



Creando valor

RESULTADOS DEL SEGUNDO TRIMESTRE 2016

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 Segundo Trimestre

Ciudad de México, a 28 de julio de 2016 – PLANIGRUPO LATAM, S.A.B. de C.V. (en lo sucesivo PLANIGRUPO o la Sociedad) (*Clave de Cotización en la Bolsa Mexicana de Valores: PLANI*), es una empresa desarrolladora y propietaria de centros comerciales, completamente integrada, con 40 años de experiencia en el desarrollo, diseño, construcción, arrendamiento, operación y administración de centros comerciales en México. El día de hoy PLANIGRUPO publicó los resultados del segundo trimestre (en lo sucesivo el 2T16), del periodo terminado al 30 de junio de 2016. 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 ingreso neto de operación, el cual definimos como los ingresos por rentas, *menos* los gastos de administración, mantenimiento y seguridad.
- **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 utilidad (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: utilidad (pérdida) neta, *más* depreciación y amortización, *menos* el incremento 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) y ganancias derivadas de la venta de propiedades.
- **FFO Ajustado**, es calculado restando las inversiones recurrentes de capital para el mantenimiento de nuestros activos al FFO.

NOI, margen de NOI, EBITDA, margen de EBITDA, FFO y FFO Ajustado 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 y FFO 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 y FFO puede no ser comparable a otras medidas similares de 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 considerando nuestras operaciones de ingresos y gastos consolidados, incluyendo información comparativa de periodos anteriores. Esta información difiere en su presentación de los estados financieros consolidados al 30 de junio de 2016, ya que la consolidación de información financiera 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 2T16.
- Al 2T16, la tasa de ocupación fue del 94.2%, sin considerar los inmuebles de Urban Village Patria y Mall Plaza Lincoln, los cuales se encuentran en etapa de remodelación. Considerando los inmuebles mencionados anteriormente, la tasa de ocupación sería de 92.4%.
- El precio promedio de arrendamiento por metro cuadrado al final de 2T16 fue de Ps. 127.4.
- Al 2T16, PLANIGRUPO registró un total de 57 millones de visitantes en nuestros centros comerciales.

HECHOS FINANCIEROS DESTACADOS

- En el 2T16, los ingresos operativos mostrados en el Estado de Resultados proformados alcanzaron Ps. 514.9 millones, lo cual representa un incremento del 3% respecto a los Ps. 501.7 millones del 2T15.
- El NOI consolidado acumulado para el 2T16 alcanzó Ps. 423.8 millones. Al cierre del 2T16 el margen de NOI fue de 82.3%
- El EBITDA consolidado acumulado para el 2T16 alcanzó Ps. 306.3 millones. Al cierre del 2T16 el margen EBITDA fue 59.5%.

COMENTARIOS DEL DIRECTOR GENERAL

Durante el 2T16, PLANIGRUPO concluyó de manera exitosa una Oferta Pública Primaria de acciones en la Bolsa Mexicana de Valores (BMV). Un total de 92'827,903 acciones a un precio de Ps. 19.75 por acción, fueron colocadas entre el Público Inversionista. Dichas acciones representaron el 29.2% del capital social suscrito y pagado de PLANIGRUPO. Los recursos netos que PLANIGRUPO obtuvo de la oferta han sido utilizados en una parte para adquirir el 53.4% de los Certificados de Capital de Desarrollo (en lo sucesivo CKDs), en circulación del Fideicomiso Maestro de los CKDs, con clave de pizarra PLANICK12, propiedad de inversionistas institucionales y el restante de los recursos serán utilizados para cumplir con los planes de inversión de PLANIGRUPO.

Durante el 2T16, nuestro portafolio estabilizado reporta resultados positivos. Nuestra tasa de ocupación se encuentra en niveles de 94.2%, lo cual demuestra el dinamismo de los centros comerciales de PLANIGRUPO a lo largo de la República Mexicana. Cabe destacar que el número de visitantes a nuestros centros comerciales alcanzó los 57 millones de visitantes en este 2T16.

En cuanto a los principales indicadores financieros del 2T16, los ingresos operativos alcanzaron los Ps. 514.9 millones, mientras que el ingreso neto de operación alcanzó los Ps. 423.8 millones. PLANIGRUPO reportó un EBITDA de Ps. 306.3 millones. PLANIGRUPO alcanzó un margen EBITDA del 59.5%, en línea con nuestros estimados para el año 2016. Estos resultados demuestran el buen manejo financiero aplicado por PLANIGRUPO.

Dentro de los centros comerciales que se encuentran en etapa de desarrollo, continuamos con sólidos avances en Paseo Solidaridad, Macroplaza San Luis y Paseo Alcalde, los cuales esperamos sean aperturados antes de finalizar el presente año. Asimismo, continúan los trabajos en el desarrollo de Paseo Hipódromo y Urban Village Garza Sada, los cuales esperamos sean aperturados en el año 2017.

En conclusión, nuestros resultados para el 2T16, muestran el cumplimiento de lo descrito en el Prospecto de Colocación de la Oferta Pública Inicial de Acciones y esperamos seguir cumpliendo con los planes de inversión de PLANIGRUPO en tiempo y forma.

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, arrendamiento, operación 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 30 centros comerciales y participaciones no controladoras en 4 centros comerciales, ubicados en 18 entidades federativas en México, 29 de los cuales operamos actualmente y cinco de los cuales también somos propietarios y están en construcción, somos uno de los mayores propietarios de centros comerciales en México. Nuestros 29 centros comerciales en operación tienen un ABR Total de aproximadamente 708,000 m² y conjuntamente con nuestras cinco propiedades en construcción esperamos incrementar nuestro ABR Total a aproximadamente 786,000 m²; 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. Al 2T16 contábamos con más de 2,070 arrendamientos, concentrados con más de 1,120 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 el periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2016 y 2015 de la información financiera proforma.

	Por los periodos de seis meses terminados al 30 de junio de		Var%
	<u>2016</u>	<u>2015</u>	
	(en miles de Pesos)		
Ingresos totales	514,856	501,657	3%
NOI	423,820	404,175	5%
EBITDA	306,287	268,483	14%
FFO	127,207	84,392	51%
FFO Ajustado	96,597	68,016	42%
Utilidad neta	786,053	151,736	418%

NOI

	Por los periodos de seis meses terminados al 30 de junio de	
	<u>2016</u>	<u>2015</u>
	(en miles de pesos)	
Ingresos por arrendamiento	504,160	494,344
Otros ingresos (gastos), neto	--	--
Gastos operativos	80,340	90,169
NOI	423,820	404,175
Margen de NOI	82.3%	80.6%

EBITDA

Por el periodo de seis meses terminados al 30 de junio

	<u>2016</u>	<u>2015</u>
	(en miles de pesos)	
Utilidad de operación	1,020,782	329,935
Otros ingresos, neto	722,133	70,317
Depreciación y amortización	7,638	8,865
EBITDA	306,287	268,483
Margen EBITDA	59.5%	53.5%

FFO

Por los periodos de seis meses terminados al 30 de junio de

	<u>2016</u>	<u>2015</u>
	(en miles de pesos)	
Utilidad neta	786,053	151,736
Depreciación y amortización	7,638	8,865
Incremento neto en el valor razonable de propiedades	(589,782)	(59,407)
Incremento neto en el valor razonable de las otras inversiones permanentes	(76,702)	(16,802)
FFO	127,207	84,392

FFO Ajustado

Por el periodo de seis meses terminados al 30 de junio de

	<u>2016</u>	<u>2015</u>
	(en miles de pesos)	
FFO	127,207	84,392
Gastos recurrentes de capital	(30,610)	(16,376)
FFO Ajustado	96,597	68,016

2) Indicadores Operativos

Propiedades	ARB M2	Tasa Ocupación	Precio promedio m2
29	708,000	92.4%*	127.4

*Incluye propiedades en remodelación

2.1) Portafolio Estabilizado

Al 2T16, PLANIGRUPO cuenta con un portafolio de 29 centros comerciales estabilizados, a través de diversos vehículos de propósito específico.

En la siguiente tabla se incluye una descripción de cada una de nuestros centros comerciales al 2T16:

PROPIEDADES CENTROS COMERCIALES ESTABILIZADOS

Plaza	Estado	Año construcción	Año apertura	Fecha de adquisición	ABR m2	% del portafolio del ABR	Tasa de ocupación
Urban Village Patria	Jalisco	2006	2010	diciembre 2014	65,065	9.4%	76%
Galerías Del Valle	Baja California	2008	2008	diciembre 2014	35,694	5.2%	98%
Plaza Real Reynosa	Tamaulipas	2005	2005	diciembre 2014	35,857	5.2%	96%
El Paseo Santa Catarina	Nuevo León	2005	2006	noviembre 2012	37,605	5.5%	97%
Plaza Palmira	Campeche	2008	2009	mayo 2013	29,736	4.3%	88%
Plaza Nogalera Saltillo	Coahuila	2006	2006	octubre 2013	41,889	6.1%	99%
La Gran Plaza Cancún	Quintana Roo	2004	2006	octubre 2013	26,643	3.9%	82%
Plaza Bella Anáhuac	Nuevo León	2002	2003	mayo 2013	27,332	4.0%	99%
Paseo Reforma	Tamaulipas	2007	2008	diciembre 2014	40,960	5.9%	92%
Plaza Real Saltillo	Coahuila	1999	2000	mayo 2013	16,390	2.4%	94%
Mall Plaza Lincoln	Nuevo León	2006	2007	mayo 2013	32,422	4.7%	88%
Plaza Lago Real	Nayarit	2008	2008	diciembre 2014	26,191	3.8%	100%
Plaza Monumental	Chihuahua	2007	2008	mayo 2013	16,267	2.4%	93%
Plaza Universidad Hidalgo	Hidalgo	2005	2006	octubre 2013	17,138	2.5%	94%
Lopez Mateos	Chihuahua	1995	1995	diciembre 2014	22,439	3.3%	92%
Súper Plaza Las Haciendas	Estado de México	2005	2006	mayo 2013	16,392	2.4%	91%
Plaza Bella Mexiquense	Estado de México	2006	2007	mayo 2013	18,561	2.7%	82%
Macroplaza Oaxaca	Oaxaca	2013	2014	julio 2014	26,347	3.8%	100%
Paseo San Juan	Querétaro	2012	2013	diciembre 2014	7,478	1.1%	88%
Plaza Bella Huinalá	Nuevo León	2009	2009	octubre 2013	15,607	2.3%	81%
Puerta De Hierro	Hidalgo	2006	2006	diciembre 2014	16,271	2.4%	100%
Plaza Los Cabos	Baja California Sur	2010	2010	julio 2014	9,891	1.4%	100%
Plaza Ensenada	Baja California	2012	2012	julio 2014	9,939	1.4%	100%
Paseo Puebla	Puebla	2013	2013	diciembre 2013	10,746	1.6%	98%
Reynosa	Tamaulipas	1991	1995	diciembre 2014	8,748	1.3%	92%

2.2) Área Bruta Rentable y Distribución Geográfica

Al cierre del 2T16, los 29 centros comerciales estabilizados totalizaban aproximadamente 708,000 m² de ABR. Nuestros centros comerciales estabilizados, se encuentran ubicados en 16 entidades federativas en México.

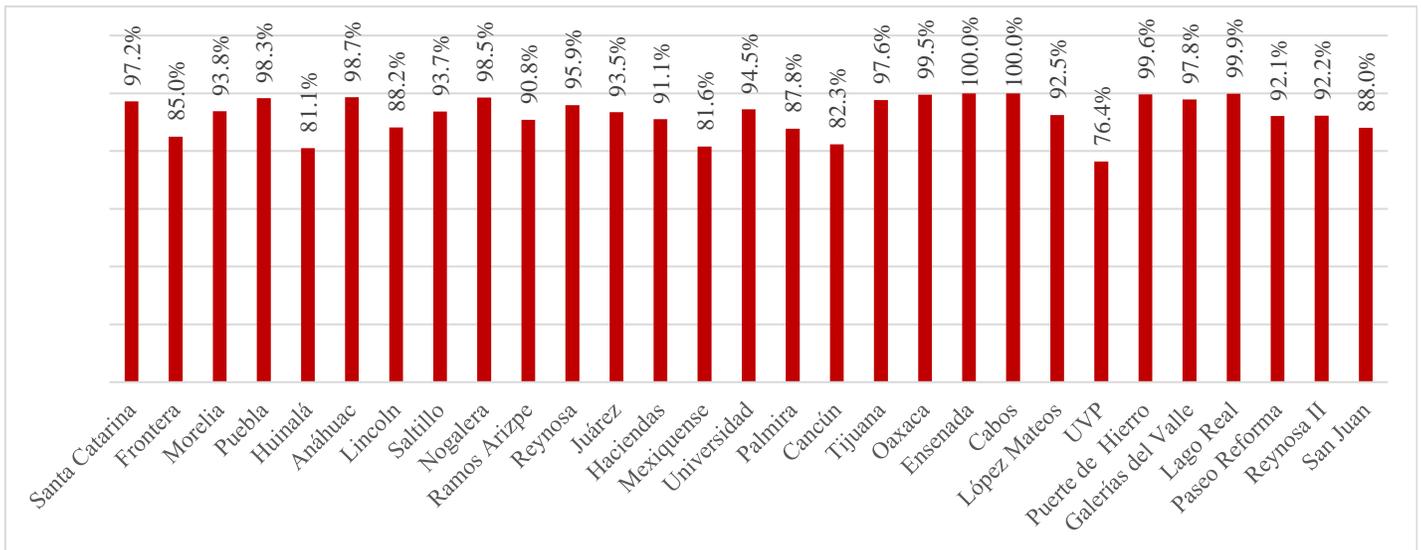
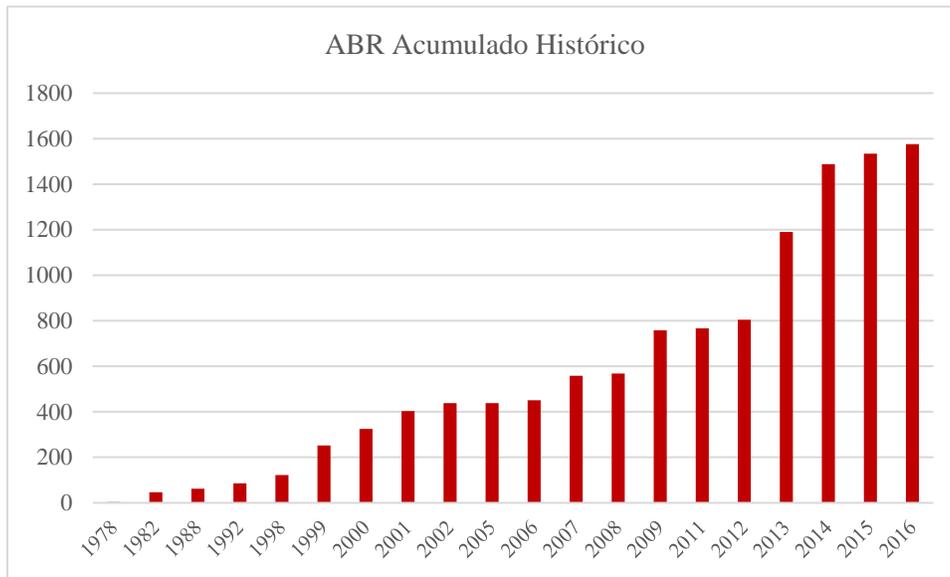


Estados donde Planigrupo administra al menos una propiedad

2.3) Ocupación

Al 2T16, la tasa de ocupación fue del 94.2%, sin considerar los inmuebles de Urban Village Patria y Mall Plaza Lincoln, los cuales se encuentran en etapa de remodelación. Considerando los inmuebles mencionados anteriormente, la tasa de ocupación sería de 92.4%.

Se puede observar en el siguiente gráfico la evolución del ABR del portafolio de nuestros centros comerciales estabilizados:



2.4) Características de los Contratos de Arrendamiento

Al 30 de junio de 2016, contábamos con más de 2,070 contratos de arrendamiento concentrados con más de 1,120 arrendatarios, de los cuales ninguno representa más del 10.0%, a excepción de Walmart y sus diferentes formatos de tiendas los cuales representan el 23.3% y 15.4% de nuestro ABR e ingresos. De los 29 centros comerciales en operación, actualmente contamos con 22 centros comerciales anclados por algún formato de tienda Walmart y 5 centros comerciales en operación anclados por algún formato de tienda HEB. Por otra parte, tenemos complejos Cinemex en 8 centros comerciales y complejos Cinépolis en 8 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 periodo adicional de la misma duración (en función del plazo máximo permitido por la legislación local) a nuestra elección. 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 2T16, el plazo promedio de arrendamiento restante (ponderado por ABR) para nuestros contratos con tiendas que no son ancla era de 2.2 años y con nuestras tiendas ancla era de 5.5 años. La siguiente tabla resume nuestro portafolio inmobiliario consolidado al 2T16 para cada propiedad.

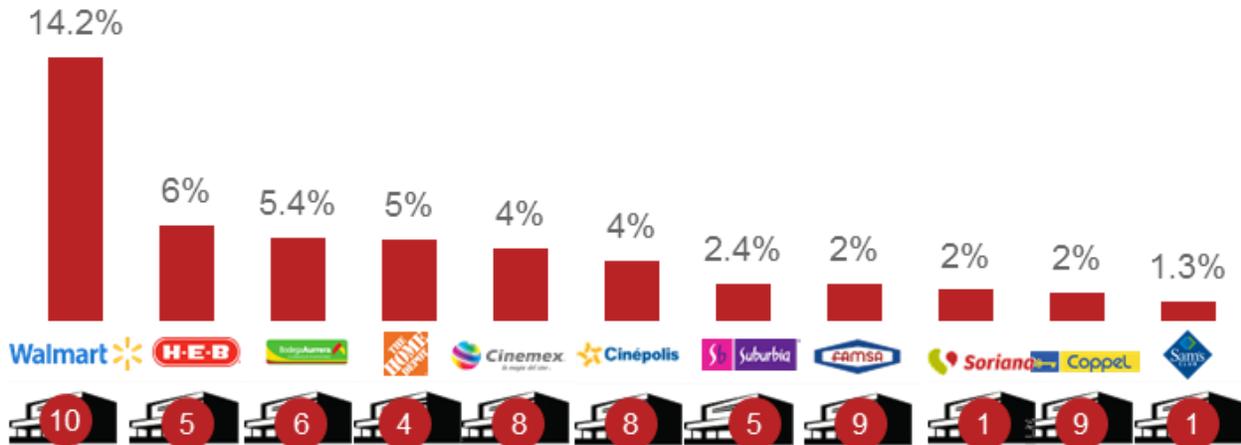
Al 30 de junio de 2016

Propiedad	Estado	Año de construcción	Fecha de apertura	Fecha de adquisición	Valor de avalúo de CBRE (Ps.) ⁽³⁾	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	39,390,710	7.9%	29,038,590
Centro Comercial Galerías del Valle	Baja California	2008	2008	diciembre 2014	770,000,000	39,956,664	8.0%	30,236,261
Plaza Real Reynosa	Tamaulipas	2005	2005	diciembre 2014	668,000,000	31,987,461	6.4%	23,668,167
Paseo Santa Catarina	Nuevo León	2005	2006	noviembre 2012	675,000,000	37,402,941	7.5%	27,602,671
Plaza Palmira	Campeche	2008	2009	mayo 2013	480,000,000	25,318,637	5.1%	17,201,235
Plaza Nogalera	Coahuila	2006	2006	octubre 2013	650,000,000	29,625,532	5.9%	24,199,999
Gran Plaza Cancún	Quintana Roo	2004	2006	octubre 2013	555,000,000	30,949,481	6.2%	22,803,264
Plaza Bella Anáhuac	Nuevo León	2002	2003	mayo 2013	595,000,000	27,730,107	5.5%	22,500,772
Centro Comercial Paseo Reforma	Tamaulipas	2007	2008	diciembre 2014	516,000,000	30,276,782	6.0%	23,461,211
Plaza Real Saltillo	Coahuila	1999	2000	mayo 2013	515,000,000	22,732,792	4.5%	17,411,571
Mall Plaza Lincoln	Nuevo León	2006	2007	mayo 2013	335,000,000	20,037,402	4.0%	14,661,582
Centro Comercial Lago Real	Nayarit	2008	2008	diciembre 2014	340,000,000	22,662,876	4.5%	16,475,865
Plaza Monumental	Chihuahua	2007	2008	mayo 2013	330,000,000	15,936,378	3.2%	12,399,138

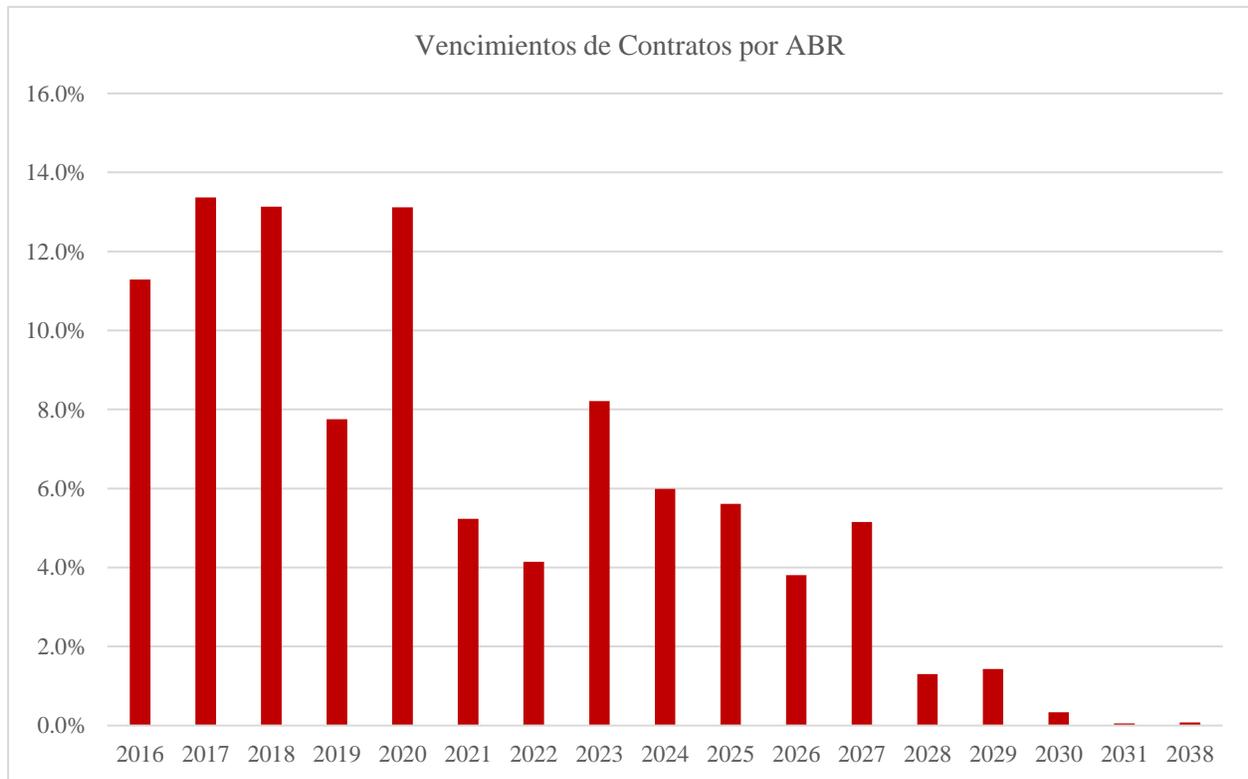
Plaza Universidad	Hidalgo	2005	2006	octubre 2013	300,000,000	14,810,836	3.0%	10,614,463
Plaza López Mateos	Chihuahua	1995	1995	diciembre 2014	215,000,000	12,449,427	2.5%	8,948,845
Plaza Las Haciendas	Edo. México	2005	2006	mayo 2013	260,000,000	11,839,851	2.4%	8,177,475
Plaza Bella Mexiquense	Edo. México	2006	2007	mayo 2013	228,000,000	11,133,740	2.2%	8,196,436
Macroplaza Oaxaca	Oaxaca	2013	2014	julio 2014	553,000,000	29,837,633	6.0%	23,900,875
Plaza San Juan	Querétaro	2012	2013	diciembre 2014	108,000,000	5,681,896	1.1%	3,794,152
Plaza Bella Huinalá	Nuevo León	2009	2009	octubre 2013	162,000,000	6,922,129	1.4%	4,743,552
Centro Comercial Puerta de Hierro	Hidalgo	2006	2006	diciembre 2014	125,000,000	4,998,766	1.0%	3,921,065
Walmart San José	Baja California Sur	2010	2010	julio 2014	245,000,000	9,291,496	1.9%	8,893,229
Walmart Ensenada	Baja California	2012	2012	julio 2014	132,000,000	4,974,198	1.0%	4,809,533
Paseo Puebla	Puebla	2013	2013	diciembre 2013	200,000,000	9,279,741	1.9%	7,535,441
Plaza Reynosa	Tamaulipas	1991	1995	diciembre 2014	107,300,000	5,792,764	1.2%	4,157,696
Paseo Solidaridad*	Sonora	N/A		-	115,000,000	3,140,231	0.6%	-
Paseo Hipódromo	Edo. México	N/A		-	205,000,000	0	0.0%	-
Paseo Alcalde	Jalisco	N/A		-	165,000,000	0	0.0%	-
Macroplaza San Luis	San Luis Potosí	N/A		-	280,000,000	0	0.0%	-
Urban Village Garza Sada	Nuevo León	N/A		-	N/A	0	0.0%	-
TOTAL INGRESOS POR ARRENDAMIENTO					10,929,300,000	504,160,471	100%	379,353,088

*Obtuvo ingresos previo a la apertura completa del centro comercial

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



La siguiente tabla muestra algunos datos sobre los porcentajes de vencimientos de contratos de nuestras propiedades estabilizadas al 2T16:

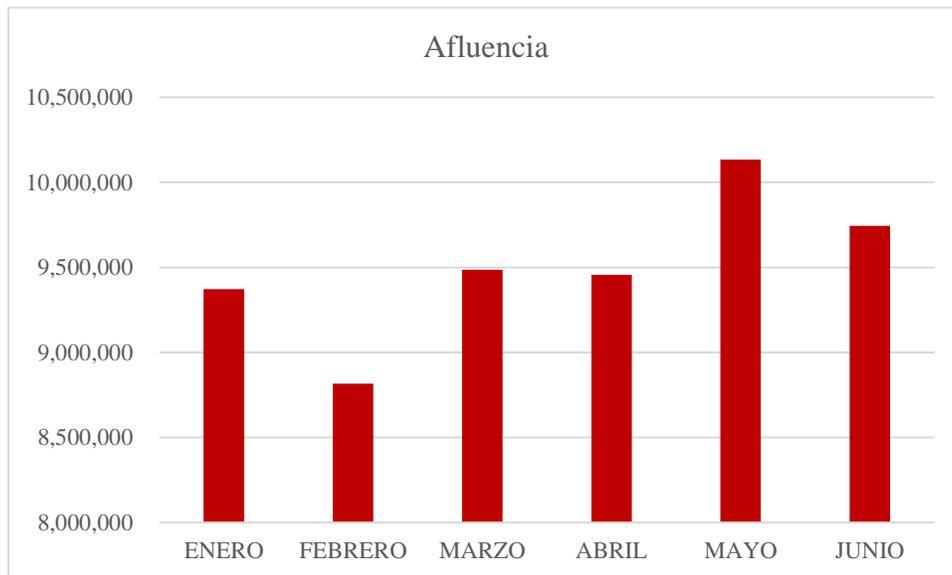


2.5) Ingreso por rentas fijas

Durante el 2T16, los ingresos por rentas ascendieron a Ps.504.2 millones.

2.6) Gráfica relativa al número de visitantes

La afluencia de los centros comerciales estabilizados durante el 2T16, alcanzaron aproximadamente los 57 millones de visitantes.



2.7) Propiedades en desarrollo

a) Paseo Alcalde

Paseo Alcalde es un centro comercial ubicado en el municipio de Zapopan, Jalisco, anclado por una tienda de autoservicio Walmart Supercenter. Se encuentra dentro del área metropolitana de Guadalajara, en donde esperamos que las altas tasas de consumo de la zona beneficien a nuestros futuros arrendatarios. Cuenta con aproximadamente 17,000 m² de terreno y se espera que tenga más de 12,000 m² de ABR. Al 30 de junio de 2016 hemos celebrado contratos de arrendamiento con la tienda ancla y otros arrendatarios, equivalentes a 11,425 m² o 95.0% de su ABR, y estimamos que este centro comercial iniciará operaciones durante el segundo semestre de 2016.



b) Macro plaza 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. Al 30 de junio de 2016 hemos celebrado contratos de arrendamiento con las tres tiendas y otros arrendatarios, equivalentes a 18,348 m² o 91.7% de su ABR, y estimamos que este centro comercial iniciará operaciones durante el segundo semestre de 2016.



c) 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. Cuenta con aproximadamente 36,000 m² de terreno y se espera que tenga más de 13,000 m² de ABR. Al 30 de junio de 2016 hemos celebrado contratos de arrendamiento con ambos arrendatarios de tiendas ancla y otros arrendatarios, equivalentes a 11,561 m² o 88.9% de su ABR. La primera etapa de este centro comercial ya se encuentra abierta al público y estimamos que este centro comercial estará al 100.0% de operación durante el segundo semestre de 2016.



d) Paseo Hipódromo

Paseo Hipódromo es 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 distribuidos en tres niveles. Planeamos incluir distintas opciones de entretenimiento y comida. Al 30 de junio de 2016 hemos celebrado contratos de arrendamiento con Cinemex para operar un complejo de salas de cine, así como con otros arrendatarios, equivalentes a 37.3% de su ABR, y estimamos que este centro comercial iniciará operaciones durante el primer semestre de 2017.



e) Urban Village Garza Sada

Urban Village Garza Sada es un centro comercial ubicado en el municipio de Monterrey, Nuevo León, anclado por una tienda de autoservicio, HEB, Lowes y 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 26,300 m² de ABR. Al 30 de junio de 2016 hemos celebrado contratos de arrendamiento con las tiendas ancla y otros arrendatarios, equivalentes a 21,113 m² o 80.2% de su ABR, y estimamos que este centro comercial iniciará operaciones durante el primer semestre de 2017.



Propiedad	Estado	ABR	Terreno	ABR arrendado	% Ocupación	Avance de Obra
Paseo Alcalde	Jalisco	12,006	17,000	10,318	95.0%	85%
Macroplaza San Luis	San Luis Potosí	19,820	19,000	18,137	91.7%	82%
Paseo Solidaridad	Sonora	13,084	36,000	11,432	88.9%	87%
Paseo Hipódromo	Estado de México	7,668	4,700	3,099	37.3%	56%
Urban Village Garza Sada	Nuevo León	25,000	46,300	20,186	80.2%	54%

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 7,130,684 visitantes en lo que va del 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, anuales una extensa variedad de productos, servicios y distintas opciones de comida. Somos titulares de una participación del 40.0% en Macroplaza Insurgentes y nuestra inversión se contabiliza como "Incremento en el valor razonable de otras inversiones permanentes", 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 2,621,357 visitantes en lo que va del 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 Total, Urban Village Patria es un gran complejo ubicado en el municipio de Zapopan. 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) Centro Comercial Galerías del Valle

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2007 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 Galerías del Valle se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona con aproximadamente 2,947,286 visitantes en lo que va del 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 es quizá el centro comercial de mayor afluencia de la ciudad, con aproximadamente 2,617,408 visitantes en lo que va del 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 5,615,321 visitantes en lo que va del año 2016. Se encuentran tiendas ancla tales como: Walmart, Suburbia y Cinemex. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla: 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 se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo en la región, con aproximadamente 1,649,506 visitantes en lo que va del 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. Ciudad del Carmen, cuenta con una población local y con una importante afluencia de visitantes que laboran en la industria petrolera de la zona.

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 3,063,223 visitantes en lo que va del 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 3,075,963 visitantes en lo que va del 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 2,897,938 visitantes en lo que va del 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 2,416,322 visitantes en lo que va del 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 frente franco a la vialidad principal del fraccionamiento, ofrece una gran variedad de marcas y servicios a sus visitantes anuales.

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 3,054,286 visitantes en lo que va del año 2016. Se encuentran como tiendas ancla a HEB y Cinemex. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla como TT Blues, Applebees, 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 2,185,419 visitantes en lo que va del 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 2,4341,816 visitantes en lo que va del 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 SBA 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 1,021,666 visitantes en lo que va del 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 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 1,878,209 visitantes en lo que va del 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 1993 en la ciudad de Ciudad Juárez, Chihuahua. Plaza López Mateos es uno de los centros comerciales de la zona que atienden a los aproximadamente 1,543,156 visitantes en lo que va del 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) Plaza Las Haciendas

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2006 en el municipio de Cuautitlán, Estado de México. Plaza Las Haciendas es uno de los centros comerciales más visitados de la zona con aproximadamente 1,744,780 visitantes en lo que va del año 2016. Se encuentran como tienda de autoservicio a Bodega Aurrerá. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla: Famsa, Pocket y Elektra. 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, gimnasio, restaurantes y mueblerías entre otros.

r) 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 1,053,118 visitantes en lo que va del 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. Somos titulares de una participación del 5.0% en Macroplaza Estadio Morelia y se contabiliza en “Incremento en el valor razonable de otras inversiones permanentes”, mientras que WALPG Mex I, S. de R.L. de C.V. es titular de una participación del 95.0%.

s) 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 2,024,582 visitantes en lo que va del año 2016. Se encuentra a Bodega Aurrerá como tienda ancla. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla: Famsa, 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.

t) 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 2,906,806 visitantes en lo que va del año 2016. Se encuentran tiendas ancla como Walmart, Suburbia y Cinemex. Adicionalmente cuenta también con tiendas sub-ancla como Toks, Coppel, Office Depot, Promoda, entre otras. Adicional a sus importantes anclas, Macroplaza Oaxaca cuenta con gran diversidad de espacios.

u) 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 1,272,561 visitantes en lo que va del 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 un el corazón de la ciudad, Plaza Bella Ramos Arizpe ofrece a sus visitantes anuales una extensa variedad de productos, servicios y distintas opciones de comida. Somos titulares de una participación del 10.0% en Plaza Bella Ramos Arizpe y se contabiliza en “Incremento en el valor razonable de otras inversiones permanentes”, mientras que AP Planigrupo Ramos Arizpe, S. de R.L. de C.V. es titular de una participación del 90.0%.

v) Plaza San Juan

Este centro comercial fue inaugurado en el año 2009 en la ciudad de San Juan del Río, Querétaro. Plaza San Juan se ha posicionado como uno de los centros comerciales con mayor atractivo de la zona. En Plaza San Juan podrán encontrar diversos servicios y entretenimiento con un complejo operado por Cinépolis. Además, la plaza goza del flujo que generan las tiendas ancla 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. Plaza San Juan se encuentra localizada en la segunda ciudad con mayor importancia del Estado de Querétaro, misma que en la última década ha sido objeto de importantes inversiones en infraestructura, vivienda, industria y comercio.

w) 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 1,077,975 visitantes en lo que va del año 2016. Se encuentran tiendas como: Mi tienda del Ahorro (HEB), Famsa y Rent-a-Center.

x) 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 687,312 visitantes en lo que va del año 2016. Se encuentra una tienda de autoservicio como Bodega Aurrerá. Localizado en el Boulevard Ejercito Nacional, Plaza Bella Frontera ofrece a sus visitantes una extensa variedad de productos, servicios y distintas opciones de comida para satisfacer todas sus necesidades. Somos titulares de una participación del 5.0% en Plaza Bella Frontera y se contabiliza en “Incremento en el valor razonable de otras inversiones permanentes”, mientras que WALPG Mex I, S. de R.L. de C.V. es titular de una participación del 95.0%.

y) 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 uno de los centros comerciales de servicios más completos de la zona. 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.

z) 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.

aa) 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.

bb) 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. Se encuentra una tienda de autoservicio: Walmart. 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, servicios, etc. 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.

cc) Plaza Reynosa

Este centro comercial fue inaugurado en el año 1995 en la ciudad de Reynosa, Tamaulipas. Se encuentra como tienda de autoservicio a Bodega Aurrera. 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.

EVENTOS RELEVANTES

- 1) Previo a la Oferta Pública Inicial (“OPI”) de PLANIGRUPO el 13 de junio de 2016, a través de resoluciones unánimes de accionistas, la Administración de PLANIGRUPO resolvió que las entidades tenedoras fueran fusionadas en Planigrupo Latam, S. A. B. de C. V. como sociedad fusionante, teniendo a Glider Desarrollos, S. de R. L. de C. V., Glider Tenedora, S. de R. L. de C. V., y Arcade Investments, S. de R. L. de C. V. como sociedades fusionadas, De conformidad con los pronunciamientos contables en vigor, a dicha fusión se le dio el tratamiento contable de una combinación de negocios.
- 2) El 29 de junio de 2016, PLANIGRUPO, por medio de una OPI y de una Oferta Pública de Adquisición (OPA), adquirió el 53.4% de los certificados no consolidables del Fideicomiso Irrevocable Número F/306606 (“Fideicomiso Maestro o Fideicomiso CKD”) propiedad de ciertos tenedores institucionales; lo que se traduce en un 37.44% del total de los certificados de los vehículos de inversión a través de los cuales se han llevado a cabo las inversiones de cada proyecto (“Vehículos de Inversión”). Producto de lo anterior, la participación de PLANIGRUPO en los Vehículos de Inversión aumentó de un 18.75% que previamente poseía por medio de la subsidiaria Planigrupo Real Estate, S. de R.L. de C.V. a un 56.19%, por lo que a partir de esa fecha tiene la mayoría de los certificados del Fideicomiso Maestro y de los Vehículos de Inversión a través de su participación directa y su participación en el Fideicomiso Maestro.
- 3) Para los efectos del estado de situación financiera consolidado, la administración de la Sociedad ha valuado la transacción de la OPI en \$1,833,351, de los cuales \$1,633,351 es el monto que se ha asignado como contraprestación por la adquisición por parte de PLANIGRUPO del 37.44% de los certificados del Fideicomiso Maestro y los Vehículos de Inversión (activos netos atribuibles a los Tenedores y Fideicomitentes). El pago de la contraprestación por la compra de los Certificados del Negocio Adquirido (“CNA”) en la OPA, se realizó con los recursos provenientes de la OPI, mediante (i) \$1,274,114 en efectivo a los tenedores de certificados que hayan escogido la modalidad de pago con recursos líquidos por la compra de sus certificados bajo la OPA; y (ii) \$358,495 correspondientes al monto total a ser compensado por los tenedores que eligieron la modalidad de compensación, contra el precio de suscripción de las acciones ordinarias de PLANIGRUPO que fueron ofrecidas en la OPI. Ambos importes se muestran netos de \$742 de gastos de emisión, relativos al pago de la comisión por intermediación mercantil a Merrill Lynch y honorarios a consultores. Los \$200,000 restantes provienen de una aportación adicional en efectivo, el cual será utilizado para los fines operativos del negocio. A partir de la fecha de la OPI, los Tenedores y Fideicomitentes son accionistas no controladores de PLANIGRUPO.
- 4) Al ser titular de la mayoría de los certificados del Fideicomiso Maestro, PLANIGRUPO podrá consolidar su postura como emisora del mercado de valores, buscando recursos de capital adicional para continuar con su crecimiento y generar mayor valor para sus accionistas en el corto o mediano plazo. De igual forma, sujeto a su capacidad para obtener financiamiento, PLANIGRUPO podrá tomar en préstamo fondos para consumir potenciales adquisiciones en el futuro y podrá utilizar los recursos de ofertas de valores subsecuentes para consolidar su posición y, en su caso, para reducir su endeudamiento bajo sus líneas de crédito existentes a efecto de mantener un nivel de apalancamiento óptimo. PLANIGRUPO también espera reducir los costos a través de economías de escala.

NATURALEZA DEL NEGOCIO

Somos una empresa desarrolladora completamente integrada, propietaria y tenedora con 40 años de experiencia en el desarrollo, diseño, construcción, arrendamiento, operación 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 30 centros comerciales y participaciones no controladoras en 4 centros comerciales, ubicados en 18 entidades federativas en México, 29 de los cuales operamos actualmente y cinco de los cuales también somos propietarios y están en construcción, somos uno de los mayores propietarios de centros comerciales en México. Nuestros 29 centros comerciales en operación tienen un ABR Total de aproximadamente 708,000 m² y conjuntamente con nuestras cinco propiedades en construcción esperamos incrementar nuestro ABR Total a aproximadamente 786,000 m², 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 LA GERENCIA

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 las oportunidades que ofrece el momento positivo por el que atraviesa la economía mexicana, 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 LA GERENCIA

PLANIGRUPO es una compañía con un modelo de negocio totalmente internalizado que captura valor a lo largo del ciclo de negocio de los proyectos y que genera ingresos adicionales provenientes de la prestación de servicios a 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 estabilizado de 29 propiedades generan flujo de efectivo sólido y continuo con 708,422 m² de ABR con una ocupación del 94.2%.
- Segundo, nuestros 5 proyectos en desarrollo nos dan las bases para el crecimiento, ya que esperamos sumarán 77,578m² de ABR a nuestro portafolio existente en el próximo año y medio.

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” y otras expresiones similares podrían ser interpretadas como previsiones o estimadas. PLANIGRUPO advierte a los lectores que las declaraciones y o estimados contenidas en este documentos, 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 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

Estados de Situación Financiera Consolidado No Auditado al 30 de junio de 2016 y Combinado al 31 de diciembre de 2015 (en miles de pesos)

	Al 30 de junio 2016	Al 31 de diciembre 2015	Variación %
ACTIVO			
Activo circulante:			
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 810,012	\$ 920,733	(12.0%)
Cuentas por cobrar comerciales, impuestos por recuperar y otras cuentas por cobrar, neto	210,295	488,637	(5.6%)
Pagos anticipados	178,215	183,329	(2.8%)
Total de activo circulante	1,198,522	1,592,699	(24.7%)
Activo no circulante:			
Propiedad de inversión	10,382,387	9,504,932	9.2%
Mobiliario, equipo y gastos de instalación, neto	77,040	80,499	(4.3%)
Otras inversiones permanentes	355,947	322,444	10.4%
Crédito mercantil	277,063	-	100.0%
Impuestos a la utilidad diferidos	-	105,847	(100.0%)
Otros activos no circulantes, neto	47,985	42,282	13.5%
Efectivo restringido	69,540	64,036	8.6%
Total de activo no circulante	11,209,962	10,120,040	10.8%
Total del activo	\$ 12,408,484	\$ 11,712,739	5.9%

PASIVO Y CAPITAL CONTABLE

Pasivo circulante:

Vencimiento circulante de deuda a largo plazo	\$ 92,771	\$ 74,454	24.6%
Cuentas por pagar y provisiones	204,802	122,976	66.5%
Impuestos y gastos acumulados	73,057	165,975	(56.0%)
Total de pasivo circulante	370,630	363,405	2.0%

Pasivo no circulante:

Deuda a largo plazo, excluyendo vencimientos circulantes	5,338,887	5,339,411	(0.0%)
Honorario por desempeño inmobiliario	235,479	-	100.0%
Impuestos a la utilidad diferidos	280,963	86,701	224.1%
Otros pasivos no circulantes	98,265	77,250	27.2%
Activos netos atribuibles a los tenedores y fideicomitentes	1,300,288	2,869,266	(54.7%)
Total de pasivo circulante	7,253,882	8,372,628	(13.4%)

Total del pasivo	\$ 7,624,512	\$ 8,736,033	(12.7%)
-------------------------	---------------------	---------------------	----------------

Capital contable:

Inversión neta controladora de los accionistas	4,226,620	2,927,501	44.4%
Utilidades retenidas	89,738	19,968	349.4%
Capital neto atribuible a la participación controladora	4,316,358	2,947,469	46.4%
Participación no controladora	467,614	29,237	1499.4%
Total de capital contable	4,783,972	2,976,706	60.7%

Total de pasivo y capital contable	\$ 12,408,484	\$ 11,712,739	5.9%
---	----------------------	----------------------	-------------

A continuación se muestran nuestros estados consolidados proforma de resultados no auditados por cada uno de los periodos de seis meses concluidos al 30 de junio de 2016 y 2015:

Estados Consolidados Intermedios de Resultados Proforma No Auditados
Períodos de seis terminados el 30 de junio 2016 y 2015
(en miles de Pesos)

	Al 30 de junio 2016	Al 30 de junio 2015	Variación %
Ingresos por:			
Rentas	\$ 504,160	\$ 494,344	2.0%
Administración de plazas y comisiones por arrendamiento	10,696	7,313	46.3%
Total de Ingresos	514,856	501,657	2.6%
Costos y gastos de operación:			
Gastos de administración, mantenimiento y seguridad	(80,340)	(90,169)	(10.9%)
Gastos de administración inmobiliarios	(9,712)	(10,397)	(6.6%)
Sueldos y salarios	(71,410)	(68,030)	5.0%
Depreciación y amortización	(7,638)	(8,865)	(13.8%)
Gastos generales	(47,107)	(64,578)	(27.1%)
Total de costos y gastos de operación	(216,207)	(242,039)	(10.7%)
Otros ingresos (gastos), neto:			
Incremento en el valor razonable de propiedad de inversión	714,368	71,956	892.8%
Otros ingresos (gastos), neto	7,765	(1,639)	(573.8%)
Total de otros ingresos, neto	722,133	70,317	927.0%
Utilidad de operación	1,020,782	329,935	209.4%
Ingresos (costos) financieros:			
Gasto por intereses	(167,875)	(146,396)	14.7%
Ingreso por intereses	5,936	15,608	(62.0%)
Efecto de valuación de instrumentos financieros	66	545	(87.9%)
Utilidad (pérdida) en cambios, neta	285	(26,225)	(101.1%)
Costo financiero, neto	(161,588)	(156,468)	3.3%
Incremento en el valor razonable de certificados de fideicomiso de proyecto no consolidable y otras inversiones permanentes	92,905	20,351	356.5%
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	952,099	193,818	391.2%
Impuestos a la utilidad	(166,046)	(42,082)	294.6%
Utilidad neta consolidada	786,053	151,736	418.0%
Utilidad neta consolidada atribuible a:			
Participación controladora	606,959	78,931	669.0%
Participación no controladora	179,094	72,805	146.0%
Utilidad neta consolidada	786,053	151,736	418.0%

Estados Consolidados Intermedios de Flujos de Efectivo No Auditados
Períodos de seis meses terminados el 30 de junio de 2016 y 2015
(en miles de Pesos)

	Al 30 de junio 2016	Al 30 junio 2015
Flujos de efectivo de actividades de operación:		
Utilidad neta consolidada del periodo	\$ 786,053	\$ 151,736
Ajustes por:		
Partidas relacionadas con actividades de inversión:		
Incremento en el valor razonable de propiedad de inversión	(623,162)	(71,956)
Depreciación y amortización	7,638	8,865
Impuestos a la utilidad	74,840	42,082
Incremento en el valor razonable de certificados de fideicomiso de proyecto no consolidable y otras inversiones permanentes	(92,905)	(20,351)
Intereses a favor	(5,936)	(15,608)
Partidas relacionadas con actividades de financiamiento:		
(Utilidad) pérdida cambiaria no realizada	(66)	10,759
Intereses a cargo	167,875	146,396
Subtotal	314,337	251,923
Cambios en:		
Cuentas por cobrar comerciales, impuestos por recuperar y otras cuentas por cobrar, neto	276,889	(158,631)
Pagos anticipados	5,114	(62,199)
Otros activos no circulantes, neto	8,258	8,108
Distribuciones efectuadas a los tenedores y fideicomitentes por impuestos federales pagados en el periodo	-	(30,608)
Cuentas por pagar y provisiones	81,826	(35,170)
Impuestos y gastos acumulados	(155,628)	(71,128)
Otros pasivos no circulantes	21,015	12,809
Flujos netos de efectivo generados por (utilizados en) actividades de operación	551,811	(84,896)
Actividades de inversión:		
Adquisiciones de mobiliario, equipo y gastos de instalación	(4,179)	(19,281)
Distribución en otras inversiones permanentes	(1,571)	20,198
Honorario por desempeño inmobiliario	235,479	-
Activos netos atribuibles a los tenedores y fideicomitentes	(2,061,630)	-
Adquisición de propiedad de inversión	(365,814)	(207,594)
Crédito mercantil	143,322	-
Intereses cobrados	5,936	15,608

Flujos netos de efectivo utilizados en actividades de inversión	(2,048,457)	(191,069)
--	--------------------	------------------

Actividades de financiamiento:

Entradas de efectivo por aumento de capital social, netas de gastos de emisión	1,751,510	59,962
Disminución de capital social	-	(9,410)
Reembolso de capital a los tenedores de certificados	(210,000)	(100,016)
Préstamos obtenidos	30,027	828,535
Pagos del principal de préstamos	(12,233)	(702,460)
Pagos a de préstamos de partes relacionadas	-	(205,144)
Intereses pagados	(167,875)	(141,788)
Efectivo restringido	(5,504)	(7,119)

Flujos netos de efectivo generados por (utilizados en) actividades de financiamiento	1,385,925	(277,440)
---	------------------	------------------

Disminución neta de efectivo y equivalentes de efectivo	(110,721)	(553,405)
--	------------------	------------------

Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	920,733	1,826,395
---	----------------	------------------

Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del periodo	810,012	1,272,990
---	----------------	------------------

Nuestros estados consolidados de resultados consisten en los siguientes rubros:

- **Ingresos.** La principal fuente de nuestros ingresos proviene de los ingresos por arrendamiento que nuestros arrendatarios nos pagan al amparo de los 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.
- **Costo de operación de las propiedades.** El costo de operación de las propiedades se integra por: gastos de administración, mantenimiento y seguridad, sueldos y salarios, depreciación y amortización y gastos generales.
- **Otros (gastos) ingresos, neto.** Otros (gastos) ingresos netos se compone de incrementos y reducciones en el valor razonable de nuestras propiedades de inversión, las cuales consisten en nuestros centros comerciales, los costos asociados a la compra de activos, costos asociados a la emisión del Fondo de certificados y ganancias en el precio de ganga relacionadas con la adquisición de propiedades.
- **Ingresos y costos financieros.** Ingresos y costos financieros se compone de gastos por intereses, ingresos por intereses, efecto en la valuación de instrumentos financieros y utilidad (pérdida) en cambios neta.

- **Incremento en el valor razonable de otras inversiones permanentes.** Incremento en el valor razonable de otras inversiones permanentes consiste en incrementos y reducciones en el valor razonable de nuestra inversión en aquellos Fideicomisos de Proyecto del Fondo de certificados no consolidados (por ejemplo, nuestra participación no controladora en ciertos centros comerciales) y otras inversiones permanentes.
- **Total de impuestos a la utilidad.** Total de impuestos a la utilidad incluye impuestos a la utilidad sobre base fiscal y diferidos.

Resultados de operaciones por el periodo de seis meses concluido el 30 de junio de 2016 comparado con el periodo de seis meses concluido el 30 de junio de 2015.

Ingresos

Los ingresos totales por el periodo de tres meses concluido el 30 de junio de 2016 fueron de Ps 514.9 millones en comparación con los Ps.501.7 millones por el periodo de seis meses concluido el 30 de junio de 2016 lo cual representa un aumento del 2.6%. Este aumento se atribuyó principalmente a un incremento de Ps.9.8 millones en ingresos por arrendamiento durante el 2016, así como un incremento de Ps.3.4 millones en los ingresos por administración de plazas y comisiones por arrendamiento.

Los ingresos por administración de plazas y comisiones por arrendamiento por el periodo de tres meses concluido el 30 de junio de 2016 es de 10.7 millones en comparación con los Ps.7.3 millones por periodo de seis meses concluido el 30 de junio de 2015, lo cual representa un incremento del 46.3%. Este incremento se atribuyó principalmente los ingresos provenientes de Macroplaza Insurgentes.

Costos y Gastos de Operación

El total de costos y gastos fue de Ps.216.2 millones por el periodo de tres meses terminado el 30 de junio de 2016, en comparación con los Ps.242.0 millones por el periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2016, lo cual representa una disminución del 25.8%. Esta disminución se atribuyó principalmente a una disminución en los gastos de administración, mantenimiento y seguridad por Ps.9.8 millones, una disminución en Ps.17.5 millones en gastos generales, compensado con un incremento de 3.4 en sueldos y salarios.

Otros (gastos) ingresos, neto

El total de otros (gastos) ingresos, neto por el periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2016 fue un ingreso de Ps.722.1 millones en comparación con un ingreso de Ps.70.3 millones por el periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2015, lo cual representa un incremento de 927.0%. Este incremento se atribuye principalmente a un aumento de Ps.642.4 millones en el valor razonable de nuestras propiedades de inversión,

Costos financieros

Los costos financieros incrementaron en Ps.161.6 millones por el periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2016, en comparación con los Ps.156.5 millones por el mismo periodo terminado el 30 de junio de 2015, lo cual representa un incremento del 3.3%. El incremento se debe principalmente en gastos por intereses atribuibles

principalmente a la deuda en la que incurrimos en relación con la adquisición de las propiedades durante 2015 y los centros comerciales comenzaron a desarrollarse finales del mismo ejercicio.

Utilidad neta consolidada del periodo

La utilidad neta consolidada por el periodo de seis meses terminado el 30 de junio de 2016 fue de Ps.786.1 millones, en comparación con Ps.151.7 millones por el periodo terminado de seis meses terminado el 30 de junio de 2015, lo cual representa un incremento de 418.0%. Esto se atribuye principalmente a la combinación de incrementos y disminuciones de los factores descritos anteriormente.

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 y 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 la Compañía, no es significativo. Al 30 de junio de 2016, el valor razonable de los instrumentos financieros derivados que teníamos contratados los cuales están registrados como un activo fue de aproximadamente Ps.0.09 millones, una cifra menor al 0.1% de nuestros activos totales, menor al 0.1% 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 30 de junio de 2016).

La Compañía no ha tenido llamadas de margen al 30 de junio 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 30 de junio de 2016, nuestra liquidez era de Ps.1,198 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 cuentas por cobrar, anticipos a subcontratistas y proveedores, pagos anticipados y depósitos en garantía), lo que representa el 9.66% 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 balance general al 30 de junio de 2016.

Deuda

Al 30 de junio de 2016, nuestra deuda insoluble total era de Ps. 5,432 millones.

De ese monto, al 30 de junio de 2016, Ps.92.8 millones era deuda a corto plazo y Ps. 5,339 millones deuda a largo plazo.

Al 30 de junio, el 13.2% de nuestra deuda devengaba intereses a una tasa fija y el 86.8% devengaba intereses a una tasa variable.

Inversiones de Capital

Por el periodo de seis meses concluido el 30 de junio, 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 nuevos proyectos.

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. Al 30 de junio de 2016, 86.8% de nuestra deuda devenga intereses a tasas de interés variables]. 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 del GRUPO 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, el GRUPO 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 30 de junio de 2016, no contábamos con deuda denominada en dólares mientras que casi la totalidad de nuestros ingresos y costos de operación estaban denominados en Pesos.