



RESULTADOS DEL PRIMER TRIMESTRE 2017



Creando valor

Para mayor información contactar a:

Carlos Fainsod Leff
Director de Finanzas y Relación con
Inversionistas para temas financieros
cfaidsod@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 Primer Trimestre de 2017

Ciudad de México, a 27 de abril 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 41 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 primer trimestre (en lo sucesivo el “1T17”), por el periodo de tres meses terminado el 31 de marzo de 2017.

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 del trimestre correspondiente al ejercicio 2016 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 periodos anteriores. Esta información difiere en su presentación de los estados financieros consolidados intermedios al 31 de marzo de 2016 preparados bajo NIIF, ya que la consolidación de información financiera proveniente de algunas subsidiarias tuvo lugar el 29 de junio del 2016.

HECHOS OPERATIVOS DESTACADOS

- PLANIGRUPO reportó un total de 786,000 metros cuadrados (m²) de Área Bruta Rentable (ABR) compuesto por 34 propiedades al 1T17¹. Con respecto al 1T16, el ABR creció 44,300 m², representando 6.4% de incremento.
- Al 1T17, la tasa de ocupación fue del 93.8%, 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 93.3%. La ocupación al 1T16 fue de 92.1%.
- El precio promedio de arrendamiento por metro cuadrado al final del 1T17 fue de Ps.138.3, un aumento del 7.0% comparado con el 1T16 que fue de Ps. 130.1.
- Al 1T17, PLANIGRUPO registró un total de 29 millones de visitantes en los centros comerciales administrados por PLANIGRUPO, un aumento de 800,000 visitas con respecto al mismo período del año pasado (3% de incremento).
- Por los últimos 12 meses terminados al 1T17 PLANIGRUPO registró un total acumulado de 120 millones de visitantes en los centros comerciales que administramos, un aumento de 6 millones con respecto al mismo periodo del año anterior (5.7% de incremento).
- Como protección ante la volatilidad, durante el 1T17 se contrataron coberturas para tasa de interés a un precio de ejercicio de 6.50% para los pasivos financieros de las plazas: Macroplaza San Luis, Paseo Alcalde, Paseo Solidaridad, Walmart San José del Cabo, Walmart Ensenada, Paseo Hipódromo y Urban Village en Garza Sada. Asimismo se contrató cobertura para tasa de interés a un precio de ejercicio de 7.50% para Macroplaza Oaxaca.

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

HECHOS FINANCIEROS DESTACADOS

- Nuestros ingresos operativos, incluyendo las plazas en las que tenemos una participación no controladora, las cuales administramos y operamos, alcanzaron Ps. 307.2 millones en el 1T17, lo que representa un incremento del 10.8% con respecto al 1T16.
- Los ingresos operativos mostrados en el Estado de Resultados alcanzaron en el 1T17 Ps. 286.8 millones, lo cual representa un incremento del 10.2% respecto a los Ps. 260.2 millones del 1T16.
- El NOI consolidado acumulado incluyendo nuestras plazas minoritarias para el 1T17 alcanzó Ps. 248.2, lo cual representa un incremento de 9.4% con respecto al 1T16.
- El EBITDA consolidado acumulado para el 1T17 incluyendo nuestras plazas minoritarias alcanzo Ps.187.7 millones, lo cual representa un incremento del 17.1% con respecto al 1T16.
- La deuda financiera consolidada al 1T17 fue Ps. 5,787.5 millones.
- La deuda financiera consolidada, incluyendo nuestra participación minoritaria en las plazas al 1T17 fue de Ps. 6,155.9 millones.

COMENTARIOS DEL DIRECTOR GENERAL

Durante el 1T17 la Compañía ha tenido un comportamiento muy positivo. Nuestra tasa de ocupación en los centros comerciales a lo largo de la República Mexicana, se incrementó con respecto al mismo periodo del año anterior, al nivel del 93.8% y asimismo se incrementó el NOI a Ps. 248.2 millones, lo que representa 9.4% de incremento con respecto al 1T16.

Asimismo, continúan los trabajos en los desarrollos de “Paseo Hipódromo” en Naucalpan de Juárez, Estado de México, y “Urban Village” en Garza Sada, en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, los cuales esperamos inicien operaciones en el último trimestre del 2017.

Por otra parte, el número de visitantes en este 1T17 a nuestros centros comerciales alcanzó los 29 millones, por lo que en los últimos doce meses se alcanzó una afluencia de más de 120 millones de visitantes, lo que representa un incremento de 5.7% en comparación con el período de abril 2016 a marzo 2017.

Respecto a los principales indicadores financieros del 1T17, los ingresos operativos acumulados alcanzaron los Ps. 307.2 millones, generando un incremento del 10.8% en relación con el mismo periodo del año anterior, mientras que el ingreso neto de operación alcanzó los Ps. 248.2 millones, generando un incremento del 9.4% en relación con el año anterior.

PLANIGRUPO reportó un EBITDA de Ps. 187.7 millones, a su vez un margen EBITDA del 61.1%, el cual fue superior a nuestras expectativas para el periodo de 1T17. 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 1T17, 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: Macropiazza San Luis, Paseo Alcalde, Paseo Solidaridad, Walmart San José del Cabo, Walmart Ensenada, Paseo Hipódromo, Urban Village y Macropiazza Oaxaca.

Atentamente

Elliott Mark Bross Umann
Director General de PLANIGRUPO

NEGOCIO DE PLANIGRUPO

Somos una empresa desarrolladora completamente integrada, propietaria y operadora con 41 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 66 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 1T17 contábamos con más de 1,900 contratos de arrendamientos, concentrados con más de 1,170 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 periodos de tres meses terminados el 31 de marzo de 2017 y 2016, respectivamente, de la información financiera que incluye los resultados de nuestras plazas con participación controladora y minoritaria:

	Marzo 31 2017 ^[1]	Marzo 31 2016 ^[1]	Var. %
Ingresos totales	307,177	277,152	10.8%
NOI	248,190	226,765	9.4%
Margen de NOI	80.8%	81.8%	(1.0%)
EBITDA	187,724	160,334	17.1%
Marge de EBITDA	61.1%	57.9%	3.3%
FFO	68,806	83,303	(17.4%)
FFO Ajustado	58,003	60,639	(4.3%)
Utilidad neta consolidada	163,564	70,412	132.3%
LTV	38%	44%	(12.7%)

^[1] Incluyen los resultados proforma en 2016 en forma proporcional de las plazas con participación controladora y minoritarias, las cuales administramos y operamos.

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

	Marzo 31 2017 ^[1]	Marzo 31 2016 ^[1]	Var. %
NOI			
Ingresos por arrendamiento	303,801	272,965	11.3%
Ingresos por administración de plazas y comisiones por arrendamiento	3,376	4,186	(19.4%)
Gastos de administración, mantenimiento y seguridad	(43,778)	(36,762)	19.1%
Costo de personal operativo	(15,210)	(13,624)	11.6%
NOI	248,190	226,765	9.4%
Margen de NOI	80.8%	81.8%	(1.0%)

	Marzo 31 2017 ^[1]	Marzo 31 2016 ^[1]	Var. %
EBITDA			
Ingresos totales	307,177	277,152	10.8%
Costos de Operación	(48,900)	(41,793)	17.0%
Gastos de Operación	(74,454)	(79,288)	(6.1%)
Otros ingresos, neto	150,149	6,243	2305.0%
<i>Utilidad de operación</i>	<i>333,972</i>	<i>162,314</i>	<i>105.8%</i>
Otros ingresos, por incremento en el valor razonable de propiedades de inversión	(149,022)	(5,772)	2481.7%
Depreciación y amortización	2,774	3,792	(26.8%)
EBITDA	187,724	160,334	17.1%
Margen de EBITDA	61.1%	57.9%	3.3%

	Marzo 31 2017 ^[1]	Marzo 31 2016 ^[1]	Var. %
FFO			
Utilidad neta	163,564	70,412	132.3%
Incremento en el valor razonable de propiedad de inversión	(149,022)	(5,772)	2481.7%
Depreciación y amortización	2,774	3,792	(26.8%)
Valuación de instrumentos financieros	22,678	(11)	(206263.4%)
Otros ingresos (gastos)	2,365	-	100.0%
Impuestos a la utilidad no afectos a flujo de efectivo	26,447	14,882	77.7%
FFO	68,806	83,303	(17.4%)

FFO AJUSTADO

FFO	68,806	83,303	17.4%
CAPEX de Mantenimiento	(10,803)	(22,664)	52.3%
FFO ajustado	58,003	60,639	4.3%

[1] Incluyen los resultados proforma en 2016 en forma proporcional de las plazas con participación controladora y minoritarias, las cuales administramos y operamos.

2) Indicadores Operativos

	Marzo 31 2017 ^[1]	Marzo 31 2016 ^[1]	Var. %
Numero de Propiedades	32	29	3
Área Bruta Rentable (ABR)	736,983	692,684	6.4%
Ocupaciones ⁽²⁾	93.8%	92.1%	1.8%
Precio Promedio m ²	138.3	130.1	6.3%

*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 1T17, 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 1T17:

PROPIEDADES CENTROS COMERCIALES EN OPERACIÓN ^[1]

Plaza	Estado	Año de construcción	Año de apertura	Fecha de adquisición	ABR m2	% 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	mayo-2013	35,850	4.6%	98%
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%	86%
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	17,180	2.3%	93%
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%	90%
Plaza Bella Mexiquense	Estado de México	2006	2007	mayo-2013	18,541	2.4%	81%
Macroplaza Oaxaca	Oaxaca	2013	2014	marzo-2013	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	marzo-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%
Paseo Solidaridad	Sonora	2015	2016	marzo-2015	13,077	1.7%	84%
Paseo Alcalde	Jalisco	2014	2016	agosto-2014	12,212	1.6%	98%
Macroplaza San Luis	San Luis Potosí	2014	2016	noviembre-2014	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%	97%
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 dejó de ser una participación minoritaria

[3] Propiedades en las que tenemos participación minoritaria.

2.2) Área Bruta Rentable y Distribución Geográfica

Al cierre del 1T17, los 32 centros comerciales en operación, totalizaban aproximadamente 736,983 m² de ABR. Nuestros centros comerciales estabilizados, se encuentran ubicados en 18 Entidades Federativas en México.

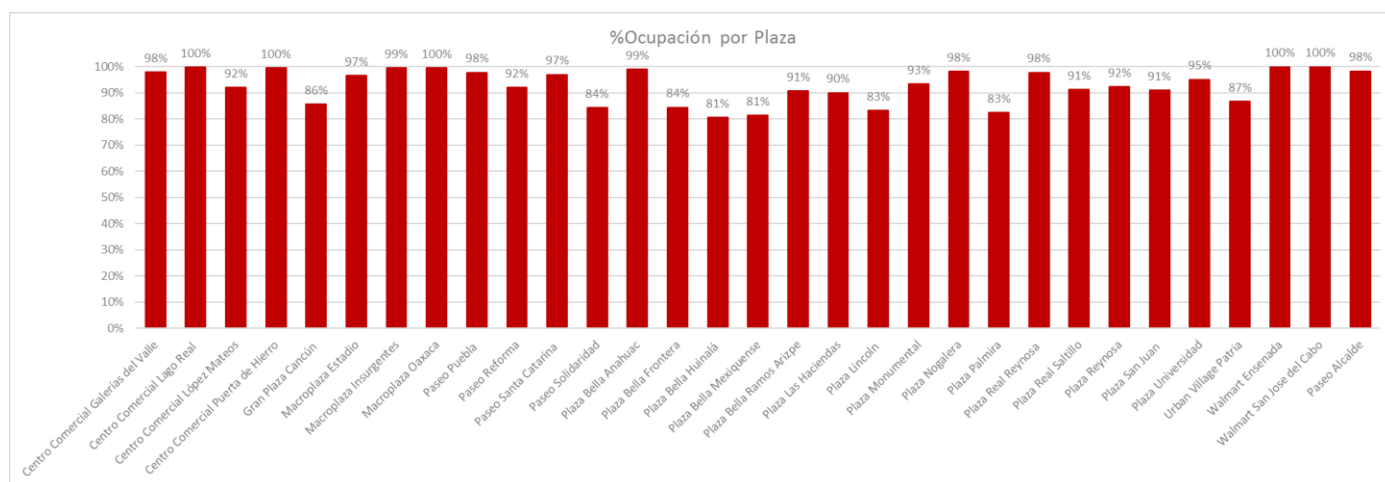
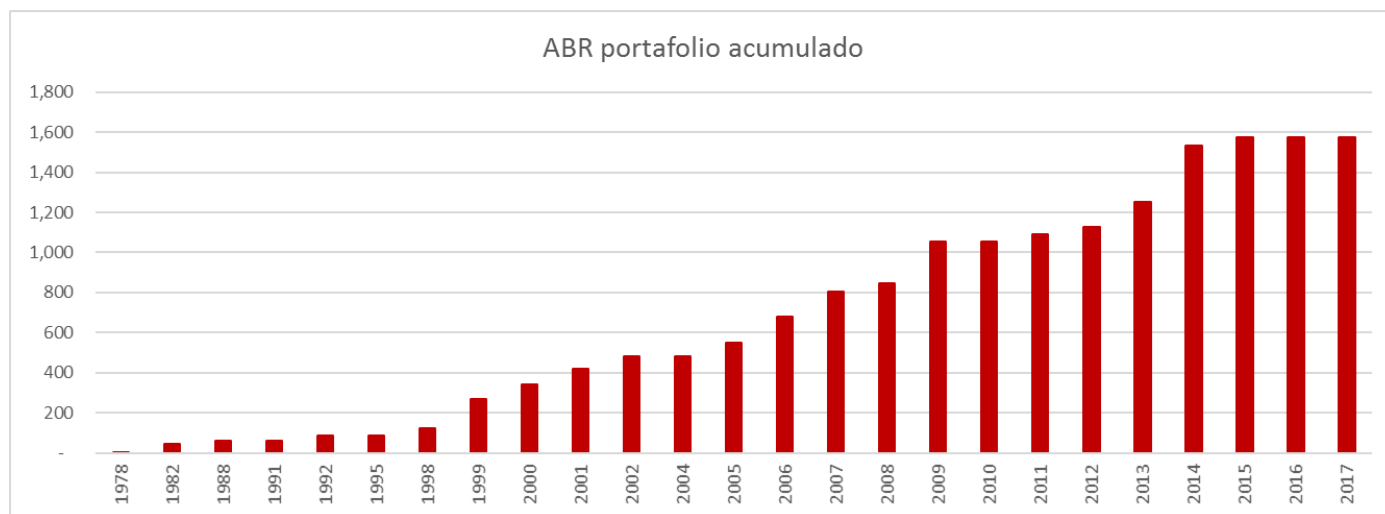


Estados donde Planigrupo administra al menos una propiedad

2.3) Ocupación

Al 1T16, la tasa de ocupación fue del 93.8% 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 93.3%.

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 marzo de 2017, contábamos con más de 1,900 contratos de arrendamiento concentrados con más de 1,170 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 21.1% de nuestro ABR e ingresos, respectivamente. De los 32 centros comerciales en operación, actualmente contamos con 22 centros comerciales anclados por algún formato de Grupo Walmart y 6 centros comerciales anclados por algún formato de tienda HEB. Por otra parte, tenemos complejos Cinemex en 13 centros comerciales y complejos Cinépolis en 9 centros comerciales. Nuestros arrendatarios de tiendas ancla o sus compañías matrices suelen ser arrendatarios con alta calidad crediticia.

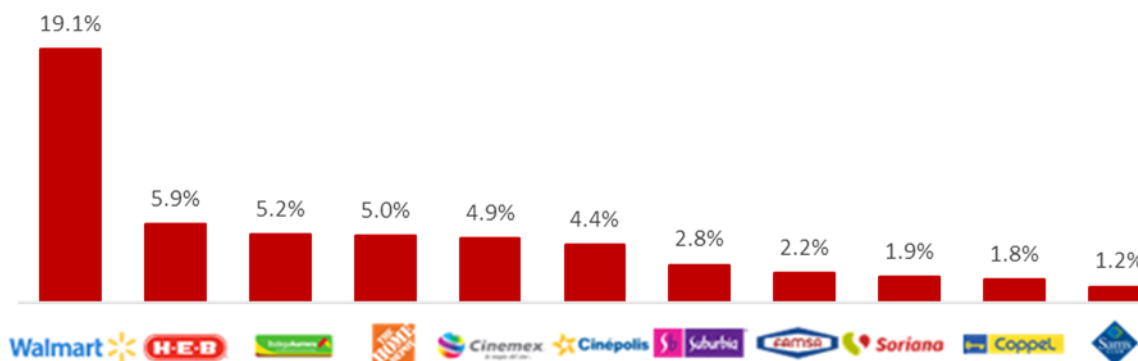
Algunas de las características de nuestros contratos de arrendamiento son: (i) el plazo inicial de vigencia para la mayoría de los contratos de arrendamiento con nuestras tiendas ancla es de 5 a 10 años forzosos para ambas partes, prorrogables por al menos un período adicional de la misma duración (en 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 1T17, 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 10.2 años. La siguiente tabla resume nuestro portafolio de centros comerciales consolidado al 1T17.

Al 31 de marzo de 2017

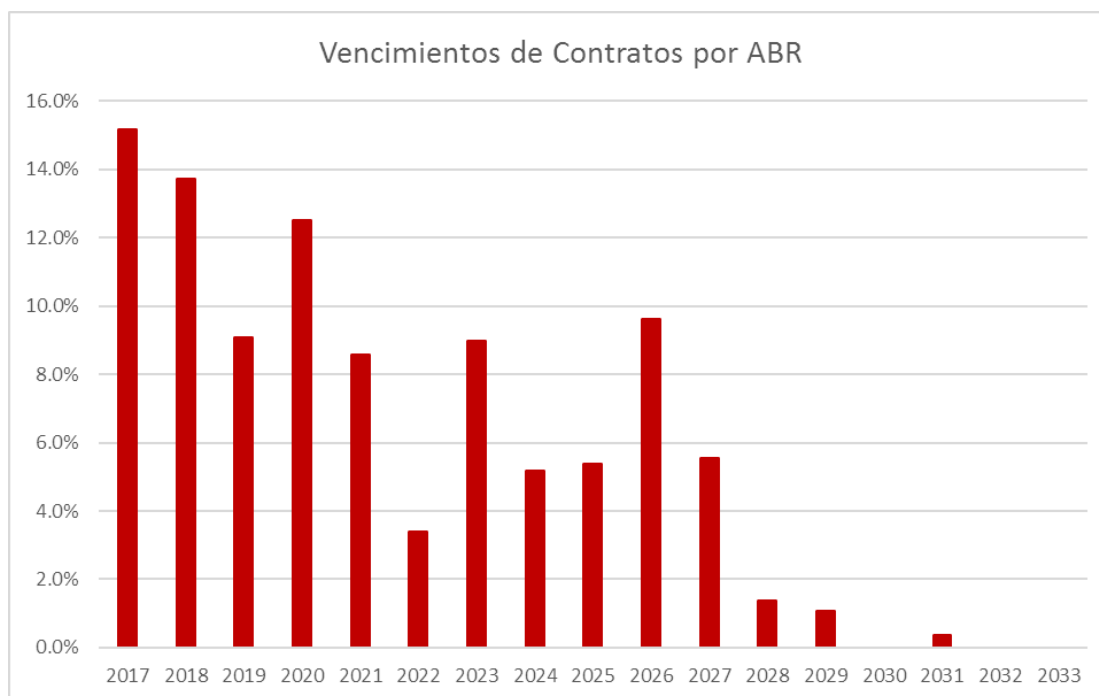
Propiedad	Estado	Año de construcción	Fecha apertura	Fecha de adquisición	Ingreso por arrendamiento (Ps.)	Porcentaje del ingreso por arrendamiento	NOI (Ps.)
Urban Village Patria (antes Centro Comercial La Ciudadela)	Jalisco	2006	2010	dic-14	17,129,809	6.07%	12,240,689
Macroplaza del Valle	Baja California	2008	2008	dic-14	22,961,249	8.14%	17,969,946
Plaza Real Reynosa	Tamaulipas	2005	2005	dic-14	16,618,723	5.89%	12,510,816
Paseo Santa Catarina	Nuevo León	2005	2006	nov-12	18,978,553	6.73%	14,030,460
Plaza Palmira	Campeche	2008	2009	may-13	11,179,970	3.96%	7,233,525
Plaza Nogalera	Coahuila	2006	2006	oct-13	15,439,703	5%	12,768,283
Gran Plaza Cancún	Quintana Roo	2004	2006	oct-13	16,356,915	5.80%	12,419,653
Plaza Bella Anáhuac	Nuevo León	2002	2003	may-13	14,227,375	5.04%	11,871,642
Centro Comercial Paseo Reforma	Tamaulipas	2007	2008	dic-14	17,805,130	6.31%	14,250,891
Plaza Real Saltillo	Coahuila	1999	2000	may-13	11,408,475	4.04%	8,733,154
Mall Plaza Lincoln	Nuevo León	2006	2007	may-13	10,014,345	3.55%	7,350,316
Centro Comercial Lago Real	Nayarit	2008	2008	dic-14	12,104,185	4.29%	9,339,106
Plaza Monumental	Chihuahua	2007	2008	may-13	8,339,088	2.96%	6,431,625
Plaza Universidad	Hidalgo	2005	2006	oct-13	8,177,421	2.90%	5,961,077
Plaza López Mateos	Chihuahua	1995	1995	dic-14	6,980,442	2.47%	5,206,263
Super Plaza Las Haciendas	Estado de México	2005	2006	may-13	7,001,883	2.48%	4,707,224

Plaza Bella Mexiquense	Estado de México	2006	2007	may-13	5,562,130	1.97%	3,919,981
Macroplaza Oaxaca	Oaxaca	2013	2014	jul-14	15,050,890	5.34%	11,462,070
Paseo San Juan	Querétaro	2012	2013	dic-14	2,952,915	1.05%	1,808,979
Plaza Bella Huinalá	Nuevo León	2009	2009	oct-13	3,477,635	1.23%	2,391,198
Centro Comercial Puerta de Hierro	Hidalgo	2006	2006	dic-14	2,798,660	0.99%	2,196,105
Walmart San Jose del Cabo	Baja California Sur	2010	2010	jul-14	4,725,612	1.68%	4,509,470
Walmart Ensenada	Baja California	2012	2012	jul-14	2,791,330	0.99%	2,677,628
Paseo Puebla	Puebla	2013	2013	dic-13	4,836,357	1.71%	3,771,679
Plaza Reynosa	Tamaulipas	1991	1995	dic-14	2,615,864	0.93%	2,230,974
Paseo Solidaridad	Sonora	2016	2016	may-16	4,676,607	1.66%	3,203,032
Plaza Bella Ramos Arizpe ⁽²⁾	Coahuila	2008	2008	dic-08	4,356,349	1.54%	3,112,889
Macroplaza San Luis	San Luis Potosí	2014	2016	oct-16	8,509,333	3.02%	6,953,746
Paseo Alcalde	Jalisco	2014	2016	oct-16	4,994,076	1.77%	3,745,764
Paseo Hipódromo	Estado de México	2014		-	0	0.00%	0
Urban Village	Nuevo León	2015		-	0	0.00%	0
TOTAL INGRESOS POR ARRENDAMIENTO					282,071,024	100%	215,008,185

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 en operación:



La siguiente tabla muestra algunos datos sobre los porcentajes de vencimientos de contratos de arrendamiento de nuestros centros comerciales en operación al 1T17:

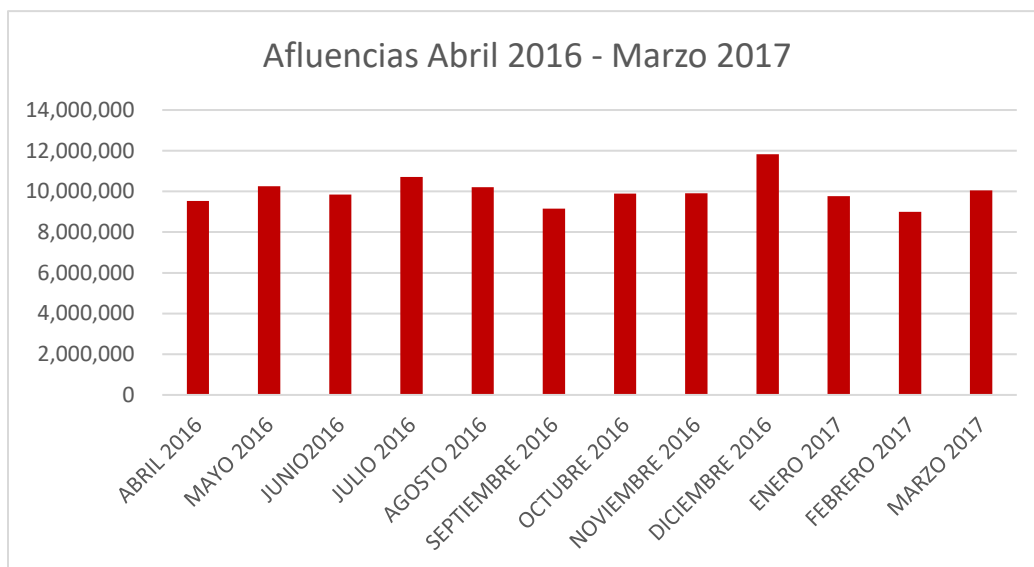


2.5) Ingreso por rentas fijas

Durante el 1T17, los ingresos por rentas ascendieron a Ps.286.8 millones. Nuestros ingresos por rentas incluyendo las plazas en que tenemos participación controladora y minoritaria, ascendieron a Ps. 307.2 millones.

2.6) Gráfica relativa al número de visitantes

La afluencia de los centros comerciales en operación durante el 1T17, 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 marzo de 2017, hemos celebrado contratos de arrendamiento con un complejo de salas de cine Cinemex, así como con otros arrendatarios, equivalentes a 68% de su ABR, y estimamos que este centro comercial inicie operaciones durante el 2017.



b) Urban Village en Garza Sada

Urban Village en Garza Sada 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 marzo de 2017, hemos celebrado contratos de arrendamiento con las tiendas ancla y otros arrendatarios, equivalentes a 86% de su ABR, y estimamos que este centro comercial inicie operaciones durante el 2017.



Propiedad	Estado	ABR	Terreno	ABR arrendado	% Ocupación (1T17)	% Ocupación (4T16)	Avance de Obra ^[1]
Paseo Hipódromo	Estado de México	7,459	4,700	5,069	68.0%	40.9%	71.4%
Urban Village en Garza Sada	Nuevo León	26,462	46,300	22,719	85.9%	79.8%	71.6%

[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 3,433,086 visitantes en el primer trimestre de 2017. Sus tiendas anclas 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 1,186,327 visitantes en el primer trimestre de 2017. Sus tiendas ancla son: Walmart, Cinépolis 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 1,351,997 visitantes en el primer trimestre del 2017. Sus tiendas anclan 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 1,230,163 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 2,662,064 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 742,300 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 1,385,284 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 1,844,610 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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, 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 1,347,474 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 1,159,853 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 1,404,366 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 1,049,482 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 1,077,113 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 556,997 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 1,017,721 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 716,108 visitantes en el primer trimestre de 2017, teniendo como tienda ancla de autoservicio a Soriana. Adicionalmente cuenta también con otras tiendas sub-ancla como Elektra y Peter Piper Pizza. 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. En el primer trimestre de 2017, se estima que Paseo Solidaridad ha tenido una afluencia de 353,522 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, Izcalli, Estado de México. Super Plaza Las Haciendas es uno de los centros comerciales más visitados de la zona con aproximadamente 817,414 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 558,186 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 852,484 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 1,380,781 en el primer trimestre de 2017. 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 617,322 visitantes en el primer trimestre de 2017. Se encuentra una tienda de autoservicio Bodega Aurrerá, y un complejo de salas de cine 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.

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 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 510,765 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 339,970 visitantes en el primer trimestre de 2017. 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 375,390 visitantes en el primer trimestre de 2017, 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 359,496 visitantes durante el primer trimestre de 2017. 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 485,928 visitantes durante el primer trimestre de 2017.

EVENTOS RELEVANTES

Con fecha 5 de enero de 2017, PLANIGRUPO informó que ocurrieron incidentes en dos de los centros comerciales en los que cuenta con participación mayoritaria, conforme a lo siguiente:

- a) Durante el curso del día 4 de enero de 2017, en el Municipio de Cuautitlán Izcalli, Estado de México, se suscitaron actos de saqueos y actos vandálicos en el centro comercial conocido como Super Plaza Las Haciendas (en lo sucesivo el “Centro Comercial Las Haciendas”);
- b) Durante el curso de la noche del día 4 de enero de 2017, así como la madrugada y el transcurso de la mañana del día 5 de enero de 2017, en el Municipio de Tecámac, Estado de México, se suscitaron actos de saqueos y actos vandálicos en el centro comercial conocido como Plaza Bella Mexiquense (en lo sucesivo el “Centro Comercial Bella Mexiquense”).

Tanto el Centro Comercial Las Haciendas como el Centro Comercial Bella Mexiquense, están llevando a cabo todas las acciones necesarias en conjunto con las autoridades locales y federales para proteger los mismos, así como a toda la población que labora y visita dichos Centros Comerciales.

El 14 de febrero de 2017 PLANIGRUPO informó que se adhirió al programa “Analista Independiente” de la Bolsa Mexicana de Valores, por medio del cual se le asignó a PLANIGRUPO la firma “Consultora 414, S.A. de C.V.”, con el fin de dar el seguimiento correspondiente a la Sociedad en su carácter de Emisora.

El 14 de febrero de 2017 PLANIGRUPO informó que se adhirió al programa “Analista Independiente” de la Bolsa Mexicana de Valores, se le asignó a PLANIGRUPO la firma “Consultora 414, S.A. de C.V.”, con el fin de dar el seguimiento correspondiente a la Sociedad en su carácter de Emisora. Siendo los datos del Analista Independiente los siguientes: Constructora 414 S.A. de C.V. Atención; Ariel Fischman, af@414capital.com, T(55) 52 92 32 22

El 23 de febrero de 2017 PLANIGRUPO informó que publicó los resultados relativos al cuarto trimestre de 2016 haciéndose constar que las cifras fueron preparadas de acuerdo con las NIIF (Normas Internacionales de Información Financiera) y que dichos resultados no habían sido auditados, por lo que las cifras mencionadas podían presentarse ajustes en el futuro.

NATURALEZA DEL NEGOCIO

Somos una empresa desarrolladora completamente integrada, propietaria y tenedora con 41 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 dos 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.

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

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 93.3%, generando un NOI al 1T17 de Ps. 307.2 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 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.
- **Costo 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 periodos 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 y otras inversiones permanentes.** 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). Así como los incrementos y disminuciones en nuestra inversión en compañías asociadas.
- **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 periodos de tres meses concluidos al 31 de marzo de 2017 y 2016**Ingresos**

Los ingresos totales por el periodo de tres meses terminado el 31 de marzo de 2017 fueron de Ps. 286.8 millones en comparación con los Ps. 260.2 millones del periodo de tres meses terminando el 31 de marzo de 2016, lo cual representa un aumento del 10.2%. Este aumento se atribuyó principalmente a un incremento de Ps. 28.1 millones en ingresos por arrendamiento durante el primer trimestre de 2017, neto de una disminución de Ps. 1.5 millones en los ingresos por administración de plazas y comisiones por arrendamiento en comparación con el mismo periodo de año pasado.

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.

La disminución de ingresos por administración de plazas y comisiones por arrendamiento es atribuible principalmente a que con motivo de la compra del 90% de Plaza Bella Ramos Arizpe en septiembre de 2016 ya no se obtiene ingreso por administración de plaza y comisiones por arrendamiento.

Costos y Gastos de Operación

El total de costos y gastos fue de Ps. 122.6 millones por el periodo de tres meses terminado al 31 de marzo de 2017, en comparación con los Ps. 123.5 millones del mismo periodo del año anterior, lo cual representa una disminución del 0.7%. Esta variación se atribuyó principalmente a un incremento en los gastos de administración, mantenimiento y seguridad por Ps. 4.5 millones, una disminución en Ps. 1.0 millones en la depreciación y amortización, así como una disminución de Ps.4.9 millones en gastos generales.

Otros ingresos (gastos), neto

El total de otros ingresos (gastos), neto por el periodo de tres meses al 31 de marzo de 2017 fue un ingreso de Ps. 127.8 millones en comparación con un gasto de Ps. 27.3 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 netos

El costo financiero neto ascendió 77.5 en Ps.130.89 millones por el periodo de tres meses terminando el 31 de marzo de 2017, en comparación con los Ps. 677.5 millones del año anterior, lo cual representa un incremento del 68.9%. El incremento se debe a los gastos por intereses atribuibles principalmente a la deuda en la que incurrimos en relación con el desarrollo de centros comerciales durante 2017, además de incrementos en tasas de interés ocurridos durante los últimos meses. Así mismo el costo financiero incluye el efecto en valuación de instrumentos financieros por Ps.22.2 millones, relativo a efectos de valor razonable no realizados de las coberturas para tasa de intereses para los pasivos de las plazas: Macroplaza San Luis, Paseo Alcalde, Paseo Solidaridad; Plaza los Cabos, Ensenada, Paseo Hipódromo, Urban Village y Macroplaza Oaxaca.

Utilidad neta consolidada del periodo

La utilidad neta consolidada por el periodo de tres meses terminado al 31 de marzo de 2017 fue de Ps. 163.6 millones, en comparación con Ps.70.4 millones del año anterior, lo cual representa un incremento de 132.3%. Esto se atribuye a la combinación de incrementos y disminuciones en los rubros de los estados consolidados intermedios de resultados descritos anteriormente.

A continuación se muestra la información relativa a los estados consolidados intermedios de resultados por los periodos de tres meses terminados el 31 de marzo de 2017 y 2016 respectivamente, considerando la información financiera de las entidades desde el 1° de enero de cada periodo comparativo.

Estados Consolidados Intermedios de Resultados No Auditados
Períodos terminado el 31 de marzo de 2017 y consolidado proforma al 31 de marzo de 2016
(en miles de pesos)

	Al 31 de marzo de 2017	Al 31 de marzo de 2016	Variación %
Ingresos por:			
Rentas	\$ 282,071	253,922	11.1%
Administración de plazas y comisiones por arrendamiento	4,743	6,268	(24.3%)
Total de Ingresos	286,814	260,190	10.2%
Costos y gastos de operación:			
Gastos de administración, mantenimiento y seguridad	(43,573)	(39,123)	11.4%
Gastos de administración inmobiliarios	(5,122)	(5,031)	1.8%
Sueldos y salarios	(44,499)	(44,414)	0.2%
Depreciación y amortización	(2,774)	(3,792)	(26.8%)
Gastos generales	(26,663)	(31,150)	(14.4%)
Total de costos y gastos de operación	(122,631)	(123,510)	(0.7%)
Otros ingresos:			
Incremento en el valor razonable de propiedades de inversión	126,509	(27,732)	(556.2%)
Otros ingresos, neto	1,317	467	182.0%
Total de otros ingresos	127,826	(27,265)	(568.8%)
Utilidad de operación	292,009	109,415	166.9%
(Costos) ingresos financieros:			
Gasto por intereses	(116,922)	(79,554)	47.0%
Ingreso por intereses	8,589	2,208	289.0%
Efecto de valuación de instrumentos financieros	(22,189)	11	(201818.2%)
Pérdida en cambios, neta	(306)	(122)	150.8%
Costo financiero, neto	(130,828)	(77,457)	68.9%
Incremento en el valor razonable de certificados de fideicomiso de proyecto no consolidable	36,989	53,336	(30.6%)
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	198,170	85,294	132.3%
Impuestos a la utilidad			
Sobre base fiscal	(8,159)	(7,163)	13.9%
Diferidos	(26,447)	(7,719)	242.6%
Total impuestos a la utilidad	(34,606)	(14,882)	132.5%
Utilidad neta consolidada	\$ 163,564	70,412	132.3%
Utilidad neta consolidada atribuible a:			
Participación controladora	121,527	23,550	516.0%
Participación de los activos netos atribuibles a los tenedores y fideicomitentes	22,159	45,356	51.1%
Participación no controladora	19,880	1,506	1220.0%
Utilidad neta consolidada	\$ 163,565	70,412	132.3%

Estados de Situación Financiera

**Estados de Situación Financiera Consolidados No Auditado al 31 de marzo de 2017
y Auditado al 31 de diciembre de 2016
(en miles de pesos)**

	Al 31 de marzo de 2017	Al 31 de diciembre de 2016	Variación %
	(No auditados)		
ACTIVO			
Activo circulante:			
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 546,260	700,088	(22.0%)
Cuentas por cobrar, neto	26,928		100%
Impuestos por recuperar y otras cuentas por cobrar	234,343	253,751	(7.6%)
Pagos anticipados	156,312	146,987	6.3%
Total de activo circulante	963,843	1,100,826	(12.4%)
Activo no circulante:			
Propiedades de inversión	11,657,821	11,462,249	1.7%
Mobiliario, equipo, mejoras y adaptaciones, neto	74,582	75,683	(1.5%)
Otras inversiones permanentes	385,297	375,541	2.6%
Impuestos a la utilidad diferidos	262,800	262,800	0.0%
Instrumentos financieros derivados	43,657	22,152	97.1%
Otros activos no circulantes, neto	48,474	47,112	2.9%
Efectivo restringido	81,972	79,439	3.2%
Total de activo no circulante	12,554,603	12,324,976	1.9%
Total del activo	\$ 13,518,446	13,425,802	0.7%

**Estados de Situación Financiera Consolidados No Auditado al 31 de marzo de 2017
y Auditado al 31 de diciembre de 2016
(en miles de pesos)**

	Al 31 de marzo de 2017	Al 31 de diciembre de 2016	Variación %
	(No auditados)		
PASIVO Y CAPITAL CONTABLE			
Pasivo circulante:			
Vencimiento circulante de deuda a largo plazo	\$ 432,632	420,498	2.9%
Cuentas por pagar y provisiones	97,215	96,593	0.6%
Impuestos y gastos acumulados	154,763	138,692	11.6%
Participación de los trabajadores en la utilidad	568	568	0.0%
Anticipos de rentas	18,246	12,015	51.9%
Impuestos a la utilidad	20,652	57,100	(63.8%)
Total de pasivo circulante	724,077	725,466	(0.2%)
Pasivo no circulante:			
Deuda a largo plazo, excluyendo vencimientos circulantes	5,354,888	5,296,288	1.1%
Honorario por desempeño inmobiliario	235,478	235,478	0.0%
Impuestos a la utilidad diferidos ^[2]	531,303	567,547	(6.4%)
Ingresos por realizar	21,578	17,667	22.1%
Depósitos en garantía	73,471	72,250	1.7%
Obligaciones por beneficios al retiro	636	636	(0.1%)
Activos netos atribuibles a los tenedores y fideicomitentes	1,317,504	1,328,701	(0.8%)
Total de pasivo no circulante	7,534,857	7,518,567	0.2%
Total del pasivo	8,258,933	8,244,033	0.2%
Capital contable:			
Inversión neta controladora de los accionistas	4,251,172	4,251,172	0.0%
Prima por emisión en suscripción de acciones	3,168	3,139	0.9%
Utilidades retenidas	519,091	397,565	30.6%
Capital neto atribuible a la participación controladora	4,773,431	4,651,876	2.6%
Participación no controladora	486,082	529,893	(8.3%)
Total de capital contable	5,259,513	5,181,769	1.5%
Total del pasivo y capital contable	\$ 13,518,446	13,425,802	0.7%

Estados Consolidados Intermedios de Flujos de Efectivo No Auditados

Periodo de tres meses terminados al 31 de marzo de 2017 y 2016

(en miles de Pesos)

	Al 31 de marzo de 2017	Al 31 de marzo de 2016
Flujos de efectivo de actividades de operación:		
Utilidad neta consolidada del periodo	\$ 163,564	70,412
Ajustes por:		
Incremento en el valor razonable de propiedades de inversión	(126,509)	(27,732)
Depreciación y amortización	2,774	3,792
Pagos basados en acciones	29	
Impuestos a la utilidad	34,606	14,882
Incremento en el valor razonable de otras inversiones permanentes	(36,989)	(53,336)
Intereses a favor	(8,589)	(2,208)
Efecto en valuación de instrumentos financieros	22,189	122
Intereses a cargo	116,922	79,554
Subtotal	167,996	85,486
Cambios en:		
Cuentas por cobrar comerciales, impuestos por recuperar y otras cuentas		
por cobrar, neto	(31,884)	10,999
Pagos anticipados	(9,325)	(35,574)
Otros activos no circulantes, neto	(1,362)	54,062
Distribuciones efectuadas a los tenedores y fideicomitentes		
por impuestos federales pagados en el periodo	(19,307)	(47,468)
Instrumentos financieros derivados pagados	(43,694)	
Cuentas por pagar y provisiones	625	(33,966)
Impuestos y gastos acumulados	22,299	19,742
Impuestos a la utilidad pagados	(44,607)	
Otros pasivos no circulantes	5,400	3,856
Depósitos en garantía		38,915
Flujos netos de efectivo generados por actividades de operación	46,142	96,052

Estados Consolidados Intermedios de Flujos de Efectivo No Auditados
Periodo de tres meses terminados al 31 de marzo de 2017 y 2016
(en miles de Pesos)

	Al 31 de marzo de 2017	Al 31 de marzo de 2016
Actividades de inversión:		
Adquisiciones de mobiliario, mejoras y adaptaciones	(1,672)	(1,018)
Distribución en certificados de fideicomisos y reembolso de capital	(89,101)	20,513
Adquisición de propiedades de inversión	(69,063)	(124,371)
Intereses cobrados	8,589	2,208
Flujos netos de efectivo utilizados en actividades de inversión	(151,247)	(102,668)
Actividades de financiamiento:		
Entradas de efectivo por aumento de capital social, netas de gastos de emisión	-	280
Activos netos atribuibles a los tenedores y fideicomitentes	-	4,500
Reembolso de capital a los tenedores de certificados	-	(210,000)
Préstamos obtenidos	88,744	83,524
Pagos del principal de préstamos	(116,922)	(77,897)
Intereses pagados	(18,011)	(7,387)
Efectivo restringido	(2,534)	-
Flujos netos de efectivo utilizados en actividades de financiamiento	(48,723)	(206,980)
Disminución neta de efectivo y equivalentes de efectivo	(153,828)	(213,596)
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del periodo	700,088	920,733
Efectivo y equivalentes de efectivo al fin del periodo	\$ 546,260	707,137

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 marzo de 2017, el valor razonable de los instrumentos financieros derivados que teníamos contratados los cuales están registrados como un activo fue de aproximadamente Ps. 43.7 millones, una cifra equivalente al 0.3% de nuestros activos totales, equivalentes al 0.5% de nuestros pasivos totales, equivalente al 0.8% de nuestro capital total.

PLANIGRUPO no ha tenido llamadas de margen al 31 de marzo de 2017 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 marzo de 2017, nuestra liquidez era de Ps. 963.8 millones y se componía del total del activo circulante (efectivo y equivalentes de efectivo, cuentas por cobrar, impuestos por recuperar y otras cuentas por cobrar, pagos anticipados lo que representa el 7.1% 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 marzo de 2017.

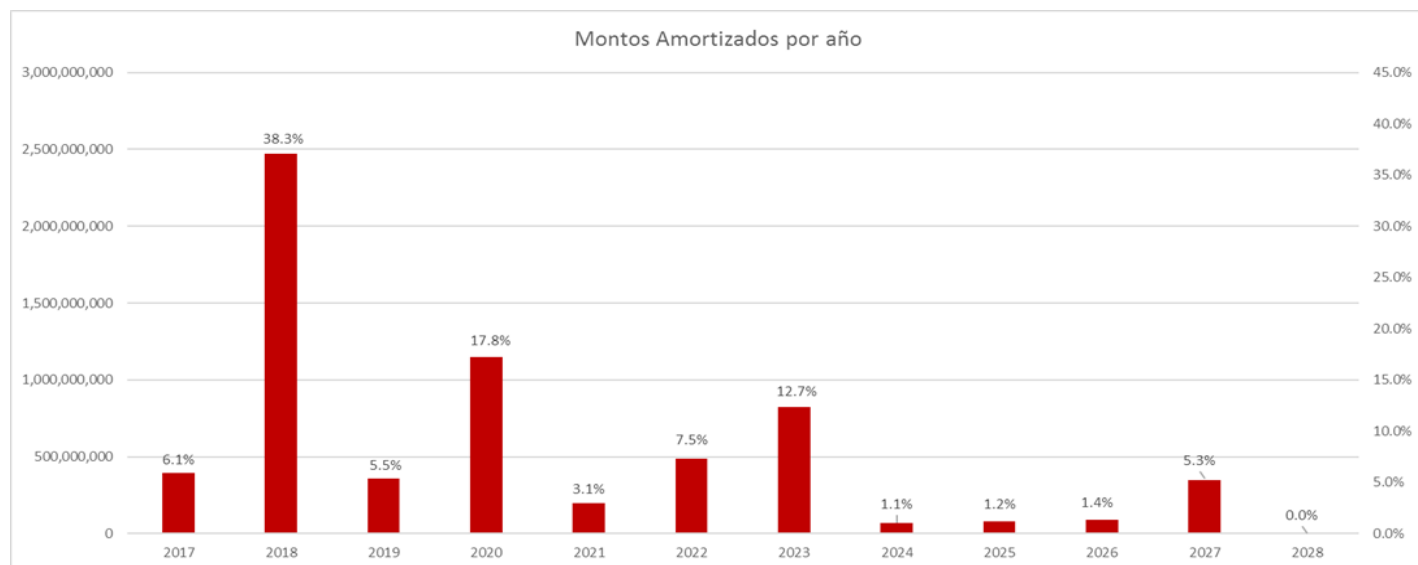
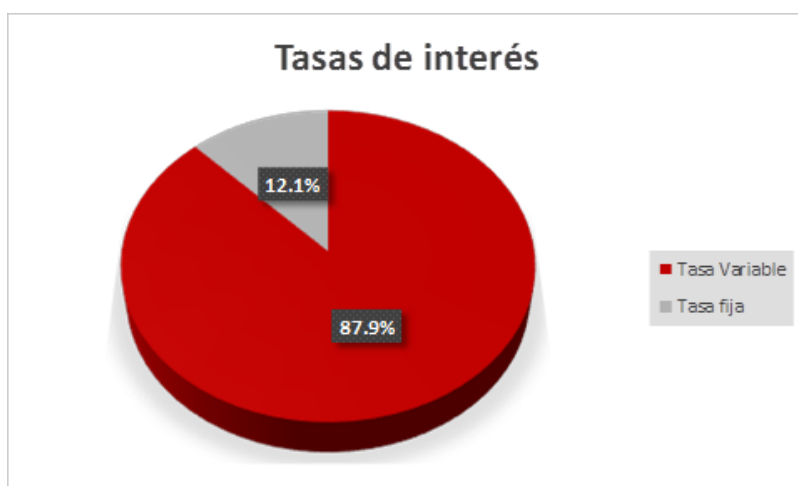
Deuda

Al 31 de marzo de 2017, nuestra deuda insoluta total era de Ps. 5,687.5 millones, del monto total de la deuda, al 1T17, Ps. 432.6 millones era deuda a corto plazo y Ps. 5,354.9 millones deuda a largo plazo.

El LTV de PLANIGRUPO al 1T17 es de 38%, sin incluir nuestras propiedades con participación minoritaria.

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

Al 31 de marzo de 2017, 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 69% tiene una cobertura de tasa de interés vigente.



Inversiones de Capital

Por el periodo concluido al 31 de marzo de 2017, incurrimos en inversiones de capital por Ps. 69.1 millones, que consistieron principalmente en gastos generales de mantenimiento, redesarrollo de una de nuestras propiedades y el desarrollo de dos 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. 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 marzo de 2017, 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



Creando valor

CONFERENCIA TELEFÓNICA

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

Conferencia Telefónica de Resultados del Primer Trimestre de 2017

Fecha: Viernes 28 de abril 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: +1 (334) 323 - 7224

Código de acceso: PLAN (tono de voz)
