



RESULTADOS DEL CUARTO TRIMESTRE 2016



Creando valor

Para mayor información contactar a:

Carlos Fainsod Leff
Director de Finanzas y Relación con
Inversionistas para temas financieros
cfainsod@planigrupo.com
(55) 91.77.08.70 Ext. 112

Diego Covarrubias Patiño
Director Jurídico y Relación con
Inversionistas para temas legales
dcovarrubias@planigrupo.com
(55) 91.77.08.70 Ext. 173



PLANIGRUPO Resultados Consolidados del Cuarto Trimestre

Ciudad de México, a 22 de febrero de 2017 – Planigrupo Latam, S.A.B. de C.V. y subsidiarias (en lo sucesivo “**PLANIGRUPO**” o la “**Sociedad**”) (*Clave de Cotización en la Bolsa Mexicana de Valores: PLANI*), es una empresa desarrolladora, operadora y propietaria de centros comerciales, completamente integrada, con 40 años de experiencia en el desarrollo, diseño, construcción, comercialización y administración de centros comerciales en México. El día de hoy **PLANIGRUPO** publicó los resultados relativos al cuarto trimestre de 2016 (en lo sucesivo el “**4T16**”).

Todas las cifras han sido preparadas de acuerdo con las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera), o por sus siglas en inglés IFRS (International Financial Reporting Standards), y se expresan en millones de pesos mexicanos (“Ps.” y/o “\$”).

Los resultados financieros de **PLANIGRUPO** que se describen en el presente reporte no han sido auditados, por lo que las cifras mencionadas a lo largo del presente reporte podrían presentar ajustes en el futuro.

Este documento contiene mediciones financieras que no están calculadas de conformidad con las NIIF ni están reconocidas por las mismas, las cuales se definen a continuación:

- **NOI**, por sus siglas en inglés, significa el ingreso neto de operación, el cual definimos como los ingresos por rentas, ingresos por administración de plazas y comisiones por arrendamiento, *menos* los gastos de administración, mantenimiento y seguridad, así como los costos del personal operativo.
- **EBITDA**, por sus siglas en inglés, significa utilidad antes de gastos financieros, impuestos, depreciación y amortización (y que también es referido como UAFIDA por sus siglas en español), el cual definimos como el resultado que puede ser utilidad o (pérdida) de operación, *menos* otros ingresos (gastos), neto, *más* depreciación y amortización.
- **FFO**, por sus siglas en inglés, significa fondos provenientes de operaciones, el cual definimos como: el resultado que puede ser utilidad o (pérdida) neta, *más* depreciación y amortización, *menos* el incremento o (disminución) en el valor razonable de nuestras propiedades de inversión y otras inversiones permanentes (de las que somos dueños, así como aquellas en las que tenemos una participación no controladora), las ganancias o pérdidas derivadas de la venta de propiedades, mobiliario y equipo, y los impuestos a la utilidad que no afectan flujos de efectivo.
- **FFO Ajustado**, partiendo de la determinación del FFO, se calcula restando a dicho indicador las inversiones recurrentes de capital para el mantenimiento de nuestras propiedades de inversión (capex de mantenimiento).
- **LTV**, por sus siglas en inglés, es un término financiero utilizado por las entidades financieras para expresar el ratio de un préstamo en relación al valor de un activo adquirido. El término es comúnmente utilizado por bancos y sociedades hipotecarias para representar el valor que poseemos de una propiedad y lo que se tiene en préstamo. Este ratio se obtiene dividiendo el monto de la Deuda Neta *entre* el valor de los activos totales.
- **Deuda Neta**, se refiere al saldo total de la deuda *menos* efectivo y equivalentes de efectivo.

NOI, margen de NOI, EBITDA, margen de EBITDA, FFO, FFO Ajustado y LTV son medidas financieras que no se encuentran definidas bajo las NIIF. Una medida financiera no definida bajo las NIIF generalmente se define como aquella que pretende medir el desempeño financiero histórico o futuro, posición financiera o los flujos de efectivo, pero excluye o incluye cantidades que no se ajustarían en la medida más comparable de las NIIF. NOI, EBITDA, FFO, FFO Ajustado y LTV tienen limitaciones como herramientas analíticas y tales medidas no deben considerarse, ya sea en forma aislada o como un sustituto de otros métodos de análisis de nuestros resultados reportados conforme a las NIIF. Debido a que no todas las compañías utilizan cálculos idénticos, la presentación del NOI, EBITDA, FFO, FFO Ajustado y LTV pueden no ser comparables a otras medidas similares utilizadas por otras compañías.

Asimismo, es importante precisar que, para una mejor lectura del ente consolidado PLANIGRUPO y subsidiarias, la información financiera consolidada que se muestra incluye nuestros ingresos y gastos totales, la cual ha sido proformada para efectos de comparabilidad, considerando nuestras operaciones de ingresos y gastos consolidados, incluyendo información comparativa de períodos anteriores. Esta información difiere en su presentación de los estados financieros consolidados al 31 de diciembre de 2016 preparados bajo NIIF, ya que la consolidación de información financiera proveniente de algunas subsidiarias tuvo lugar el 30 de junio del presente año.

HECHOS OPERATIVOS DESTACADOS

- PLANIGRUPO reportó un total de 786,000 metros cuadrados (m²) de Área Bruta Rentable (ABR) compuesto por 34 propiedades al 4T16¹.
- Al 4T16, la tasa de ocupación fue del 93.9%, sin considerar el inmueble de Urban Village Patria, el cual se encuentra en etapa de remodelación. Considerando el inmueble mencionado anteriormente, la tasa de ocupación sería de 93.4%.
- El precio promedio de arrendamiento por metro cuadrado al final del 4T16 fue de Ps.139.2, un aumento del 7.0% comparado con el 3T16 que fue de Ps. 130.1.
- Al 4T16, PLANIGRUPO registró un total de 119 millones de visitantes en los centros comerciales administrados por PLANIGRUPO, un aumento de 11 millones con respecto al mismo período del año pasado (10.1% de incremento).
- En el mes de octubre de 2016, se inauguraron dos centros comerciales: “Macroplaza San Luis”, ubicado en la ciudad de San Luis Potosí, San Luis Potosí, y “Paseo Alcalde”, ubicado en Zapopan, Jalisco, con un ABR aproximado por ambos centros comerciales de 34,000 metros cuadrados, obteniendo cerca de 975,000 visitas.
- En el 4T 2016 se concluyó la remodelación del centro comercial Mall Plaza Lincoln.
- Durante el 4T16 se contrataron coberturas para tasa de interés a un precio de ejercicio de 6.00% para deuda financiera de las plazas: Urban Village Patria, Plaza San Juan, Plaza Puerta de Hierro, Plaza Reynosa y Centro Comercial López Mateos.

¹ Incluye 15,000 m² en remodelación de Urban Village Patria, asimismo incluyen los m² de Paseo Hipódromo y Urban Village, los cuales se encuentran en construcción.

HECHOS FINANCIEROS DESTACADOS

- Nuestros ingresos operativos, incluyendo las plazas en las que tenemos una participación minoritaria, las cuales administramos y operamos, alcanzaron Ps. 1,142.1 millones en el 4T16, lo que representa un incremento del 8.9% con respecto al 4T15.
- Los ingresos operativos mostrados en el Estado de Resultados Proforma alcanzaron en el 4T16 Ps. 1,064.6 millones, lo cual representa un incremento del 6.5% respecto a los Ps. 999.6 millones del 4T15.
- El NOI consolidado acumulado incluyendo nuestras plazas minoritarias para el 4T16 alcanzó Ps. 914.3, lo cual representa un incremento de 9.1% con respecto al 4T15.
- El EBITDA consolidado acumulado para el 4T16 incluyendo nuestras plazas minoritarias alcanzo Ps. 704.7 millones, lo cual representa un incremento del 15.3% con respecto al 4T15.
- La deuda financiera consolidada al 4T16 fue de Ps. 5,716.8 millones.
- La deuda financiera consolidada, incluyendo nuestra participación minoritaria en las plazas al 4T16, fue de Ps. 6,436.1 millones.

COMENTARIOS DEL DIRECTOR GENERAL

Durante el 4T16, nuestra empresa continúa reportando un comportamiento positivo, con resultados a la alza. Nuestra tasa de ocupación en los centros comerciales a lo largo de la República Mexicana, se incrementó al nivel del 93.9% y se incrementó el NOI a Ps. 914.3 millones, lo que representa 9.1% de incremento con respecto al 4T15. En este trimestre se concretó la apertura de dos nuevos centros comerciales: Paseo Alcalde, en Zapopan, Jalisco, y Macroplaza San Luis, en la ciudad de San Luis Potosí, San Luis Potosí, los cuales contribuyen 34,000m² de ABR.

Cabe mencionar que, al inicio de operaciones de Paseo Alcalde, el centro comercial tenía un nivel de ocupación del 93%, y al cierre del 4T16 alcanzó un nivel de ocupación del 97%, y Macroplaza San Luis pasó de un nivel de ocupación del 85%, al inicio del 4T16, a un 95%, en el cierre.

Asimismo, continúan los trabajos en los desarrollos de “Paseo Hipódromo” en Naucalpan de Juárez, Estado de México, y “Urban Village” en Monterrey, Nuevo León, los cuales esperamos inicien operaciones en el 4T17.

Por otra parte, el número de visitantes en este 4T16 a nuestros centros comerciales alcanzó los 32 millones de visitantes, llegando a un acumulado de 119 millones en el año, lo que representa un incremento de 10.1% en comparación con el año anterior.

Respecto a los principales indicadores financieros del 4T16, los ingresos operativos acumulados alcanzaron los Ps. 1,142.1 millones, generando un incremento del 8.9% en relación con el año inmediato anterior, mientras que el ingreso neto de operación alcanzó los Ps. 914.3 millones, generando un incremento del 9.1% en relación con el año anterior.

PLANIGRUPO reportó un EBITDA de Ps. 704.7 millones, a su vez un margen EBITDA del 61.7%, el cual fue superior a nuestras expectativas para el año 2016. Estos resultados demuestran el buen desempeño financiero de PLANIGRUPO, así como la optimización operativa consolidada de recursos, como resultado de la internalización de la plataforma.

Durante el 4T16, se tomó la decisión de ser prudentes con respecto a temas de financiamiento, por lo cual se contrataron coberturas con respecto a créditos existentes de PLANIGRUPO. Las coberturas que se adquirieron incluyen las siguientes propiedades: Urban Village Patria, Centro Comercial Lopez Mateos, Plaza San Juan, Centro Comercial Puerta de Hierro y Plaza Reynosa.

Atentamente

Elliott Mark Bross Umann
Director General de PLANIGRUPO

NEGOCIO DE PLANIGRUPO

Somos una empresa desarrolladora completamente integrada, propietaria y operadora con 40 años de experiencia en el desarrollo, diseño, construcción, comercialización y administración de centros comerciales en México. Desde la creación de nuestra primera empresa de construcción en 1975, nuestro equipo ha participado en la adquisición y desarrollo de 63 centros comerciales. Con participaciones controladoras en 31 centros comerciales y participaciones no controladoras en 3 centros comerciales, ubicados en 18 entidades federativas en México, 32 de los cuales operamos actualmente y 2 de los cuales también somos propietarios y están en construcción. Somos uno de los mayores propietarios de centros comerciales en México. Nuestros 32 centros comerciales en operación tienen un ABR Total de aproximadamente 752,000 m² y conjuntamente con nuestras dos propiedades en construcción esperamos incrementar nuestro ABR Total a aproximadamente 786,000 m²^[1]. Nuestros centros comerciales cuentan con tiendas ancla líderes en el sector comercial y/o complejos de salas de cine. Al 4T16 contábamos con más de 2,800 contratos de arrendamientos, concentrados con más de 1,150 arrendatarios de diversos sectores. Con el objetivo de mejorar la experiencia de compra de los clientes, la mayoría de nuestros centros comerciales también ofrecen diversas opciones de entretenimiento y comida, así como servicios diseñados para complementar la oferta de comercio.

PRINCIPALES INDICADORES OPERATIVOS Y FINANCIEROS

1) *Indicadores Financieros*

Las siguientes tablas presentan un resumen de nuestros principales indicadores por los años terminados el 31 de diciembre de 2016 y 2015, respectivamente, de la información financiera proforma que incluye los resultados de nuestras plazas con participación controladora y minoritaria:

	Diciembre 31 2016 ^[1]	Diciembre 31 2015 ^[1]	Var. %
Ingresos totales	1,142,107	1,049,112	8.9%
NOI	914,332	837,744	9.1%
Margen de NOI	80.1%	79.9%	0.3%
EBITDA	704,724	610,971	15.3%
Margen de EBTIDA	61.7%	58.2%	6.0%
FFO	288,546	264,458	9.1%
FFO Ajustado	236,927	234,983	0.8%
Utilidad neta consolidada	1,116,154	263,942	322.9%
Activos totales	13,769,349	12,390,393	11.1%
LTV	37%	39%	(5.1%)
Ocupaciones^[2]	93.9%	92.0%	2.1%

[1] Incluyen los resultados proforma en ambos años en forma proporcional de las plazas con participación controladora y minoritarias, las cuales administramos y operamos.

[2] Tasa de ocupación sin considerar el inmueble de Urban Village Patria (UVP) el cual se encuentra en etapa de remodelación.

¹ Incluye 15,000 m² en remodelación de Urban Village Patria, asimismo incluyen los m² de Paseo Hipódromo y Urban Village, los cuales se encuentran en construcción.

RESULTADOS DEL CUARTO TRIMESTRE 2016

	Diciembre 31 2016 ^[1]	Diciembre 31 2015 ^[1]	Var. %
NOI			
Ingresos por arrendamiento	1,126,282	1,039,891	8.3%
Ingresos por administración de plazas y comisiones por arrendamiento	15,825	9,221	71.6%
Gastos de administración, mantenimiento y seguridad	(171,982)	(160,859)	6.9%
Costo de personal operativo	(55,793)	(50,509)	10.5%
NOI	914,332	837,744	9.1%
Margen de NOI	80.1%	79.9%	0.3%
 EBITDA			
Ingresos totales	1,142,107	1,049,112	8.9%
Costos de Operación	(191,640)	(181,216)	5.8%
Gastos de Operación	(299,209)	(282,626)	5.9%
Otros ingresos, neto	1,065,414	59,238	1698.5%
<i>Utilidad de operación</i>	1,716,672	644,508	166.4%
Incremento en el valor razonable de propiedades de inversión	(1,027,320)	(47,343)	2070.0%
Depreciación y amortización	15,371	13,806	11.3%
EBITDA	704,724	610,971	15.3%
Margen de EBITDA	61.7%	58.2%	6.0%
 FFO			
Utilidad neta	1,116,154	263,942	322.9%
Incremento en el valor razonable de propiedad de inversión	(1,027,320)	(47,343)	2070.0%
Depreciación y amortización	15,371	13,806	11.3%
Valuación de instrumentos financieros	1,011	1,785	(43.4%)
Otros ingresos (gastos)	1,701	8,660	(80.4%)
Impuestos a la utilidad no afectos a flujo de efectivo	181,628	23,608	669.4%
FFO	288,546	264,458	9.1%
 FFO AJUSTADO			
FFO	288,546	264,458	9.1%
CAPEX de Mantenimiento	(51,619)	(29,475)	75.1%
FFO ajustado	236,927	234,983	0.8%

[1] Incluyen los resultados proforma en ambos años en forma proporcional de las plazas con participación controladora y minoritarias, las cuales administramos y operamos.

2) Indicadores Operativos

Propiedades en operación	ABR m ²	Tasa Ocupación	Precio promedio m ²
32	737,254*	93.4%*	139.2

*Incluye propiedades con participación minoritaria y propiedades en remodelación. No incluye aproximadamente 15,000 m² en remodelación de Urban Village Patria.(UVP)

2.1) Portafolio en Operación

Al 4T16, PLANIGRUPO cuenta con un portafolio de 32 centros comerciales en operación, a través de diversos vehículos de propósito específico.

En la siguiente tabla se incluye una descripción de cada una de nuestros centros comerciales al 4T16:

PROPIEDADES CENTROS COMERCIALES EN OPERACIÓN ^[1]

Plaza	Estado	Año de construcción	Año de apertura	Fecha de adquisición	ABR m ²	% del portafolio del ABR	Tasa de ocupación
Urban Village Patria ^[3]	Jalisco	2006	2010	diciembre-2014	51,989	6.7%	87%
Galerías del Valle	Baja California	2008	2008	diciembre-2014	34,446	4.5%	98%
Plaza Real Reynosa	Tamaulipas	2005	2005	diciembre-2014	35,850	4.6%	97%
Paseo Santa Catarina	Nuevo León	2005	2006	noviembre-2012	37,605	4.9%	97%
Plaza Palmira	Campeche	2008	2009	mayo-2013	29,595	3.8%	83%
Plaza Nogalera	Coahuila	2006	2006	octubre-2013	41,889	5.4%	98%
Gran Plaza Cancún	Quintana Roo	2004	2006	octubre-2013	26,643	3.5%	87%
Plaza Bella Anáhuac	Nuevo León	2002	2003	mayo-2013	27,332	3.5%	99%
Paseo Reforma	Tamaulipas	2007	2008	diciembre-2014	40,960	5.3%	92%
Plaza Real Saltillo	Coahuila	1999	2000	mayo-2013	16,494	2.1%	91%
Plaza Lincoln	Nuevo León	2006	2007	mayo-2013	27,767	3.6%	83%
Centro Comercial Lago Real	Nayarit	2008	2008	diciembre-2014	26,191	3.4%	100%
Plaza Monumental	Chihuahua	2007	2008	mayo-2013	17,451	2.3%	92%
Plaza Universidad	Hidalgo	2005	2006	octubre-2013	17,298	2.2%	95%
Centro Comercial López Mateos	Chihuahua	1995	1995	diciembre-2014	22,439	2.9%	92%
Plaza Las Haciendas	Estado de México	2005	2006	mayo-2013	16,480	2.1%	92%
Plaza Bella Mexiquense	Estado de México	2006	2007	mayo-2013	18,541	2.4%	82%
Macroplaza Oaxaca	Oaxaca	2013	2014	julio-2014	26,347	3.4%	100%
Plaza San Juan	Querétaro	2012	2013	diciembre-2014	7,473	1.0%	91%
Plaza Bella Huinalá	Nuevo León	2009	2009	octubre-2013	15,577	2.0%	81%
Centro Comercial Puerta de Hierro	Hidalgo	2006	2006	diciembre-2014	16,271	2.1%	100%
Walmart San Jose del Cabo	Baja California Sur	2010	2010	julio-2014	9,891	1.3%	100%
Walmart Ensenada	Baja California	2012	2012	julio-2014	9,939	1.3%	100%
Paseo Puebla	Puebla	2013	2013	diciembre-2013	10,747	1.4%	98%
Plaza Reynosa	Tamaulipas	1991	1995	diciembre-2014	10,745	1.4%	92%
Plaza Bella Ramos Arizpe ²	Coahuila	2008	2008	diciembre-2008	15,583	2.0%	91%

Creando valor

Paseo Solidaridad	Sonora	2016	2016	mayo-2016	13,077	1.7%	84%
Paseo Alcalde	Jalisco	2016	2016	octubre-2016	12,212	1.6%	97%
Macroplaza San Luis	San Luis Potosí	2016	2016	octubre-2016	19,010	2.5%	95%
Macroplaza Insurgentes ³	Baja California	2006	2007	diciembre-2006	54,872	7.1%	99%
Macroplaza Estadio ³	Michoacán	2011	2011	diciembre-2011	17,511	2.3%	95%
Plaza Bella Frontera	Coahuila	2011	2011	diciembre-2011	9,029	1.2%	84%

[1] Incluye propiedades en remodelación. No incluye aproximadamente 15,000 m² en remodelación de UVP

[2] En septiembre de 2016 dejo de ser una participación minoritaria

[3] Propiedades en las que tenemos participación minoritaria.

2.2) Área Bruta Rentable y Distribución Geográfica

Al cierre del 4T16, los 32 centros comerciales en operación, totalizaban aproximadamente 737,254 m² de ABR. Nuestros centros comerciales estabilizados, se encuentran ubicados en 18 Entidades Federativas en México.



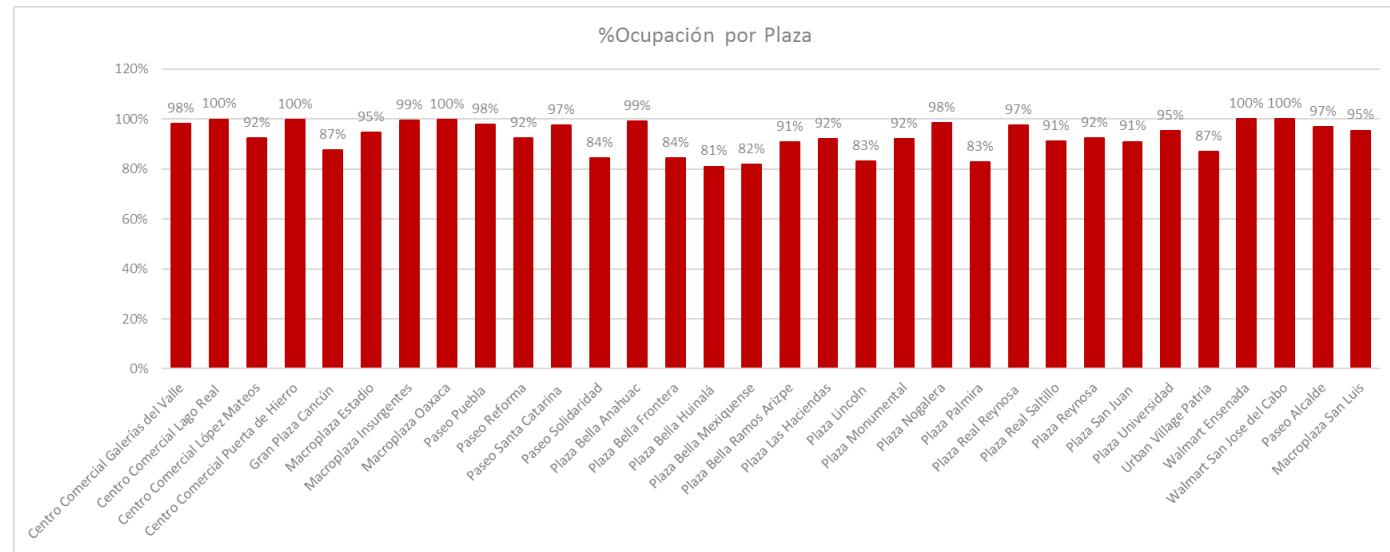
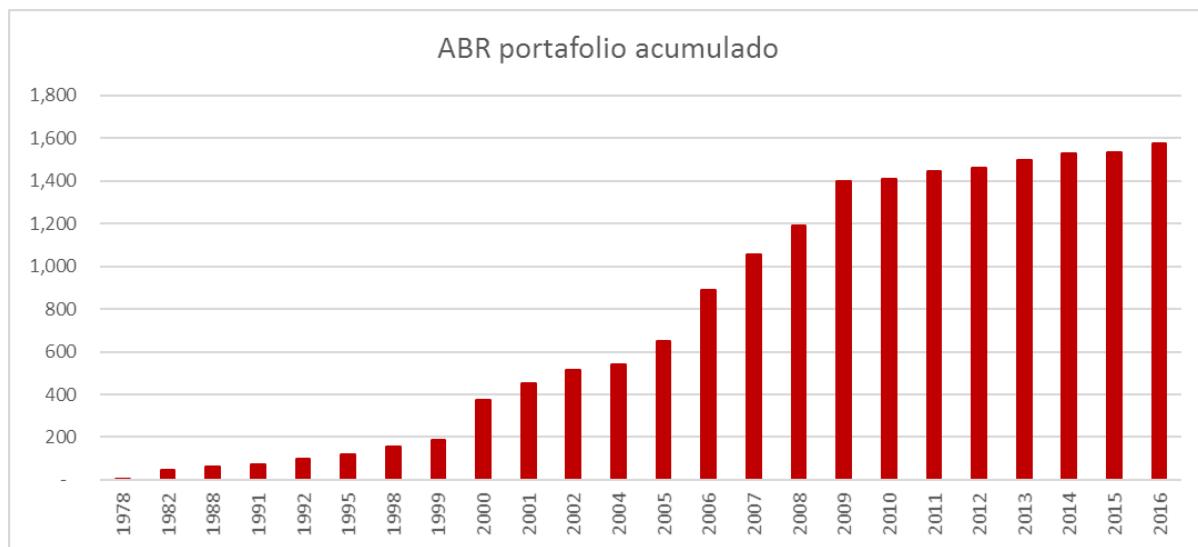
Estados donde Planigrupo administra al menos una propiedad

RESULTADOS DEL CUARTO TRIMESTRE 2016

2.3) Ocupación

Al 4T16, la tasa de ocupación fue del 93.9% sin considerar el centro comercial Urban Village Patria el cual se encuentra en etapa de remodelación. Considerando el centro comercial mencionado anteriormente, la tasa de ocupación sería de 93.4%

En las siguientes gráficas se pueden observar la evolución del ABR del portafolio de manera acumulada de nuestros centros comerciales en operación, así como el porcentaje de ocupación por plaza.



2.4) Características de los Contratos de Arrendamiento

Al 31 de diciembre de 2016, contábamos con más de 2,800 contratos de arrendamiento concentrados con más de 1,150 arrendatarios, de los cuales ninguno representa más del 10.0%, a excepción de Grupo Walmart con sus diferentes formatos de tiendas, los cuales representan el 28.3% y 18.6% de nuestro ABR e ingresos, respectivamente. De los 32 centros comerciales en operación, actualmente contamos con 25 centros comerciales anclados por algún formato de Grupo Walmart y 6 centros comerciales en operación anclados por algún formato de tienda HEB. Por otra parte, tenemos complejos Cinemex en 16 centros comerciales y complejos Cinépolis en 10 centros comerciales. Nuestros arrendatarios de tiendas ancla o sus compañías matrices suelen ser arrendatarios con alta calidad crediticia.

Algunas de las características de nuestros contratos de arrendamiento son: (i) el plazo inicial de vigencia para la mayoría de los contratos de arrendamiento con nuestras tiendas ancla es de 5 a 10 años forzados para ambas partes, prorrogables por al menos un período adicional de la misma duración (en función del plazo máximo permitido por la legislación local), a elección del arrendatario. Adicionalmente, el plazo de vigencia para la mayoría de nuestros contratos de arrendamiento con tiendas que no son ancla es de 2 a 5 años. Al 4T16, el plazo promedio de arrendamiento restante (ponderado por ABR) para nuestros contratos con tiendas que no son ancla era de 2 años y con nuestras tiendas ancla era de 6.4 años. La siguiente tabla resume nuestro portafolio de centros comerciales consolidado al 4T16.

Al 31 de diciembre de 2016

Propiedad	Estado	Año de construcción	Fecha apertura	Fecha de adquisición	Valor de avalúo de CBRE (Ps.) ⁽¹⁾	Ingreso por arrendamiento (Ps.)	Porcentaje del ingreso por arrendamiento	NOI (Ps.)
Urban Village Patria (antes Centro Comercial La Ciudadela)	Jalisco	2006	2010	diciembre 2014	1,100,000,000	80,514,022	7.7%	59,275,987
Macroplaza del Valle	Baja California	2008	2008	diciembre 2014	770,000,000	81,931,627	7.8%	61,776,488
Plaza Real Reynosa	Tamaulipas	2005	2005	diciembre 2014	668,000,000	63,602,396	6.1%	47,754,577
Paseo Santa Catarina	Nuevo León	2005	2006	noviembre 2012	675,000,000	75,231,483	7.2%	55,281,538
Plaza Palmira	Campeche	2008	2009	mayo 2013	480,000,000	48,281,404	4.6%	32,444,953
Plaza Nogalera	Coahuila	2006	2006	octubre 2013	650,000,000	59,532,213	5.7%	48,921,727
Gran Plaza Cancún	Quintana Roo	2004	2006	octubre 2013	555,000,000	62,970,056	6.0%	47,422,611
Plaza Bella Anáhuac	Nuevo León	2002	2003	mayo 2013	595,000,000	54,126,918	5.2%	45,865,900
Centro Comercial Paseo Reforma	Tamaulipas	2007	2008	diciembre 2014	516,000,000	59,076,256	5.6%	45,159,619
Plaza Real Saltillo	Coahuila	1999	2000	mayo 2013	515,000,000	45,376,375	4.3%	35,299,717
Mall Plaza Lincoln	Nuevo León	2006	2007	mayo 2013	335,000,000	40,198,014	3.8%	29,159,087

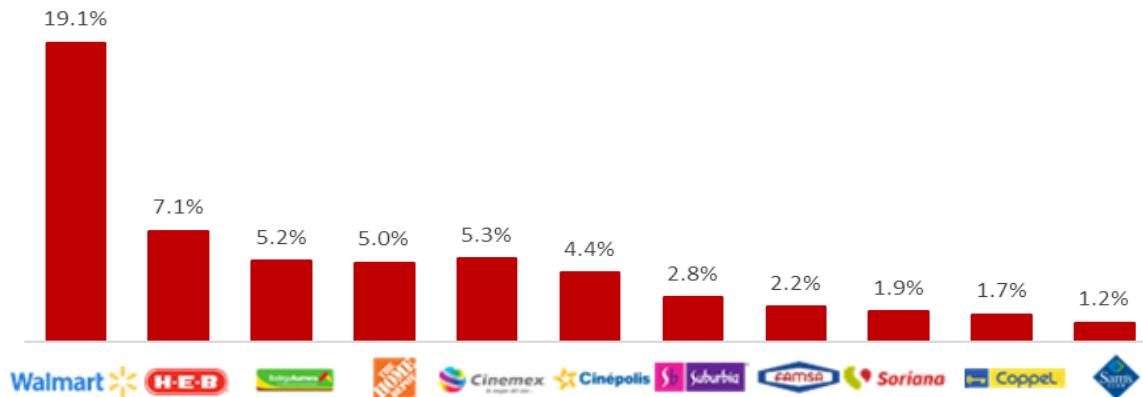
Creando valor

Centro Comercial Lago Real	Nayarit	2008	2008	diciembre 2014	340,000,000	46,494,429	4.4%	35,137,156
Plaza Monumental	Chihuahua	2007	2008	mayo 2013	330,000,000	32,591,372	3.1%	25,433,527
Plaza Universidad	Hidalgo	2005	2006	octubre 2013	300,000,000	30,244,995	2.9%	21,832,183
Plaza López Mateos	Chihuahua	1995	1995	diciembre 2014	215,000,000	24,826,846	2.4%	17,542,370
Super Plaza Las Haciendas	Estado de México	2005	2006	mayo 2013	260,000,000	24,362,963	2.3%	17,749,771
Plaza Bella Mexiquense	Estado de México	2006	2007	mayo 2013	228,000,000	21,157,316	2.0%	15,544,810
Macroplaza Oaxaca	Oaxaca	2013	2014	julio 2014	553,000,000	59,454,896	5.7%	46,549,125
Paseo San Juan	Querétaro	2012	2013	diciembre 2014	108,000,000	11,665,144	1.1%	7,875,381
Plaza Bella Huinalá	Nuevo León	2009	2009	octubre 2013	162,000,000	13,473,121	1.3%	9,253,511
Centro Comercial Puerta de Hierro	Hidalgo	2006	2006	diciembre 2014	125,000,000	9,876,011	0.9%	7,594,107
Walmart San Jose del Cabo	Baja California Sur	2010	2010	julio 2014	245,000,000	18,742,720	1.8%	17,942,837
Walmart Ensenada	Baja California	2012	2012	julio 2014	132,000,000	10,016,229	1.0%	9,684,285
Paseo Puebla	Puebla	2013	2013	diciembre 2013	200,000,000	18,623,037	1.8%	15,169,773
Plaza Reynosa	Tamaulipas	1991	1995	diciembre 2014	107,300,000	11,708,368	1.1%	8,576,893
Paseo Solidaridad	Sonora	2016	2016	mayo 2016	115,000,000	11,227,992	1.1%	7,058,824
Plaza Bella Ramos Arizpe ⁽²⁾	Coahuila	2008	2008	diciembre 2008	163,000,000	16,037,763	1.5%	11,787,143
Macroplaza San Luis	San Luis Potosí	2014	2016	octubre 2016	280,000,000	10,788,995	1.0%	8,247,372
Paseo Alcalde	Jalisco	2014	2016	octubre 2016	165,000,000	4,338,357	0.4%	3,065,199
Paseo Hipódromo	Estado de México	2014		-	205,000,000	0	0.0%	-
Urban Village	Nuevo León	2015	_____	_____	N/A	0	0.0%	-
TOTAL INGRESOS POR ARRENDAMIENTO					11,092,300,000	1,046,471,316	100%	794,406,470

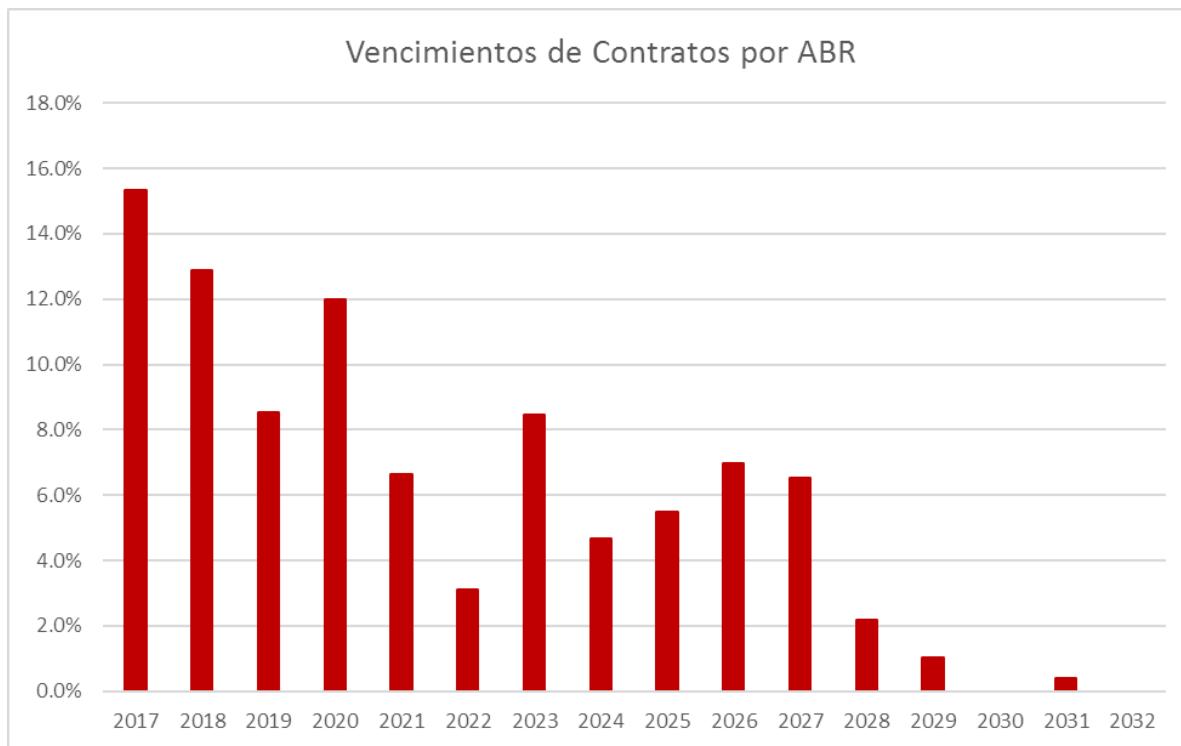
[1] El valor de avalúo ha sido obtenido mediante avalúos realizados por CBRE al 30 de septiembre de 2015 y puede no ser exacto o válido en otras fechas. Esta valuación puede no ser indicativa de o comparable con valuaciones realizadas en diferentes fechas o con el uso de otros supuestos.

[2] El valor del avalúo de Ramos Arizpe ha sido realizado por CBRE al 31 de julio de 2016.

La siguiente gráfica muestra la distribución de los principales contratos de arrendamiento por categoría de inquilino, como proporción de la superficie rentable total del portafolio:



La siguiente tabla muestra algunos datos sobre los porcentajes de vencimientos de contratos de arrendamiento de nuestros centros comerciales en operación al 4T16:

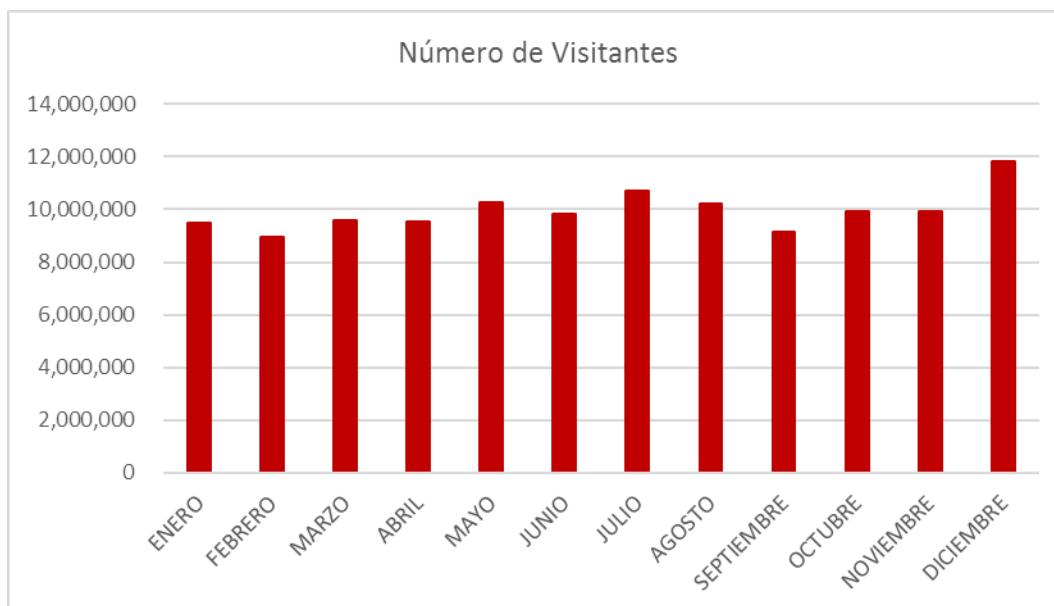


2.5) Ingreso por rentas fijas

Durante el 4T16, los ingresos por rentas ascendieron a Ps. 1,046.5 millones. Nuestros ingresos por rentas incluyendo las plazas en que tenemos participación minoritaria, ascendieron a Ps. 1,126.3 millones.

2.6) Gráfica relativa al número de visitantes

La afluencia de los centros comerciales en operación durante el 4T16, alcanzaron aproximadamente los 32 millones de visitantes.



2.7) Propiedades en desarrollo

a) Paseo Hipódromo

Paseo Hipódromo será un centro comercial de tres niveles ubicado en el Municipio de Naucalpan de Juárez, en el Estado de México. Cuenta con aproximadamente 4,700 m² de terreno y se espera que tenga aproximadamente 8,000 m² de ABR. Planeamos incluir distintas opciones de entretenimiento y comida. Al 31 de diciembre de 2016, hemos celebrado contratos de arrendamiento con un complejo de salas de cine Cinemex, así como con otros arrendatarios, equivalentes a 41% de su ABR, y estimamos que este centro comercial inicie operaciones durante el 2017.



b) Urban Village

Urban Village será un centro comercial ubicado en la avenida Eugenio Garza Sada, en el Municipio de Monterrey, Nuevo León, anclado por dos tiendas de autoservicio HEB y Lowe's, así como un complejo de cines Cinemex. Se encuentra dentro del área metropolitana de Monterrey, en donde esperamos que las altas tasas de consumo de la zona beneficien a nuestros futuros arrendatarios. Cuenta con aproximadamente 46,300 m² de terreno y se espera que tenga más de 26,400 m² de ABR. Al 31 de diciembre de 2016, hemos celebrado contratos de arrendamiento con las tiendas ancla y otros arrendatarios, equivalentes a 80% de su ABR, y estimamos que este centro comercial inicie operaciones durante el 2017.



Propiedad	Estado	ABR	Terreno	ABR arrendado	% Ocupación	Avance de Obra ^[1]
Paseo Hipódromo	Estado de México	7,459	4,700	3,051	40.9%	66%
Urban Village	Nuevo León	26,462	46,300	21,097	79.8%	63%

[1] El Avance de Obra se refiere al avance de inversión, no al avance de construcción física.

2.8) Propiedades estabilizadas

a) Macroplaza Insurgentes

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2007 en la ciudad de Tijuana, Baja California. Macroplaza Insurgentes se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona y el más visitado de la ciudad, con aproximadamente 14,887,770 visitantes en el año 2016. Sus tiendas ancla son: Walmart, Sam's y Cinemex. Adicionalmente cuenta también con las siguientes tiendas sub-ancla: Coppel, Famsa, C&A, Casino Caliente, Centro de Atención a Clientes Telcel, Office Depot, Starbucks y McDonald's, entre otras. Localizado en una de las avenidas de mayor tránsito de la ciudad, Macroplaza Insurgentes ofrece a sus visitantes, una extensa variedad de productos, servicios y distintas opciones de comida. Somos titulares de una participación del 40.0% en Macroplaza Insurgentes mientras que Inmobiliaria Grupo Nueva Era, S.A. de C.V. es titular de una participación del 60.0%.

b) **Urban Village Patria (antes Centro Comercial La Ciudadela)**

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2010 en la ciudad de Zapopan, Jalisco. Urban Village Patria se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor afluencia de la zona, con aproximadamente 5,191,957 visitantes en el año 2016. Sus tiendas ancla son: Walmart, Cinépolis, Idea Interior y Best Buy. Adicionalmente cuenta también con otras tiendas sub-ancla como Promoda, The Home Store, Parisina, Muebles Dico, entre otras. Con sus más de 60,000 m² de ABR Total¹, Urban Village Patria es un gran complejo ubicado en el Área Metropolitana de Guadalajara. Con sus amplios pasillos al aire libre y sus áreas verdes, brinda a sus visitantes una experiencia natural de compra. Urban Village Patria está actualmente en proceso de renovación y mejoramiento tanto de imagen como de surtido comercial, albergando hoy en día una gran variedad de marcas, servicios y distintas opciones de comida.

c) **Macroplaza del Valle**

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2008 en la ciudad de Mexicali, Baja California, localizada sobre el Blvd. Lázaro Cárdenas, la vialidad de mayor tránsito vehicular de todo Mexicali. El Centro Comercial Macroplaza del Valle se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 6,067,736 visitantes en el año 2016. Sus tiendas ancla son Walmart y Cinépolis. Adicionalmente cuenta también con otras tiendas sub-ancla como Coppel, Starbucks, Centro de Atención a Clientes Telcel, Casino Royal YAK, Imagínate, Waldo's, Muebles Dico, Elektra, entre otras.

d) **Plaza Real Reynosa**

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2005 en la ciudad de Reynosa, Tamaulipas. Plaza Real Reynosa probablemente es uno de los centros comerciales de mayor afluencia en la ciudad, con aproximadamente 5,354,742 visitantes en el año 2016. Se encuentran tiendas ancla como HEB, Cinemex y Home Depot. Adicionalmente cuenta también con una tienda sub-ancla Sanborns. Plaza Real Reynosa ofrece a sus visitantes un amplio abanico de productos y servicios que satisfacen todas las necesidades. Gracias a esto y a su ubicación en el corredor comercial de la ciudad se coloca como la mejor opción para que los habitantes de la zona realicen sus compras.

e) **Paseo Santa Catarina**

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2006 en el Municipio de Santa Catarina, Nuevo León. Paseo Santa Catarina se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 11,567,222 visitantes en el año 2016. Se encuentran tiendas ancla tales como Walmart, Suburbia y Cinemex. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla como Del Sol, Office Depot, Burger King e Impuls. El Paseo Santa Catarina ofrece a sus visitantes un amplio abanico de opciones para satisfacer las necesidades de toda la familia gracias a su diversidad de giros y amplias instalaciones.

f) **Plaza Palmira**

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2009 en Ciudad del Carmen, Campeche. Plaza Palmira, tuvo 3,324,619, visitantes en el año 2016. Se encuentra una tienda de autoservicio, Chedraui, y un complejo de salas de cine operado por Cinemex. Adicionalmente cuenta también con otras tiendas sub-ancla como Office Depot, Famsa, Súper Colchones, Muebles Dico, entre otras. Cuenta con una importante afluencia de visitantes que laboran en la industria petrolera de la zona.

¹ Incluye 15,000 m² en remodelación

g) Plaza Nogalera

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2006 en la ciudad de Saltillo, Coahuila. Plaza Nogalera se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 6,154,518 visitantes en el año 2016. Se encuentran tiendas ancla como HEB, Cinépolis y Home Depot. Adicionalmente cuenta también con otras tiendas sub-ancla como Coppel, Famsa, Woolworth, Súper Fitness Damas, Modatelas, Innova Sport, Súper Colchones, Rent-a-Center, entre otras. Plaza Nogalera atiende las necesidades de los habitantes locales. Este complejo comercial con su amplio y cómodo estacionamiento para más de 1,100 automóviles, alberga gran cantidad de marcas y diversos giros ideales para el sano entretenimiento familiar. Sus amplios pasillos convergen en un cómodo anfiteatro con escenario circular ideal para eventos recreativos y culturales.

h) Gran Plaza Cancún

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2006 en la ciudad de Cancún, Quintana Roo. Gran Plaza Cancún se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona, con una afluencia de aproximadamente 6,314,478 visitantes en el año 2016. Se encuentran tiendas ancla como Suburbia y Cinépolis. Además, la plaza goza del flujo que genera la tienda ancla colindante, Walmart. Adicionalmente cuenta también con otras tiendas sub-ancla como Sanborns, Mueblerías Dico, Deportes Martí y Centro de Atención a Clientes Telcel, entre otros. Gran Plaza Cancún tiene capacidad para recibir más de seiscientos automóviles.

i) Plaza Bella Anáhuac

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2003 en el Municipio de Escobedo, Nuevo León. Plaza Bella Anáhuac se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 5,889,796 visitantes en el año 2016. Se encuentran tiendas ancla como HEB y Cinemex. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla Coppel, Peter Piper Pizza, Super Fitness, Centro de Atención a Clientes Telcel, y BBVA Bancomer, entre otras. Localizado en la Avenida Sendero Norte, Plaza Bella Anáhuac ofrece a sus visitantes un amplio abanico de opciones para satisfacer las necesidades de toda la familia contando con una extensa variedad de servicios y distintas opciones de comida.

j) Centro Comercial Paseo Reforma

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2008 en la ciudad de Nuevo Laredo, Tamaulipas. Centro Comercial Paseo Reforma se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 4,893,097 visitantes en el año 2016. Se encuentran tiendas ancla como: Walmart, Home Depot y Cinépolis. Adicionalmente cuenta también con otras tiendas sub-ancla como: Famsa, Peter Piper Pizza, Modatelas, Rent-a-Center, Harmon Hall, Centro de Atención a Clientes Telcel, entre otras. Centro Comercial Paseo Reforma está ubicado en uno de los fraccionamientos de mayor desarrollo de la Ciudad de Nuevo Laredo. Localizada en un terreno de más de 120,000 m² de superficie y con un frente a la vialidad principal, siendo ésta Avenida Reforma, ofreciendo una gran variedad de marcas y servicios a sus visitantes.

k) Plaza Real Saltillo

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2000 en la ciudad de Saltillo, Coahuila. Plaza Real Saltillo es uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 6,097,830 visitantes en el año 2016. Se encuentran como tiendas ancla a HEB y Cinemex. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla como, Applebees e Innova Sport, entre otras. Localizado en una de las avenidas más importantes de la ciudad, Plaza Real Saltillo ofrece a sus visitantes anuales una extensa variedad de productos, servicios y distintas opciones de comida para satisfacer todas sus necesidades.

l) Mall Plaza Lincoln

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2007 en la ciudad de Monterrey, Nuevo León. Mall Plaza Lincoln es uno de los centros comerciales con mayor afluencia de la zona con aproximadamente 4,501,733 visitantes en el año 2016. Se encuentran como tiendas ancla a HEB, Suburbia y Cinemex. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla, entre ellas, Famsa. Mall Plaza Lincoln ofrece a sus visitantes un amplio abanico de opciones para satisfacer las necesidades de toda la familia gracias a su diversidad de giros amplias instalaciones.

m) Centro Comercial Lago Real

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2008 en el Municipio de Bahía de Banderas, Nayarit. Centro Comercial Lago Real es uno de los centros comerciales con mayor oferta de la zona con aproximadamente 4,775,825 visitantes en el año 2016. Se encuentran tiendas ancla como Walmart y Cinépolis. Adicionalmente cuenta también con otras tiendas sub-ancla como Centro de Atención a Clientes Telcel, Modatelas, Rent-a-Center, Parisina, Coppel, entre otras. Ubicado en una de las principales zonas de desarrollo del Estado de Nayarit, el Centro Comercial Lago Real atiende a un importante mercado cautivo con sus más de 25,000 m² de ABR total ofreciendo a sus usuarios una excelente opción para hacer sus compras, pasear y recrearse.

n) Plaza Monumental

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2008 en Ciudad Juárez, Chihuahua. Plaza Monumental se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 2,370,638 visitantes en el año 2016. Se encuentra como tienda de autoservicio a Walmart. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla como: Parisina, Starbucks y Wings Daddy y se planea abrir un complejo de cines operado por Cinépolis próximamente. Localizado en una de las avenidas más importantes de la ciudad, Plaza Monumental ofrece a sus visitantes anuales una extensa variedad de productos, servicios y distintas opciones de comida para satisfacer todas sus necesidades.

o) Plaza Universidad

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2006 en Mineral de la Reforma, Pachuca, Hidalgo. Plaza Universidad se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 3,959,149 visitantes en el año 2016. Se encuentra como tienda de autoservicio a Bodega Aurrerá. Adicionalmente cuenta también con otras tiendas sub-ancla como Coppel, Famsa y Office Depot. Gracias a su privilegiada ubicación frente a la Universidad Autónoma de Pachuca y de la Ciudad Universitaria, Plaza Universidad atiende a un importante mercado de jóvenes que conforman gran parte de sus visitantes anuales. Diariamente la plaza goza de un alto nivel de afluencia gracias a la gran variedad de instituciones bancarias como BBVA Bancomer, HSBC, Santander, Scotiabank y Banco Azteca; así como tiendas comerciales que han decidido ubicar sus sucursales dentro de este complejo, satisfaciendo así las necesidades de sus clientes.

p) Plaza López Mateos

Este centro comercial fue inaugurado en el año 1995 en la ciudad de Ciudad Juárez, Chihuahua. Plaza López Mateos es uno de los centros comerciales de la zona que atienden a los aproximadamente 3,128,644 visitantes en el año 2016, teniendo como tienda ancla de autoservicio a Soriana. Adicionalmente cuenta también con otras tiendas sub-ancla como Elektra, Peter Piper Pizza y KFC. Localizado en una de las avenidas más importantes de Ciudad Juárez, Plaza López Mateos ofrece a sus visitantes anuales una extensa variedad de productos, servicios y distintas opciones de comida para satisfacer todas sus necesidades.

q) Paseo Solidaridad

Paseo Solidaridad es un centro comercial ubicado en el centro de la ciudad de Hermosillo, Sonora, anclado por una tienda de autoservicio Casa Ley y un complejo de cines Cinemex. Desde su apertura en julio de este año ha tenido una afluencia de 909,064 visitantes. Cuenta con aproximadamente 36,000 m² de terreno y más de 13,000 m² de ABR. Además de los cines y la tienda de autoservicio que generan una gran afluencia de clientes, el centro comercial cuenta con otros locales importantes entre los que están Coppel y BBVA Bancomer.

r) Super Plaza Las Haciendas

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2006 en el Municipio de Cuautitlán, Iztacalco, Estado de México. Super Plaza Las Haciendas es uno de los centros comerciales más visitados de la zona con aproximadamente 3,596,993 visitantes en el año 2016. Se encuentran como tienda de autoservicio a Bodega Aurrerá. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla como Famsa, Pocket's y Elektra. Super Plaza Las Haciendas ofrece a su comunidad una Bodega Aurrerá como su tienda ancla, la cual genera una importante afluencia de clientes a los diferentes espacios comerciales entre los que se pueden encontrar Parisina, servicios financieros, un gran gimnasio, restaurantes y mueblerías entre otros.

s) Macroplaza Estadio Morelia

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2011 en la ciudad de Morelia, Michoacán. Macroplaza Estadio Morelia se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 2,220,909 visitantes en el año 2016. Se encuentra una tienda de autoservicio, Walmart, y un complejo de salas de cine operado por Cinemex. Adicionalmente cuenta también con una tienda sub-ancla: Coppel. Macroplaza Estadio Morelia ofrece a sus visitantes gran diversidad de espacios tanto de servicios como de esparcimiento. Entre sus comercios se encuentran ópticas, zapaterías, restaurantes, servicios, etc. PLANIGRUPO es titular de una participación del 5.0% en el vehículo que es propietario de Macroplaza Estadio Morelia, mientras que 95% de participación restante, es propiedad de un tercero (*Walton Street Capital*).

t) Plaza Bella Mexiquense

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2007 en el Municipio de Tecámac, Estado de México. Plaza Bella Mexiquense es una de las opciones comerciales de zona con aproximadamente 3,740,788 visitantes en el año 2016. Se encuentra a Bodega Aurrerá como tienda ancla. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla Famsa y Elektra y Cinemex. Adicional a esto Plaza Bella Mexiquense cuenta con espacios de servicios comunes como bancos, importantes mueblerías, entre otros. Esto satisface las necesidades de los clientes que lo visitan cada año.

u) Macroplaza Oaxaca

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2014 en el municipio conurbado a Oaxaca de Santa Lucía del Camino, Oaxaca. Macroplaza Oaxaca se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 5,865,121 visitantes en el año 2016. Se encuentran tiendas ancla como Walmart, Suburbia y Cinemex. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla Toks, Coppel, Office Depot, Promoda, entre otras. Adicional a sus importantes anclas, Macroplaza Oaxaca cuenta con gran diversidad de espacios.

v) Plaza Bella Ramos Arizpe

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2008 en la ciudad de Ramos Arizpe, Coahuila. Plaza Bella Ramos Arizpe se ha posicionado como uno de los centros de servicios de la zona con aproximadamente 2,635,255 visitantes en el año 2016. Se encuentra una tienda de autoservicio Bodega Aurrerá, y un complejo de salas de cine por abrirse con Cinemex. Adicionalmente cuenta también con una tienda sub-ancla Coppel. Localizado en el corazón de la ciudad, Plaza Bella

Creando valor

Ramos Arizpe ofrece a sus visitantes anuales una extensa variedad de productos, servicios y distintas opciones de comida.

w) Paseo San Juan

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2013, en la ciudad de San Juan del Río, Querétaro. Lo anterior, como crecimiento a un complejo en donde ya existía una tienda de autoservicio en el año 2009. Paseo San Juan es uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona. En Plaza San Juan podrán encontrar diversos servicios y entretenimiento con un complejo de cines operado por Cinépolis. Además, la plaza goza del flujo que generan las tiendas anclas colindantes, tales como Bodega Aurrera y Home Depot. Adicionalmente, se cuenta también con otras tiendas sub-ancla como Famsa, Toks, Muebles Dico y Rent-a-Center, entre otras. Paseo San Juan se encuentra localizada en la segunda ciudad de mayor importancia en el Estado de Querétaro, misma que en la última década ha sido objeto de importantes inversiones en infraestructura, vivienda, industria y comercio.

x) Plaza Bella Huinalá

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2009 en el Municipio de Apodaca, Nuevo León. Plaza Bella Huinalá se ha convertido uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 2,163,141 visitantes en el año 2016. Se encuentran tiendas como Mi Tienda del Ahorro (HEB), Famsa y Rent-a-Center.

y) Plaza Bella Frontera

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2011 en el municipio conurbado a Monclova de Frontera, Coahuila. Plaza Bella Frontera atiende a las necesidades de los aproximadamente 1,463,635 visitantes en el año 2016. Se encuentra una tienda de autoservicio como Bodega Aurrerá. Localizado en el Boulevard Ejército Nacional, Plaza Bella Frontera ofrece a sus visitantes una extensa variedad de productos, servicios y distintas opciones de comida para satisfacer todas sus necesidades. PLANIGRUPO es titular de una participación del 5.0% en el vehículo que es propietario de Plaza Bella Frontera, mientras que el 95% de participación restante es propiedad de un tercero (*Walton Street Capital*).

z) Centro Comercial Puerta de Hierro

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2006 en la ciudad de Pachuca, Hidalgo. Centro Comercial Puerta de Hierro es un centro comercial de servicios, donde se pueden encontrar tiendas como, Home Depot y Office Max. Centro Comercial Puerta de Hierro cuenta con la ventaja de estar enclavada en una de las zonas de mayor crecimiento en el desarrollo de vivienda media, rodeada por instituciones como el Tecnológico de Monterrey Campus Hidalgo y el IMSS. Con sus más de 4,000 m² disponibles para pads, Puerta de Hierro cuenta con un alto potencial de desarrollo y aumento de ABR a corto plazo.

aa) Walmart San José

Este inmueble corresponde a una de los espacios arrendados a Walmart bajo el formato de tienda única (*stand-alone*) con locales comerciales al interior. Fue inaugurado en el año 2010 en la ciudad de San José del Cabo, Baja California Sur.

bb) Walmart Ensenada

Este inmueble corresponde a una de los espacios arrendados a Walmart bajo el formato de tienda única (*stand-alone*) con locales comerciales al interior. Fue inaugurado en el año 2012 en la ciudad de Ensenada, Baja California.

cc) Paseo Puebla

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2013 en el Municipio de San Andrés Cholula, Puebla. Paseo Puebla se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con 1,341,725 visitantes en el año, y cuenta con la tienda de autoservicio Walmart Supercenter. La ubicación de Paseo Puebla garantiza a sus locatarios un flujo constante de visitantes. Dentro de los giros que se pueden encontrar en esta plaza están: restaurantes, ópticas, y otros servicios. A la población de su área de influencia se le suma la gran población flotante que concentran las oficinas y escuelas que se encuentran cerca del centro comercial.

dd) Plaza Reynosa

Este centro comercial fue inaugurado en el año 1995 en la ciudad de Reynosa, Tamaulipas. Cuenta con una tienda de autoservicio a Bodega Aurrerá. Ubicada sobre una de las vialidades principales de Reynosa ofrece a sus visitantes variedad de servicios con bancos, casas de cambio y casas de empeño.

ee) Paseo Alcalde

Paseo Alcalde es un centro comercial ubicado en el Municipio de Zapopan, Jalisco, anclado por una tienda de autoservicio Walmart Supercenter y un complejo de cines operado por Cinemex. El centro comercial atendió a las necesidades de los aproximadamente 395,889 visitantes desde su inauguración en el último trimestre del año. Cuenta con aproximadamente 17,000 m² de terreno y se espera que tenga más de 12,000 m² de ABR.

ff) Macroplaza San Luis

Macroplaza San Luis es un centro comercial ubicado en el centro de la ciudad de San Luis Potosí, anclado por una tienda de autoservicio Walmart Supercenter, un complejo de cines Cinépolis y una tienda departamental Suburbia. Cuenta con aproximadamente 19,000 m² de terreno y se espera que tenga aproximadamente 20,000 m² de ABR. El centro comercial atendió a las necesidades de los aproximadamente 579,380 visitantes desde su inauguración en el último trimestre del año.

EVENTOS RELEVANTES

Con fecha 5 de octubre de 2016 PLANIGRUPO público que se había llevado a cabo la adquisición del 90% (noventa por ciento) del capital social de la sociedad propietaria del centro comercial denominado “Plaza Bella Ramos Arizpe”, ubicado en el Estado de Coahuila, la adquisición se llevó a cabo con fecha 30 de septiembre de 2016, no obstante la publicación de dicho evento relevante se dio hasta el día 5 de octubre de 2016, en virtud del cumplimiento de ciertas condiciones contractuales. Dicha operación se concretó con cifras definitivas por un monto de Ps. 136.8 millones, para lo cual se utilizaron recursos obtenidos de la emisión pública de acciones realizada por PLANIGRUPO el pasado mes de junio de 2016.

Como resultado de dicha adquisición, la cual estuvo sujeta a ciertas condiciones suspensivas, PLANIGRUPO, es titular del 100% (cien por ciento) de dicho centro comercial, toda vez que, previo a dicha adquisición, PLANIGRUPO, a través de una de sus subsidiarias, ya detentaba una participación no controladora del 10% (diez por ciento). Actualmente PLANIGRUPO continuará administrando dicho centro comercial.

NATURALEZA DEL NEGOCIO

Somos una empresa desarrolladora completamente integrada, propietaria y tenedora con 40 años de experiencia en el desarrollo, diseño, construcción, comercialización, administración de centros comerciales en México. Desde la creación de nuestra primera empresa de construcción en 1975, nuestro equipo ha participado en la adquisición y desarrollo de 63

centros comerciales. Con participaciones controladoras en 31 centros comerciales (de los cuales 2 se encuentran en construcción) y participaciones no controladoras en 3 centros comerciales, ubicados en 18 entidades federativas en México, 32 de los cuales operamos actualmente y dos de los cuales también somos propietarios y están en construcción, somos uno de los mayores propietarios de centros comerciales en México. Nuestros 32 centros comerciales en operación tienen un ABR Total de aproximadamente 752,000 m² y conjuntamente con nuestras cuatro propiedades en construcción esperamos incrementar nuestro ABR Total a aproximadamente 786,000 m²^[1], el ABR Total excede el ABR representado únicamente por nuestra participación. Nuestros centros comerciales cuentan con tiendas ancla líderes en el sector comercial y/o complejos de salas de cine. Con el objeto de mejorar la experiencia de compra de los clientes, la mayoría de nuestros centros comerciales también ofrecen diversas opciones de entretenimiento y comida, así como diversos diseños para complementar la oferta del comercio. Creemos que nuestros centros comerciales son reconocidos como referentes para adquirir bienes y servicios y como una opción de entretenimiento en las diferentes regiones en las que operamos.

OBJETIVOS DE CARÁCTER DIRECTIVO

Nuestro objetivo es convertirnos en el propietario integrado, desarrollador y administrador de centros comerciales líder en México. Esperamos continuar mejorando nuestro portafolio existente mediante propiedades de alta calidad que son identificadas y comercializadas por nosotros, desarrolladas en conjunto con algunos de nuestros arrendatarios clave, o incorporado mediante adquisiciones. Esperamos capitalizar oportunidades que se puedan presentar en el corto o mediano plazo. Lo cual crea una oportunidad para incrementar la penetración en propiedades comerciales de alta calidad conforme las tendencias demográficas continúan mejorando. Nos esforzamos por convertirnos en el socio de elección de nuestros arrendatarios y esperamos continuar fortaleciendo nuestra relación entregando lo mejor en productos y servicios en su clase.

ESTRATEGIAS DE CARÁCTER DIRECTIVO

PLANIGRUPO es una compañía con un modelo de negocio totalmente internalizado, que captura valor a lo largo del ciclo de negocio de desarrollo de los proyectos en centros comerciales y que genera ingresos adicionales, tales como publicidad y otros servicios por parte de terceros. Nuestra estructura de Sociedad Anónima Bursátil y modelo de negocio eliminan la fuga de comisiones, por lo que se maximizan los retornos de los accionistas.

Los dos pilares de nuestro negocio son:

- Primero, nuestro portafolio de 32 centros comerciales en operación cuenta con una ocupación consolidada de 93.4%, generando un NOI al 4T16 de Ps. 914.3 millones proveniente de la renta de nuestros espacios comerciales.
- Segundo, nuestros 2 proyectos en desarrollo nos dan las bases para el crecimiento de nuestro ABR, generando un mayor NOI a nuestro portafolio existente para los próximos tres semestres.

FACTORES DE RIESGO Y LIMITE DE RESPONSABILIDAD

Este reporte puede contener ciertas declaraciones a futuro que pueden implicar algún riesgo e incertidumbre. Términos tales como “estimamos”, “planeamos”, “esperamos”, “probablemente” y otras expresiones similares podrían ser interpretados como previsiones o estimados. PLANIGRUPO advierte a los lectores que las declaraciones y/o estimados contenidas en este documento, o realizadas por el equipo directivo de PLANIGRUPO implican riesgos e incertidumbre que podrían cambiar en función de varios factores que están fuera del control de PLANIGRUPO. Cualquier expectativa futura refleja los juicios de valor de PLANIGRUPO a la fecha del presente documento. PLANIGRUPO se reserva el

¹ Incluye aproximadamente 15,000 m² en remodelación de Urban Village Patria, asimismo incluyen los m² de Paseo Hipódromo y Urban Village, los cuales se encuentran en construcción.

Creando valor

derecho o la obligación de actualizar la información contenida en el reporte o derivada del mismo. El desempeño pasado o presente no es un indicador del desempeño futuro.

Advertimos que un número importante de factores podrían causar que los resultados actuales difieran materialmente de los planes, objetivos, expectativas, estimaciones e intenciones expresadas en este reporte. En ningún evento ni PLANIGRUPO, ni alguna de sus subsidiarias, afiliadas, directores, ejecutivos, agentes o empleados podrían ser responsables ante terceros (incluyendo inversionistas) por cualquier inversión, decisión o acción tomada en relación con la información vertida en este documento o por cualquier daño consecuente especial o similar.

SITUACIÓN FINANCIERA Y RESULTADOS DE LAS OPERACIONES

Nuestros estados consolidados de resultados se integran por los siguientes rubros:

- **Ingresos.** La principal fuente de nuestros ingresos proviene de los ingresos por arrendamiento que nuestros arrendatarios nos pagan al amparo de arrendamientos operativos. Los ingresos y costos de los contratos de arrendamiento se reconocen durante la vigencia de los mismos conforme se prestan los servicios. También obtenemos ingresos derivados de la administración de plazas y comisiones por arrendamiento e ingresos por desempeño inmobiliario. Los ingresos por administración de plazas consisten en ingresos derivados de la administración de centros comerciales, los cuales fueron reconocidos en nuestros resultados anuales a las tasas pactadas para la prestación de nuestros servicios (de 2.0% a 4.0% sobre las rentas efectivamente cobradas en cada una de las propiedades que administramos). Las comisiones por arrendamiento consisten en ingresos derivados de la negociación de nuevos arrendamientos o la renovación de los mismos por un plazo de 3 a 10 años, dichas comisiones oscilan entre 3.0% y 8.5% de la renta total pactada; el 80.0% del ingreso por comisiones es reconocido a la firma de los contratos y el 20.0% restante es reconocido cuando se paga la primera renta. Los ingresos por desempeño inmobiliario consisten en comisiones que nos pagan ciertos propietarios de inmuebles bajo los contratos de desarrollo que hemos celebrado con ellos para la construcción y desarrollo de sus propiedades. Dichas comisiones son pagadas cuando las propiedades desarrolladas alcanzan cierto nivel de retorno o rendimiento, el cual es típicamente alcanzado después de algunos años de operación eficiente encomendada a nosotros o como consecuencia de la venta de las propiedades.
- **Costos y gastos de operación de las propiedades.** Los costos y gastos de operación de las propiedades se integran por: gastos de administración, mantenimiento y seguridad, sueldos y salarios, depreciación y amortización y gastos generales
- **Otros (gastos) ingresos, neto.** Otros (gastos) ingresos, neto se compone de incrementos y disminuciones en el valor razonable de nuestras propiedades de inversión (que corresponden a nuestros centros comerciales), recuperación de cuentas por cobrar de períodos anteriores, utilidad o pérdida en venta de mobiliario y equipo, entre otros.
- **Ingresos y costos financieros.** Ingresos y costos financieros se compone de gastos por intereses, ingresos por intereses, efecto en valuación de instrumentos financieros y utilidad (pérdida) en cambios, neta.
- **Incremento en el valor razonable de fideicomisos de proyecto no consolidables.** Consiste en incrementos y disminuciones en el valor razonable de nuestra inversión en aquellos Fideicomisos de Proyecto del Fondo de certificados (CKD) no consolidables (es decir, nuestra participación no controladora en ciertos centros comerciales).
- **Impuestos a la utilidad.** Los impuestos a la utilidad incluyen el impuesto causado sobre base legal y los impuestos a la utilidad diferidos.

Resultados de operaciones por los años concluidos al 31 de diciembre de 2016 y 2015

Ingresos

Los ingresos totales por el año concluido al 31 de diciembre de 2016 fueron de Ps. 1,064.6 millones en comparación con los Ps. 999.6 millones del año 2015, lo cual representa un aumento del 6.5%. Este aumento se atribuyó principalmente a un incremento de Ps. 62.2 millones en ingresos por arrendamiento durante el 2016, así como un incremento de Ps. 2.7 millones en los ingresos por administración de plazas y comisiones por arrendamiento.

El incremento en los ingresos por arrendamiento se debe principalmente a incremento en la ocupación, incremento por inflación anual, así como aumento en las rentas variables.

Los ingresos por administración de plazas y comisiones por arrendamiento incrementaron principalmente por el aumento en la ocupación y por ende en las comisiones de arrendamiento de las propiedades minoritarias las cuales administramos.

Costos y Gastos de Operación

El total de costos y gastos fue de Ps. 474.3 millones por el período terminado al 31 de diciembre de 2016, en comparación con los Ps. 458.5 millones del año anterior, lo cual representa un incremento del 3.5%. Esta variación se atribuyó principalmente a una disminución en los gastos de administración, mantenimiento y seguridad por Ps. 0.3 millones, una disminución en Ps. 7.8 millones en gastos generales, compensado con un incremento de Ps. 22.7 millones en sueldos y salarios.

Otros ingresos, neto

El total de otros ingresos, neto por el período terminado al 31 de diciembre de 2016 fue un ingreso de Ps. 941.4 millones en comparación con un ingreso de Ps. 19.2 millones del año anterior. Este incremento se atribuye principalmente a un aumento en el valor razonable de nuestras propiedades de inversión derivado de avalúos practicados por terceros independientes, en los cuales se considera la transacción de oferta pública realizada en junio de 2016.

Costos financieros

Los costos financieros incrementaron en Ps. 347.9 millones terminado al 31 de diciembre de 2016, en comparación con los Ps. 319.6 millones del año anterior, lo cual representa un incremento del 8.8%. El incremento se debe a los gastos por intereses atribuibles principalmente a la deuda en la que incurrimos en relación con la adquisición de propiedades en 2014, así como el desarrollo de centros comerciales durante 2015, además de incrementos en tasas de interés ocurridos durante 2016.

Utilidad neta consolidada del período

La utilidad neta consolidada por el período terminado al 31 de diciembre de 2016 fue de Ps. 1,116.2 millones, en comparación con Ps. 263.9 millones del año anterior, lo cual representa un incremento de 322.9%. Esto se atribuye a la combinación de incrementos y disminuciones en los rubros de los estados consolidados de resultados descritos anteriormente.

Creando valor

A continuación se muestra la información relativa a los estados consolidados de resultados proforma por los años terminados el 31 de diciembre de 2016 y 2015, considerando la información financiera de las entidades desde el 1º de enero de cada periodo comparativo.

Estados Consolidados de Resultados Proforma No Auditados
Años terminados al 31 de diciembre 2016 y 2015
(en miles de pesos)

	2016	2015	Variación %
Ingresos por:			
Rentas	\$ 1,046,471	984,262	6.3%
Administración de plazas y comisiones por arrendamiento	18,115	15,368	17.9%
Total de Ingresos	1,064,586	999,630	6.5%
Costos y gastos de operación:			
Gastos de administración, mantenimiento y seguridad	(157,934)	(158,267)	(0.2%)
Gastos de administración inmobiliarios	(19,658)	(20,357)	(3.4%)
Sueldos y salarios	(179,542)	(156,519)	14.7%
Depreciación y amortización	(15,371)	(13,806)	11.3%
Gastos generales	(101,830)	(109,563)	(7.1%)
Total de costos y gastos de operación	(474,335)	(458,512)	3.5%
Otros ingresos:			
Incremento en el valor razonable de propiedad de inversión	905,106	7,336	12237.9%
Otros ingresos, neto	36,327	11,867	206.1%
Total de otros ingresos	941,433	19,203	4802.5%
Utilidad de operación	1,531,684	560,321	173.4%
(Costos) ingresos financieros:			
Gasto por intereses	(363,737)	(299,695)	21.4%
Ingreso por intereses	16,854	30,478	(44.7%)
Efecto de valuación de instrumentos financieros	(1,011)	(1,785)	(43.4%)
Utilidad (pérdida) en cambios, neta	12	(48,625)	(100.0%)
Costo financiero, neto	(347,882)	(319,627)	8.8%
Incremento en el valor razonable de certificados de fideicomiso de proyecto no consolidable y otras inversiones permanentes	169,768	79,032	114.8%
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	1,353,570	319,726	323.4%
Impuestos a la utilidad			
Sobre base fiscal	(57,781)	(33,720)	71.4%
Diferidos	(179,635)	(22,064)	714.2%
Costo financiero, neto	(237,416)	(55,784)	325.6%
Utilidad neta consolidada	\$ 1,116,154	263,942	322.9%
Utilidad neta consolidada atribuible a:			
Participación controladora	905,245	261,533	246.1%
Participación no controladora	210,908	2,409	8655.0%
Utilidad neta consolidada	\$ 1,116,154	263,942	322.9%

Estado de Situación Financiera

**Estado de Situación Financiera Consolidado No Auditado al 31 de diciembre de 2016
y Combinado al 31 de diciembre de 2015
(en miles de pesos)**

	2016	2015	Variación %
ACTIVO			
Activo circulante:			
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 700,088	920,733	(24.0%)
Cuentas por cobrar comerciales, impuestos por recuperar y otras cuentas por cobrar, neto	232,001	488,637	(52.5%)
Pagos anticipados	168,267	183,329	(8.2%)
Total de activo circulante	1,100,356	1,592,699	(30.9%)
Activo no circulante:			
Propiedades de inversión	11,236,268	9,504,932	18.2%
Mobiliario, equipo, mejoras y adaptaciones, neto	75,682	80,499	(6.0%)
Otras inversiones permanentes	375,541	322,444	16.5%
Impuestos a la utilidad diferidos	-	105,847	(100.0%)
Otros activos no circulantes, neto	70,629	42,282	67.0%
Efectivo restringido	79,439	64,036	24.1%
Total de activo no circulante	11,837,559	10,120,040	17.0%
Total del activo	\$ 12,937,915	11,712,739	10.5%

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE
Pasivo circulante:

	2016	2015	Variación %
Vencimiento circulante de deuda a largo plazo	\$ 120,750	74,454	62.2%
Cuentas por pagar y provisiones	173,831	122,976	41.4%
Impuestos y gastos acumulados	114,987	165,975	(30.7%)
Total de pasivo circulante	409,568	363,405	12.7%

Pasivo no circulante:

Deuda a largo plazo, excluyendo vencimientos circulantes	5,596,036	5,339,411	4.8%
Honorario por desempeño inmobiliario	235,480	-	100.0%
Impuestos a la utilidad diferidos	168,974	86,701	94.9%
Otros pasivos no circulantes	102,509	77,250	32.7%
Activos netos atribuibles a los tenedores y fideicomitentes	1,294,040	2,869,266	(54.9%)
Total de pasivo no circulante	7,397,039	8,372,628	(11.7%)

Total del pasivo

Total del pasivo	7,806,607	8,736,033	(10.6%)
-------------------------	------------------	------------------	----------------

Capital contable:

Inversión neta controladora de los accionistas	4,226,620	2,927,501	44.4%
Utilidades retenidas	388,017	19,968	1843.2%
Capital neto atribuible a la participación controladora	4,614,637	2,947,469	56.6%
Participación no controladora	516,671	29,237	1667.2%
Total de capital contable	5,131,308	2,976,706	72.4%

Total del pasivo y capital contable	\$ 12,937,915	11,712,739	10.5%
--	----------------------	-------------------	--------------

Estados Consolidados de Flujos de Efectivo Proforma No Auditados
Años terminados al 31 de diciembre de 2016 y 2015
(en miles de Pesos)

	2016	2015
Flujos de efectivo de actividades de operación:		
Utilidad neta consolidada del periodo	\$ 1,116,154	263,942
Ajustes por:		
Incremento en el valor razonable de propiedades de inversión	(905,106)	(7,336)
Depreciación y amortización	15,371	13,806
Impuestos a la utilidad	237,416	55,784
Incremento en el valor razonable de certificados de fideicomiso de proyecto no consolidable	(169,768)	(79,032)
Intereses a favor	(16,854)	(30,478)
Efecto en valuación de instrumentos financieros	1,011	(1,785)
Pérdida en cambios no realizada	-	14,691
Intereses a cargo	363,737	299,695
Subtotal	641,961	529,287
Cambios en:		
Cuentas por cobrar comerciales, impuestos por recuperar y otras cuentas		
por cobrar, neto	234,484	27,948
Pagos anticipados	15,062	(7,337)
Otros activos no circulantes, neto	(7,206)	(55,850)
Cuentas por pagar y provisiones	50,855	7,237
Impuestos y gastos acumulados	(50,989)	7,274
Otros pasivos no circulantes	91,824	12,213
Flujos netos de efectivo generados por actividades de operación	975,991	520,772

RESULTADOS DEL CUARTO TRIMESTRE 2016

Actividades de inversión:

	2016	2015
Adquisiciones de mobiliario, mejoras y adaptaciones	(10,555)	(32,470)
Distribución en otras inversiones permanentes	171,312	4,938
Adquisición de propiedades de inversión	(617,334)	(987,624)
Préstamos otorgados a partes relacionadas	-	(276,716)
Intereses cobrados	16,854	30,478
Flujos netos de efectivo utilizados en actividades de inversión	(439,723)	(1,261,394)

Actividades de financiamiento:

Entradas de efectivo por aumento de capital social, netas de gastos de emisión	200,000	135,943
Activos netos atribuibles a los tenedores y fideicomitentes	(502,584)	-
Reembolso de capital a los tenedores de certificados	(295,053)	(100,016)
Préstamos obtenidos	352,495	1,270,452
Pagos del principal de préstamos	(132,631)	(759,594)
Pagos de préstamos a partes relacionadas	-	(395,456)
Intereses pagados	(363,737)	(299,106)
Efectivo restringido	(15,403)	(17,263)
Flujos netos de efectivo utilizados en actividades de financiamiento	(756,913)	(165,040)
Disminución neta de efectivo y equivalentes de efectivo	(220,645)	(905,662)
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	920,733	1,826,395
Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del periodo	\$ 700,088	920,733

Nuestra principal fuente de liquidez de corto plazo es el flujo generado por nuestras operaciones. Los recursos así generados se aplican principalmente para pagar gastos operativos y otros gastos directamente asociados con nuestras propiedades, incluyendo gastos de mantenimiento e inversiones de capital en mejoras recurrentes de nuestras propiedades.

Tenemos intención de continuar cubriendo nuestros requerimientos de liquidez de corto plazo a través del efectivo generado por nuestras operaciones. Consideramos que nuestros ingresos por arrendamiento, libres de gastos operativos, en general nos darán entradas de flujo de efectivo para cumplir con gastos generales, administrativos y financiar distribuciones.

Nuestros requerimientos de liquidez a largo plazo consisten primordialmente en fondos para pagar por el desarrollo o redesarrollo de proyectos, renovaciones, ampliaciones, adquisiciones de propiedad y otros gastos de capital no recurrentes que deben hacerse periódicamente. Nuestra intención a futuro es cubrir nuestros requerimientos de liquidez de largo plazo a través de varias fuentes de recursos, incluyendo financiamientos a través de deuda y, en su caso, de ofertas de capital. Esperamos que cualquier deuda en la que incurramos, contenga las obligaciones de no hacer habituales, incluyendo disposiciones que puedan limitar nuestra capacidad para incurrir en deuda adicional, limitaciones al otorgamiento de otras hipotecas o garantías o limitaciones para transmitir ciertos activos, comprar o adquirir inmuebles adicionales, cambiar la conducción de nuestro negocio o hacer préstamos o dar anticipos, para celebrar cualquier fusión, consolidación con, o adquirir el negocio, activos o capital de cualquier tercero.

No hemos establecido restricciones con nuestras subsidiarias para que nos transfieran recursos ni tenemos conocimiento de alguna tendencia, compromiso o acontecimiento conocido que pueda o vaya a afectar significativamente nuestra liquidez, resultados de operación o condición financiera.

Exposición, riesgos y contingencias

Ocasionalmente celebramos instrumentos financieros derivados para mitigar el riesgo derivado de las fluctuaciones en las tasas de interés derivado de los créditos con tasa variable que hemos contratado. Dichos instrumentos financieros derivados, aunque son contratados con fines de cobertura desde una perspectiva económica, por no cumplir con todos los requisitos que exige la normatividad, para efectos contables, se han designado como de negociación. No podemos asegurar que estaremos protegidos adecuadamente por nuestras operaciones de cobertura o que dichas operaciones de cobertura no resultarán en pérdidas que afecten nuestro negocio, condición financiera y resultado de operaciones.

El monto que representan los instrumentos financieros derivados celebrados por PLANIGRUPO, no es significativo. Al 31 de diciembre de 2016, el valor razonable de los instrumentos financieros derivados que teníamos contratados los cuales están registrados como un activo fue de aproximadamente Ps. 22.2 millones, una cifra menor al 0.2% de nuestros activos totales, menor al 0.3% de nuestros pasivos totales, menor al 0.1% de nuestro capital total y menor al 0.1% de nuestros ingresos trimestrales (por el trimestre terminado al 31 de diciembre de 2016).

PLANIGRUPO no ha tenido llamadas de margen al 31 de diciembre de 2016 por los instrumentos financieros contratados y no ha tenido incumplimiento alguno al amparo de dichos instrumentos.

Situación financiera liquidez y recursos de capital

Nuestra principal fuente de liquidez de corto plazo es el flujo generado por nuestras operaciones. Los recursos así generados se aplican principalmente para pagar gastos operativos y otros gastos directamente asociados con nuestras propiedades, incluyendo gastos de mantenimiento e inversiones de capital en mejoras recurrentes de nuestras propiedades.

Al 31 de diciembre de 2016, nuestra liquidez era de Ps. 1,100.4 millones y se componía del total del activo circulante (efectivo y equivalentes de efectivo, cuentas por cobrar, partes relacionadas por cobrar, impuestos por recuperar y otras

Creando valor

cuentas por cobrar, anticipos a subcontratistas y proveedores, pagos anticipados y depósitos en garantía), lo que representa el 8.5% de nuestros activos totales.

Operaciones fuera del Estado de Situación Financiera

A la fecha del reporte no contamos con operaciones que no se encuentren registradas en nuestro estado de situación financiera al 31 de diciembre de 2016.

Deuda

Al 31 de diciembre de 2016, nuestra deuda insoluta total era de Ps. 5,716.8 millones, del monto total de la deuda, al 4T16, Ps. 120.8 millones era deuda a corto plazo y Ps. 5,596.0 millones deuda a largo plazo.

El LTV de PLANIGRUPO al 4T16 es de 37%.

Los contratos de deuda a nivel propiedad cuentan con una garantía hipotecaria.

Al 31 de diciembre de 2016, el 12.1% de nuestra deuda devengaba intereses a una tasa fija y el 87.9% a una tasa variable. De la deuda que se encuentra a tasa variable, el 48% tienen una cobertura de tasa de interés.



Inversiones de Capital

Por el periodo concluido al 31 de diciembre de 2016, incurrimos en inversiones de capital por Ps. 101.1 millones, que consistieron principalmente en gastos generales de mantenimiento, redesarrollo de dos de nuestras propiedades y el desarrollo de cinco proyectos de desarrollo.

Revelaciones Cuantitativas y Cualitativas sobre Riesgos de Mercado

Administración de Riesgos

En el curso ordinario del negocio estamos expuestos a diversos riesgos de mercado que están fuera de nuestro control, incluyendo fluctuaciones en las tasas de interés y los tipos de cambio de divisas, los cuales podrían tener un efecto adverso sobre el valor de nuestros activos y respecto de nuestros pasivos financieros, futuros flujos de efectivo y utilidades. Como resultado de estos riesgos de mercado, podríamos sufrir pérdidas debido a cambios adversos en las tasas de interés o los tipos de cambio de divisas.

Nuestra política de administración de riesgos busca evaluar las posibilidades de experimentar pérdidas y el impacto consolidado de las mismas y mitigar nuestra exposición a fluctuaciones en tasas de interés y tipos de cambio de divisas.

Riesgo de Tasa de Interés

Tenemos una exposición de riesgo de mercado a cambios en las tasas de interés. Las fluctuaciones en tasas de interés impactan principalmente a los préstamos, cambiando ya sea su valor razonable, o sus flujos de efectivo futuros. La Administración no cuenta con una política formal para determinar cuánto de la exposición de PLANIGRUPO deberá ser a tasa fija o variable. No obstante, al momento de obtener nuevos préstamos, nuestra administración usa su juicio para decidir si considera que una tasa fija o variable sería más favorable para nosotros durante el plazo previsto, hasta su vencimiento.

Para protegerse de los riesgos derivados de las fluctuaciones en las tasas de interés, PLANIGRUPO contrató instrumentos financieros derivados. Dichos instrumentos financieros derivados, aunque son contratados con fines de cobertura desde una perspectiva económica, por no cumplir con todos los requisitos que exige la normatividad, para efectos contables, se han designado como de negociación

Riesgo de Tipo de Cambio de Divisas

Al 31 de diciembre de 2016, la posición monetaria de activos y pasivos en dólares es poco significativa mientras que prácticamente la totalidad de nuestros ingresos, costos y gastos de operación estaban denominados en Pesos.

Cobertura de Analistas

Consultora 414, S.A. de C.V.
Ariel Fischman

af@414capital.com

CONFERENCIA TELEFÓNICA

PLANIGRUPO LATAM, S.A.B. de C.V.

Conferencia Telefónica de Resultados del Cuarto Trimestre 2016

Fecha: Lunes 27 de febrero de 2017

Hora: 8:30 A.M. (Hora del Centro, Cd. de México) / 9:30 A.M. (Hora del Este, N.Y.)

Números de marcación

México: Tel: +1 (334) 323 - 7224

Estados Unidos / Internacional: Tel: + (334) 323 - 7224

Código de acceso: PLAN (tono de voz)