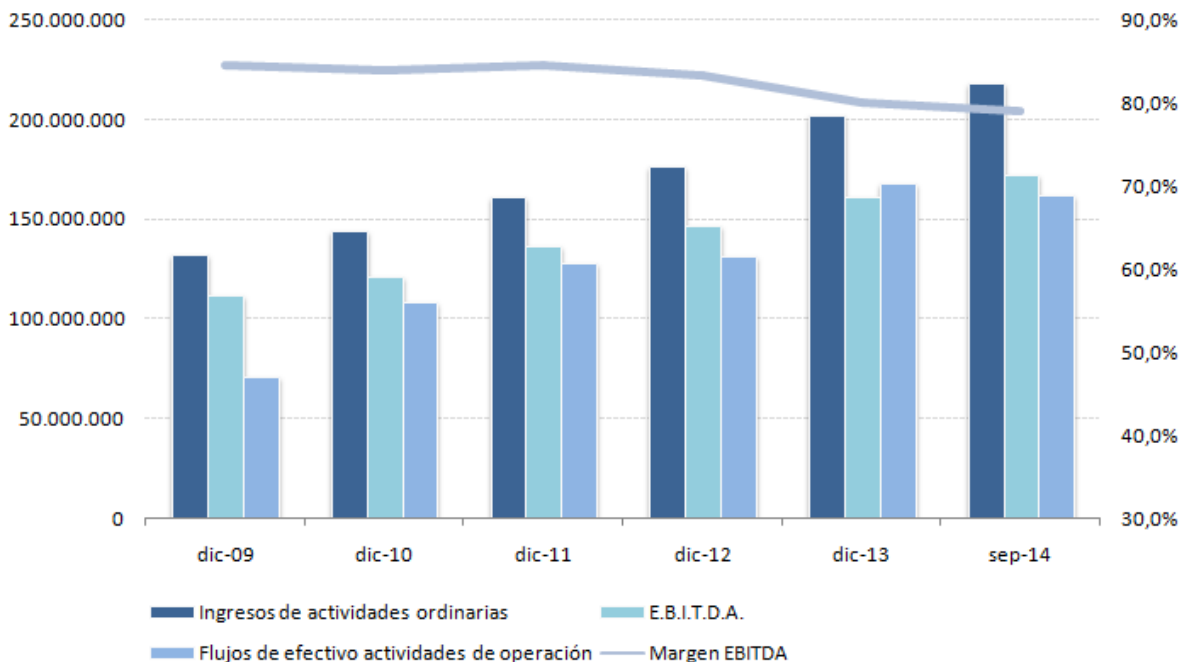
Ingresos, resultados y EBITDA

Los ingresos de explotación muestran un comportamiento con baja volatilidad y con un crecimiento constante. En los últimos cinco años, los ingresos han crecido en promedio un 10,6% anual, de la mano de la entrada de nuevos centros comerciales en operación. En cuanto a la relación EBITDA sobre ingresos, descontado el recupero del gasto común, se observa un ratio elevado y relativamente constante para los periodos analizados, es así como para el ciclo 2009 al año móvil finalizado en septiembre de 2014 este ratio ha superado el 80% de los ingresos, en todo el periodo de evaluación.

Con lo anterior, queda en evidencia la alta capacidad de generación de caja, los flujos de efectivos netos procedentes de la operación han representado sobre el 70% de los ingresos en los últimos cinco años.

⁷ Las cifras incorporan los *malls* administrados en Chile, Perú y Colombia.

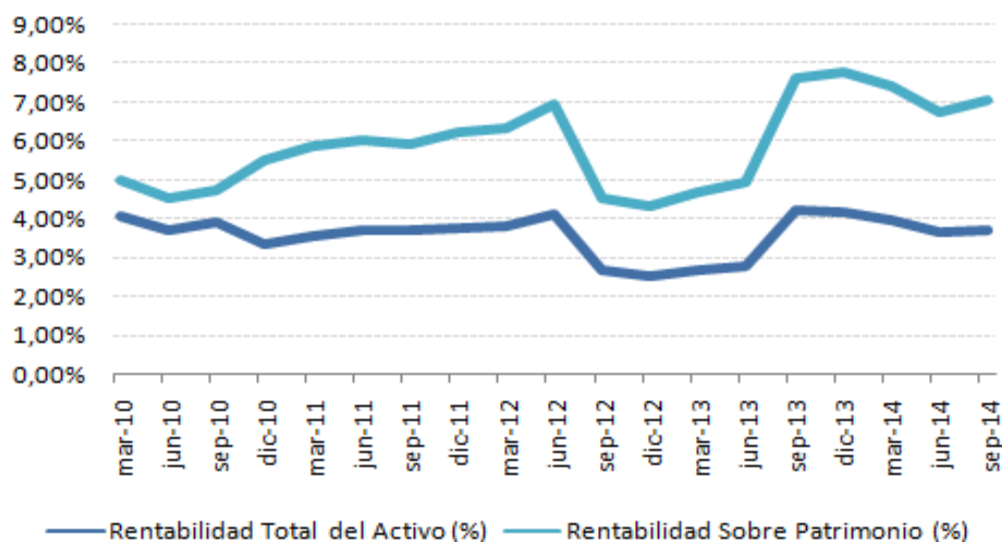
Ilustración 1
Evolución de los ingresos, flujo de efectivo de la operación y EBITDA
 (Miles de pesos)



Rentabilidad

A partir del año 2009, se aprecia una disminución en la rentabilidad de la compañía producto principalmente de dos efectos: la valorización a valor justo de los activos como consecuencia de la aplicación inicial de la norma IFRS, lo cual hizo aumentar el activo y el patrimonio de la sociedad y al hecho de que en la nueva norma contable no corrige monetariamente las propiedades de inversión, optando la compañía además por el método de costo histórico para valorizar las mismas período a período. Sin embargo, ya desde el tercer trimestre del año 2010, los indicadores tomaron sendas de crecimiento constantes, hasta septiembre de 2012, cuando se produce una baja en los resultados de la compañía, producto de la entrada en vigencia de la Ley N° 20.630 que aumenta la tasa de impuesto a la renta al 20%. Lo anterior, implicó una baja en los resultados debido a la generación de un mayor pasivo por impuesto diferido, que se produce principalmente por el efecto sobre las propiedades de inversión. Este efecto se aplicó en forma extraordinaria y por única vez debido al cambio en la tasa de impuesto a la renta. Finalmente en diciembre de 2013 se observa un evidente aumento del resultado de la compañía, el que alcanza los \$ 91.381 millones (un 85% de aumento en las ganancias en comparación a diciembre 2012 por efecto exclusivo de la Ley N° 20.630, un aumento anormal dado la base de comparación del año 2012). Al año móvil finalizado en septiembre de 2014, la rentabilidad sobre activos finalizó en 3,7%, inferior al 4,1% alcanzado en 2013, producto de la menor ganancia debido al aumento de la cuenta de resultados por unidades de reajuste. Por la misma razón anterior, la rentabilidad sobre patrimonio tuvo un menor desempeño bajando desde el 7,8% alcanzado en diciembre de 2013, al 7,1% de septiembre de 2014.

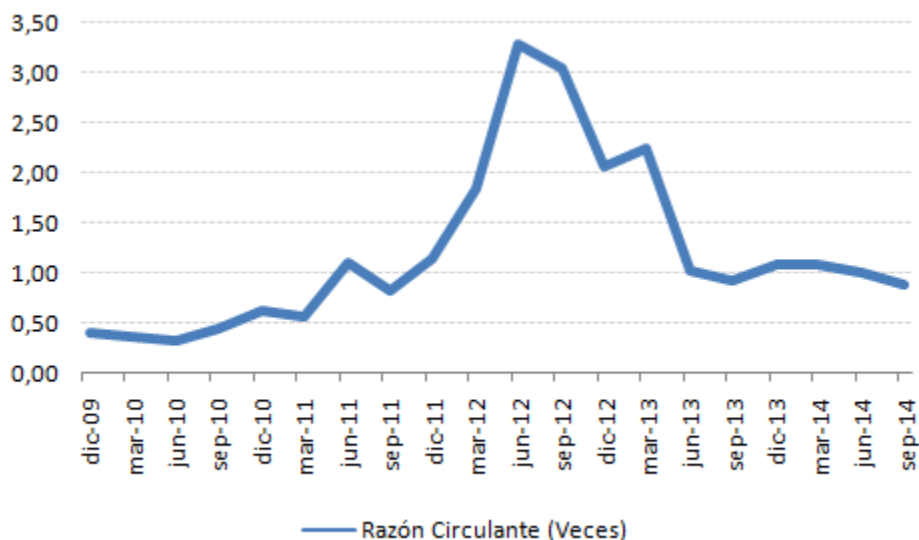
Ilustración 2
Evolución de la rentabilidad de los activos y del patrimonio
(%)



Liquidez

La liquidez de la compañía, medida como la razón circulante, presenta niveles inferiores a uno hasta el primer semestre de 2011, posteriormente mostró un aumento importante, llegando a superar las tres veces, esto producto del incremento del activo corriente, específicamente de la cuenta "Efectivo y equivalente al efectivo" como resultado de la emisión de bonos realizada en junio de 2012. Posteriormente se han mantenido niveles de liquidez elevados producto de una elevada posición de caja. La liquidez ha tenido un sucesivo debilitamiento llegando a septiembre de 2014 a niveles menores a 1 debido a la disminución del efectivo y sus equivalentes producto del pago de deudas financieras e inversiones en propiedades de inversión.

Ilustración 3
Evolución de la razón circulante
(Veces)

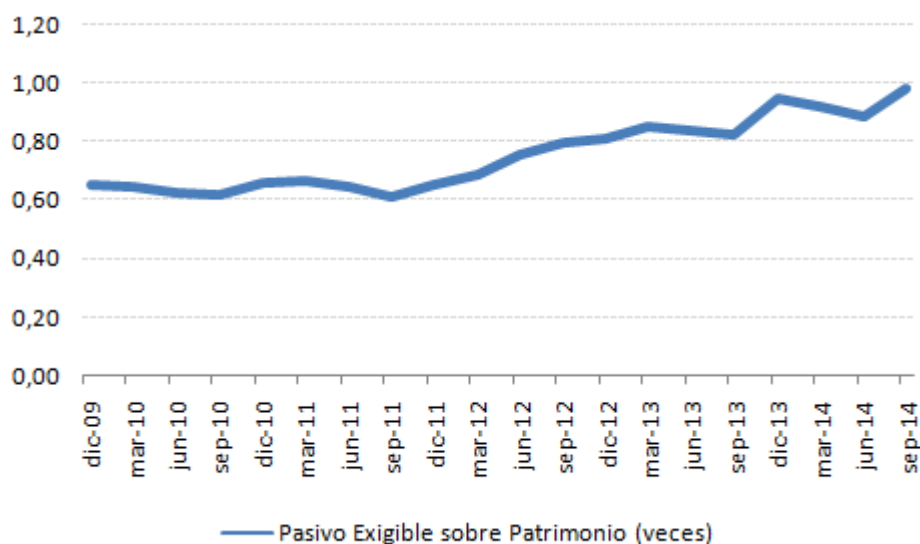


Endeudamiento

En general, el endeudamiento de la compañía, medido como pasivo exigible sobre patrimonio, ha presentado niveles estables, y no muy elevados (sobre todo si se considera que se trata de un negocio inmobiliario). Sin perjuicio de lo anterior, durante el periodo 2011 a 2013 la compañía ha mostrado un aumento en su endeudamiento, principalmente por el financiamiento, en parte vía deuda, de algunos proyectos como Plaza Egaña y Plaza Copiapó. A septiembre de 2014, y producto de la reforma tributaria al contabilizar el efecto en impuesto diferido dentro del patrimonio, la razón de endeudamiento subió desde 0,94 veces, en diciembre de 2013, a 0,98 veces, a septiembre de 2014.

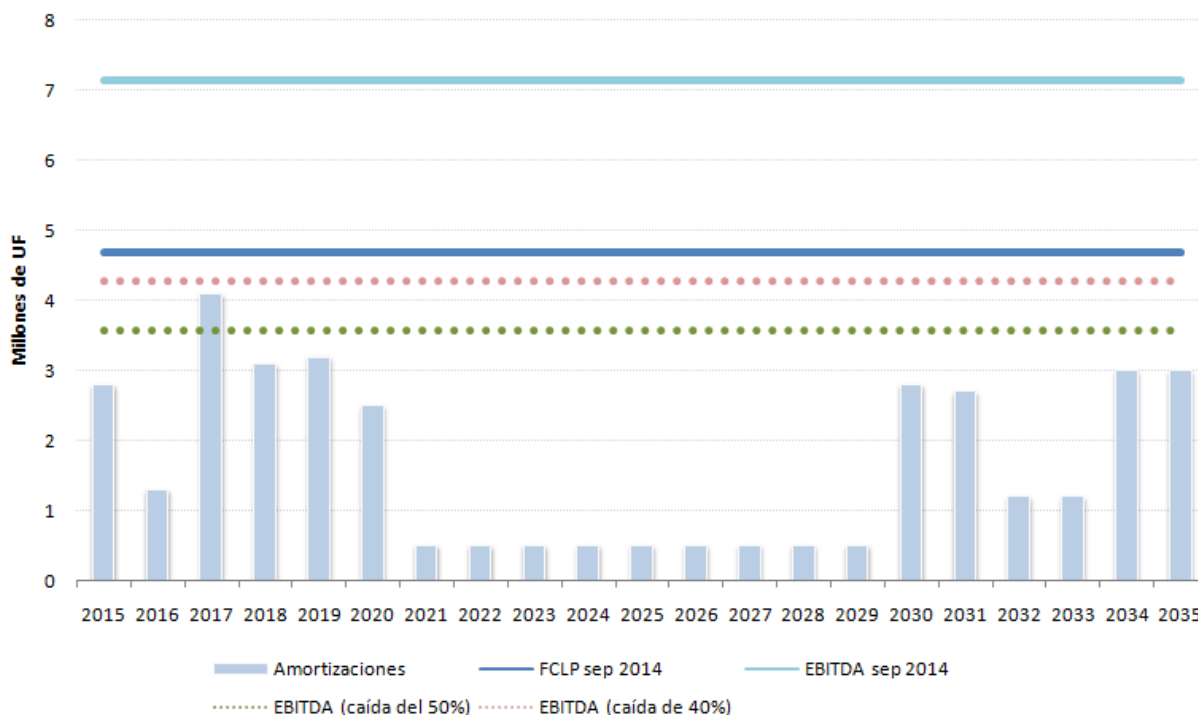
Cabe destacar que la política de Mall Plaza ha sido la diversificación de sus fuentes de financiamiento y la de calce a la *duration* de los flujos de la deuda con los de los arriendos. También se debe destacar que entre 2009 y 2010 se produjo una baja en el indicador del endeudamiento contable, producto del aumento del patrimonio de la compañía por la valorización de los activos de la compañía a valor justo.

Ilustración 4
Evolución del pasivo exigible
(Veces)



En relación al perfil amortizaciones, se observa que éste posee una estructura acorde con el perfil del negocio (de largo plazo), con reducidos montos a pagar comparado con su generación de EBITDA y Flujo de Caja de Largo Plazo (FCLP), se puede concluir que con el FCLP se alcanza a pagar el servicio de la deuda en todo momento del tiempo con una menor holgura el año 2017 y los seis últimos años.

Ilustración 5
Evolución del perfil de vencimientos frente al FCLP y EBITDA
 (Millones de UF)



Covenants financieros

Covenant financiero		
Miles de UF	Límite	dic-14
Deuda máxima permitida	65.888	33.898

"La opinión de las entidades clasificadoras no constituye en ningún caso una recomendación para comprar, vender o mantener un determinado instrumento. El análisis no es el resultado de una auditoría practicada al emisor, sino que se basa en información que éste ha hecho pública o ha remitido a la Superintendencia de Valores y Seguros y en aquella que ha sido aportada voluntariamente por el emisor, no siendo responsabilidad de la firma evaluadora la verificación de la autenticidad de la misma."