



GRUPO SANBORNS, S.A.B. DE C.V.

**LAGO ZURICH No.245 EDIFICIO PRESA FALCÓN PISO 7, COL. AMPLIACIÓN GRANADA,
C.P. 11529, DEL. MIGUEL HIDALGO, MÉXICO, D.F.**

**“REPORTE ANUAL QUE SE PRESENTA DE ACUERDO CON LAS
DISPOSICIONES DE CARÁCTER GENERAL APLICABLES A LAS EMISORAS DE
VALORES Y A OTROS PARTICIPANTES DEL MERCADO”**

POR EL EJERCICIO TERMINADO EL 31 DE DICIEMBRE DE 2012

Las acciones serie “B-1” ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal íntegramente suscritas y pagadas representativas del capital social fijo, sin derecho a retiro de Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V., están inscritas en la Subsección “A” de la Sección de Valores del Registro Nacional de Valores e Intermediarios (“RNVI”) de la CNBV para su listado y cotización en la Bolsa Mexicana de Valores, S.A. de C.V. (“Bolsa”)

Clave de Cotización: “GSANBOR”

La inscripción en el Registro Nacional de Valores no implica certificación sobre la bondad de los valores, solvencia de la emisora o sobre la exactitud o veracidad de la información contenida en el Reporte Anual, ni convalida los actos que, en su caso, hubieren sido realizados en contravención de las leyes.

ÍNDICE

	Pág.
1. INFORMACIÓN GENERAL	
A. Glosario de Términos y Definiciones.....	4
B. Resumen Ejecutivo.....	6
C. Factores de Riesgo.....	17
D. Otros Valores Inscritos en el RNVI.....	40
E. Cambios significativos a los Derechos de Valores en el RNVI.....	40
F. Destino de los Fondos.....	40
G. Documentos de Carácter Público.....	40
2. LA EMISORA	
A. Historia y Desarrollo de la Emisora.....	42
B. Descripción del Negocio.....	44
i) Actividad Principal.....	44
ii) Canales de Distribución.....	66
iii) Patentes, Licencias, Marcas y otros Contratos.....	67
iv) Principales Clientes.....	78
v) Legislación Aplicable y Situación Tributaria.....	78
vi) Recursos Humanos.....	79
vii) Desempeño Ambiental.....	81
viii) Información del Mercado.....	81
ix) Estructura Corporativa.....	84
x) Descripción de sus Principales Activos.....	84
xi) Procesos Judiciales, Administrativos o Arbitrales.....	85
xii) Acciones Representativas del Capital Social.....	86
xiii) Dividendos.....	87

3. INFORMACIÓN FINANCIERA

A. Información Financiera Seleccionada.....	88
B. Información Financiera por Línea de Negocio, Zona Geográfica y Ventas de Exportación.....	91
C. Informe de Créditos Relevantes.....	91
D. Comentarios y Análisis de la Administración sobre los Resultados de Operación y Situación Financiera de la Emisora.....	93
i) Resultados de la Operación.....	96
ii) Situación Financiera, Liquidez y Recursos de Capital.....	111
iii) Control Interno.....	114
E. Estimaciones , Provisiones o Reservas Contables Criticas.....	115

4. ADMINISTRACIÓN

A. Auditores Externos.....	118
B. Operaciones con personas Relacionadas y Conflicto de Interés.....	118
C. Administradores y Accionistas.....	122
D. Estatutos Sociales y Otros Convenios.....	130

5. MERCADO DE CAPITALES

A. Estructura Accionaria.....	138
B. Comportamiento de la acción en el Mercado de Valores.....	138
C. Formador de Mercado.....	140
..	

6. PERSONAS RESPONSABLES.....141

7. ANEXOS.....143

A. Estados Financieros Consolidados Dictaminados al 31 de Diciembre de 2012 y 2011 de Grupo Sanborns, S. A.B. de C. V. e Informe del Comisario.....	143
---	-----

I. INFORMACIÓN GENERAL

A) Glosario de Términos y Definiciones

Salvo que se indique lo contrario, los términos que hacen referencia a los conceptos individuales de los estados financieros son aquellos conceptos individuales incluidos en nuestros Estados Financieros Auditados.

“**Acciones**” significa las acciones ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, Serie “B-1”, representativas de la parte fija del capital social de la Compañía materia de la Oferta.

“**BMV**” significa la Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V.

“**Capital Invertido**” significa propiedad, maquinaria y equipo neto más el Capital de Trabajo Neto para cualquier periodo dado.

“**Capital de Trabajo Neto**” es calculado de las cuentas por cobrar netas más inventario neto, menos cuentas por pagar a proveedores.

“**CFC**” significa la Comisión Federal de Competencia.

“**CNBV**” significa la Comisión Nacional Bancaria y de Valores.

“**Circular**”, “**Circular Única**” o “**Disposiciones**”, significan las Disposiciones de Carácter General Aplicables a las Emisoras de Valores y a otros Participantes del Mercado de Valores emitidas por la CNBV y publicadas en el Diario Oficial de la Federación el 19 de marzo de 2003, según las mismas han sido reformadas.

“**Dólar**” o “**Dólares**” o “**EE.UU.\$**” o “**U.S.**” significa la moneda de curso legal en los Estados Unidos de América.

“**Dorian’s Tijuana**” significa la sociedad denominada Dorian’s Tijuana, S.A. de C.V.

“**EBITDA**” significa el monto usado en el análisis financiero que no se obtiene de las NIF ni en las IFRS pero que se obtiene de las partidas de nuestros estados financieros. Debido a que nuestros Estados Financieros Auditados fueron preparados conforme a IFRS, para el periodo año terminado el 31 de diciembre de 2011 y 2012, calculamos EBITDA como la utilidad integral *más* el gasto de depreciación y amortización, impuesto sobre la renta, gastos por intereses, pérdida cambiaria, pérdida en la valuación de instrumentos financieros derivados y el efecto de conversión de inversiones en empresas en el extranjero, *menos* ingresos por intereses, ganancia cambiaria y ganancia en la valuación de instrumentos financieros derivados.

“**Estados Financieros**” significa los estados financieros anuales consolidados auditados al 31 de diciembre de 2011 y 2012, para los ejercicios concluidos en esas fechas, conjuntamente con las notas correspondientes a los mismos.

“**Estados Financieros Auditados**” significa los estados financieros anuales consolidados auditados al 31 de diciembre de 2009, 2010 y 2011, para los ejercicios

concluidos en esas fechas, conjuntamente con las notas correspondientes a los mismos.

“**Estados Unidos**” significa los Estados Unidos de América.

“**Grupo Carso**” significa la sociedad denominada Grupo Carso, S.A.B. de C.V.

“**Grupo Sanborns**”, la “**Emisora**” o la “**Compañía**” significa Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. En este Reporte Anual se podrá hacer referencia, también, a la Compañía, como Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. y, antes de su adopción del régimen de una sociedad anónima bursátil, como Grupo Sanborns, S.A. de C.V.

“**IFRS**” significa Normas Internacionales de Información Financiera por sus siglas en inglés, definidas por el International Accounting Standards Board (IASB por sus siglas en inglés), también conocidas como NIIFs.

“**Indeval**” significa S.D. Indeval Institución para el Depósito de Valores, S.A. de C.V.

“**Intermediarios Colocadores Líderes en México**” Inversora Bursátil, S.A. de C.V., Casa de Bolsa, Grupo Financiero Inbursa; Casa de Bolsa Credit Suisse (México), S.A. de C.V., Grupo Financiero Credit Suisse (México); Acciones y Valores Banamex, S.A. de C.V., Casa de Bolsa, Integrante del Grupo Financiero Banamex, Casa de Bolsa Santander, S.A. de C.V., Grupo Financiero Santander y cualquier otra casa de bolsa invitada a participar como intermediario colocador para la oferta en México, de conformidad con los términos del Contrato de Colocación en México.

“**Ley de Sociedades Mercantiles**” significa la Ley General de Sociedades Mercantiles.

“**Ley de Valores**” significa la *U.S. Securities Act* (Ley de Valores de los Estados Unidos) de 1933, según ha sido modificada.

“**México**” significa los Estados Unidos Mexicanos.

“**NIF**” significa Normas de Información Financiera, aplicables en México, emitidas por el Consejo Mexicano para la Investigación y Desarrollo de Normas de Información Financiera, A.C.

“**Operadora de Tiendas Internacionales**” significa la sociedad denominada Administradora de Carteras Grupo Sanborns, S.A. de C.V. (antes Operadora de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V. o J.C. Penney México, S.A. de C.V.)

“**Pesos**” o “**\$**” o “**Ps.**” significa la moneda de curso legal en México.

“**PIB**” significa Producto Interno Bruto.

“**Promusa**” significa la sociedad denominada Promotora Musical, S.A. de C.V.

“**Prospecto**” significa el presente Prospecto de Colocación de las acciones de la Compañía.

“**RNV**” significa el Registro Nacional de Valores, que mantiene la CNBV.

“**ROIC**” significa el retorno en Capital Invertido, que es una medida común de rentabilidad de la inversión en nuestra industria. Calculamos el ROIC con base en (i) utilidad de operación de cualquier periodo, multiplicada por una cantidad igual a uno menos la Tasa de Impuestos, dividida entre (ii) el Capital Invertido al cierre de dicho periodo.

“**Sanborns Hermanos**” significa la sociedad denominada Sanborn Hermanos, S.A.

“**Sears Roebuck**” significa la sociedad estadounidense denominada Sears Roebuck, and Co.

“**Sears México**” significa la sociedad mercantil denominada Sears Operadora México, S.A. de C.V.

“**SHCP**” significa la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

“**SKUs**” significa unidad de almacenamiento (*Stock-Keeping Unit*), que es un número de referencia para cada producto y servicio único que puede ser comprado.

“**Tasa de Impuestos**” significa 30% o la tasa de impuesto sobre la renta efectiva en México durante el período del 1 de enero de 2010 al 31 de diciembre de 2011 y 2012.

“**Ventas Mismas Tiendas**” significa ventas netas de las tiendas (excepto Sears) y restaurantes de la Compañía (según sea el caso) que estuvieron en operación durante el período indicado y durante el mismo período del ejercicio anterior. Por ejemplo, para que las ventas de un restaurante sean consideradas como ventas mismas tiendas al 31 de diciembre de 2012, dicho restaurante debió abrir durante todo el periodo de doce meses concluido el 31 de diciembre de 2011.

“**Ventas Mismas Tiendas Sears**” significa ventas netas de las tiendas departamentales Sears y restaurantes de la Compañía (según sea el caso) que estuvieron en operación durante el período indicado y durante el mismo período del ejercicio anterior. Por ejemplo, si una tienda abrió el 1 de julio de 2011, nuestra información de ventas mismas tiendas al 30 de septiembre de 2012, únicamente incluye las ventas de dicha tienda en julio, agosto y septiembre de 2011 y 2012. De manera similar, para el año concluido el 31 de diciembre de 2011, esta información únicamente incluye ventas de dicha tienda de julio a diciembre de 2011 y 2012.

B) Resumen Ejecutivo

Somos una empresa mexicana líder de ventas al menudeo que opera múltiples formatos, así como restaurantes, con operaciones principalmente en México. Operamos tiendas y restaurantes bajo nuestros formatos y marcas altamente reconocidas por los consumidores, incluyendo la segunda cadena de tiendas departamentales tradicional (*Sears*) en términos de ventas y número de tiendas, boutiques de última moda (*Pier 1, Jeanious, Palacio de los Perfumes y Seven*), un concepto único pero altamente exitoso de venta al menudeo (tiendas *Sanborns*), una cadena de distribución al menudeo y servicios de tecnología de última generación (marca *Apple: iShop y eduMac*), la cadena minorista más grande de música y video (*Mixup, Mx Mixup, Discolandia y Tower Records*), una cadena de tiendas departamentales de lujo (*Saks Fifth Avenue*), una cadena minorista regional de cosméticos y perfumes (*DAX*), una gran cadena de restaurantes tradicionales de comida mexicana a precios accesibles (*Sanborns y Sanborns Café*), así como una cadena de comedores industriales (*Pam Pam*).

Nos enfocamos en operar formatos minoristas que tienen mercados finales los cuales consideramos ofrecen un potencial de crecimiento sólido y gozan de altos márgenes de utilidad y flujos de efectivo estables. A través de nuestra red de tiendas, ubicadas en 30 estados de la República Mexicana y el Distrito Federal, vendemos más de 4.3 millones de SKUs, incluyendo artículos electrónicos, artículos para el hogar, muebles, ropa, productos farmacéuticos, productos de salud y belleza, libros, videos, música, productos marca *Apple*, juguetes, artículos deportivos, teléfonos celulares y diversos productos de tecnología, entre otros bienes de consumo y de tecnología para el consumidor, dirigidos a todos los segmentos de la población, con énfasis en los sectores de ingreso medio, medio-alto y alto. Adicionalmente, a través de nuestra red de restaurantes ubicada en 30 estados de la República Mexicana y el Distrito Federal ofrecemos comida tradicional mexicana a precios accesibles.

A 31 de diciembre de 2012, operábamos 414 tiendas y restaurantes en México, dos tiendas-restaurantes y una tienda *Sears* en El Salvador y una tienda-restaurante en Panamá, con un área de piso de ventas de 973,876m². Para los doce meses concluidos el 31 de diciembre de 2012, tuvimos ingresos totales de \$39,411.3 millones, utilidad integral consolidada del año de \$3,164.2 millones y EBITDA de \$5,225.7 millones. Al 31 de diciembre de 2012, teníamos activos totales por \$31,201.5 millones y un capital contable de \$15,228.8 millones. En el año 2011, tuvimos ingresos totales de \$36,416.0 millones, utilidad integral consolidada de \$2,904.4 millones y EBITDA de \$4,916.5 millones.

Formatos de tiendas y restaurantes

Sears y Boutiques

Nuestras tiendas *Sears*, que al 31 de diciembre de 2012, representaban el 51.7% de nuestros ingresos totales, tienen un alto reconocimiento de marca en México y han sido históricamente asociadas con una amplia variedad de productos para los segmentos de ingreso medio y medio alto de la población mexicana. La línea de productos de *Sears* en México abarca desde ropa de marca a precios accesibles, hasta artículos electrónicos de última generación y artículos para el hogar, que cuentan con la garantía de calidad *Sears* y nuestros planes de servicio. La mayoría de nuestras tiendas *Sears* están localizadas dentro de centros comerciales con alta afluencia de clientes y operan como tiendas departamentales tradicionales, mientras que nuestras boutiques operan como tiendas exclusivas de una sola marca. Al 31 de diciembre de 2012, *Sears* operaba 79 tiendas departamentales y 4 boutiques en México y El Salvador, con más de 616,000 m² de área de ventas. A la misma fecha, de las 2.9 millones de cuentas activas bajo nuestros programas de tarjetas de crédito propias, 2.5 millones de cuentas estaban bajo nuestro programa de tarjetas de crédito *Sears*.

Sanborns

Nuestras tiendas *Sanborns*, que al 31 de diciembre de 2012 representaban el 31.8% de nuestros ingresos totales (22.9% de los cuales fueron de los restaurantes *Sanborns* y el 73.9% restante de las tiendas, y el 3.2% que derivó de nuestros servicios de aceptación de pagos). Este formato representa un concepto único de tiendas de conveniencia especializada en México, que ofrece una experiencia integral para nuestros clientes, con amplia gama de productos disponibles para la compra, incluyendo una gran variedad de libros, revistas, música, productos farmacéuticos, productos de salud y belleza, artículos electrónicos, joyería, regalos, dulces y juguetes, mientras que ofrece la comodidad de realizar pagos a distintos servicios de terceros. Además, todas nuestras tiendas *Sanborns* cuentan con servicio completo de restaurante y bar. Al igual que nuestras tiendas *Sears*, la mayoría de nuestras tiendas *Sanborns* se encuentran localizadas dentro de centros comerciales con alta afluencia de clientes, aunque también contamos con tiendas fuera de centros comerciales en distintos puntos del país. Al 31 de diciembre de 2012, *Sanborns* operaba 169 tiendas y restaurantes principalmente en México, con 256,375m² de área total de ventas (incluyendo los restaurantes) y más de 54,000 asientos.

Música, iShop y eduMac

A través de nuestras tiendas *Mixup*, *Mx Mixup*, *Discolandia*, *Tower Records*, *iShop* y *eduMac* que al 31 de diciembre de 2012, representaban el 10.9% de nuestros ingresos totales, operamos la cadena minorista más grande de música y video en México, con un catálogo de más de 125,000 títulos, así como la cadena de tiendas más grande de venta de productos marca *Apple* y sus accesorios en México,

ateniendo así a diferentes segmentos de la población. Al 31 de diciembre de 2012, operábamos 109 tiendas en México bajo 6 formatos, con 41,564m2 de área total de ventas.

Otros

Nuestras tiendas *DAX*, *Sanborns Café* y *Saks Fifth Avenue*, que conjuntamente con nuestras otras fuentes de ingresos al 31 de diciembre de 2012 representaban el 5.9% de nuestros ingresos totales, completan nuestro portafolio diversificado. A la misma fecha contábamos con 26 tiendas *DAX* ubicadas en el noreste de México, con un área total de ventas 31,658m2, así como 28 restaurantes *Sanborns Café* (16 localizados en la Ciudad de México), con más de 5,400 asientos y 2 tiendas *Saks*, ubicadas en la Ciudad de México, con un área total de ventas de 18,282m2. Nuestras tiendas bajo el formato *Saks Fifth Avenue* ofrecen productos y servicios similares a las tiendas *Saks Fifth Avenue* de Estados Unidos, las cuales se han adaptado a las preferencias locales. Mientras nuestras tiendas *DAX* ofrecen artículos de conveniencia, de oportunidad, perfumes, cosméticos, cuidado personal y artículos para el hogar, a través de la venta directa a consumidores finales. Adicionalmente, somos propietarios de dos centros comerciales altamente exitosos, ubicados en la Ciudad de México, Plaza Loreto y Plaza Inbursa con un área rentable total de 73,725m2 operando al 100% de capacidad. El 7.4% de nuestra área total rentable está ocupada por varios de nuestros distintos formatos de tiendas y restaurantes.

Con relación a nuestras operaciones de venta al menudeo y dada nuestra mezcla de productos de alto valor y el mercado objetivo, ofrecemos financiamiento a clientes que elijen comprar productos a crédito. Nuestra oferta de crédito al consumo incluye: compras realizadas con nuestras propias tarjetas *Sears*, *Sanborns* y *Mixup*. Al 31 de diciembre de 2012, nuestro portafolio de créditos alcanzó \$8,673.5 millones con más de 1.7 millones de tarjetahabientes activos, con un bajo porcentaje de cartera vencida que representa el 2.2%. Durante los doce meses de 2012, las ventas a crédito de nuestras tarjetas propias representaron 24.5% de nuestras ventas totales. Consideramos que nuestros productos de crédito combinados con nuestra experiencia de financiamiento al consumidor continuarán atrayendo gente a nuestras tiendas y aumentarán el poder adquisitivo de nuestros clientes actuales, mientras que incrementan la rentabilidad de nuestras operaciones de ventas al menudeo y sustentan nuestras expectativas de crecimiento.

La siguiente tabla resume los porcentajes de ingresos totales y EBITDA de nuestros diferentes formatos de tiendas y restaurantes para el periodo de doce que termina el 31 de diciembre de 2012, así como una descripción de los principales productos vendidos:

Al 31 de diciembre de 2012

<i>Formato</i>	<i>Tienda correspondiente</i>	<i>No. de Tiendas</i>	<i>% de ingresos</i>	<i>% de EBITDA</i>	<i>Principales categorías de productos</i>
Tiendas departamentales	Sears	78	51.7%	52.7%	<ul style="list-style-type: none"> Línea blanca y electrodomésticos, muebles, mejora del hogar, electrónicos y ropa
Sears y boutiques	Pier 1	3			
	Palacio de los Perfumes	1			
Tiendas-restaurantes	Sanborns	166	31.8%	24.2%	<ul style="list-style-type: none"> Libros, revistas, salud y belleza, farmacia, electrónicos, juguetes, música, videos, joyería, fotografía, teléfonos celulares, dulces y regalos Servicios de pago a terceros Servicio de bar y restaurante
Música, iShop y eduMac	Mixup	39	10.9%	5.2%	<ul style="list-style-type: none"> Productos Apple y accesorios relacionados Música, videos, películas y videojuegos Productos y cursos relacionados con Apple
	Mx Mixup	21			
	iShop	37			
	eduMac	6			
	Tower Records	4			
	Discolandia	2			

	Saks Fifth Avenue	2			
	DAX	26			
	Sanborns Café	28			
	Sanborns				
Otros	Centroamérica	3	5.6%	17.9% ⁽¹⁾	<ul style="list-style-type: none"> • Perfumería y cosméticos • Comida mexicana tradicional accesible • Ropa de alta calidad y accesorios
	Sears Centroamérica	1			
	Seven	1			
	Pam Pam	33			
	Plaza Loreto	1			
	Plaza Inbursa	1			
Total			100%	100%	

⁽¹⁾ Incluye regalías pagadas por nuestras subsidiarias a Grupo Sanborns.

A través de nuestro portafolio de tiendas minoristas, ofrecemos una amplia gama de marcas líderes de reconocido prestigio y otros productos duraderos de terceros y constantemente expandimos y optimizamos nuestro portafolio de productos y servicios.

Entre nuestras marcas propias y otras marcas líderes a nivel internacional y local que integran nuestro portafolio, la siguiente tabla indica algunas de nuestras marcas de mayor venta, incluyendo: (i) las marcas que ofrecemos a través de nuestro formato *Sears* que incluyen artículos para el hogar, así como artículos de moda como ropa, calzado y accesorios; (ii) las marcas que ofrecemos a través de nuestro formato *Sanborns* que incluyen principalmente productos electrónicos; (iii) la marca *Apple* que ofrecemos a través de nuestro exitoso formato *iShop*; y (iv) las marcas de lujo que ofrecemos a través de nuestro formato *Saks Fifth Avenue* que incluyen artículos de lujo, entre otras.

Productos	Marcas
Moda	<i>Adidas, Armani, BCBG, Burberry, Benetton, Calvin Klein, Carolina Herrera, DKNY, Dockers, Dolce & Gabbana, Gucci, Guess, Kate Spade, Kenneth Cole, Lacoste, Levis, Michael Kors, Nautica, Nike, Ralph Lauren, Tommy Hilfiger, Tory Burch y Yves Saint Laurent</i>
Artículos para el hogar y electrodomésticos	<i>Electrolux, GE, Kitchen Aid, Mabe, Maytag, Nespresso, Pier 1, Sumbeam y Whirlpool</i>
Mejoras para el hogar	<i>Black & Decker, Bosch, Craftsman y Dewalt</i>
Electrónicos	<i>Apple, Blackberry, Bose, Dell, Kenwood, Koblenz, Lenovo, Microsoft, Nikon, Nintendo, Panasonic, Phillips, Pioneer, RCA, Samsung, Sharp, Sony y Toshiba.</i>

La siguiente tabla muestra cierta información financiera y operativa clave para cada formato de nuestras tiendas y restaurantes:

Al y por los años terminados el 31 de diciembre de

	2011	2012
Consolidado		
Número de tiendas	419	418
Superficie de ventas (m ²)	978,102	973,876
Número de asientos	59,906	60,331
Número de centros comerciales.....	2	2
Superficie rentable (m ²).....	59,722	73,725
Ingresos totales (millones).....	36,416.0	39,411.3
EBITDA (millones).....	4,916.5	5,225.7
Margen EBITDA (%).....	13.5	13.3

Sears y Boutiques		
Número de tiendas	79	78
Número de boutiques ⁽¹⁾	5	4
Superficie de ventas (m ²)	616,732	609,063
Ventas por m ² ponderado (miles)	29.6	29.7
Ingresos totales (millones).....	18,753.8	20,383.0
Aumento Ventas Mismas-Tiendas		
Sears (%).....	5.3	5.7
Ventas a crédito como % de ingresos		
totales	50.5	52.2
EBITDA (millones).....	2,657.1	2,781.3
Margen EBITDA (%).....	14.2	13.6

Al y por los años terminados el 31 de diciembre de

	2011	2012
Sanborns		
Número de tiendas	165	166
Superficie total de ventas (m ²)	247,308	251,031
Superficie de ventas de mercancía (m ²) ..	157,430	160,171
Número de asientos	53,420	53,887
Ventas por m ² ponderado (miles)	57.0	59.0
Ventas por asiento ponderado (miles).....	46.1	46.9
Ingresos totales (millones).....	11,858.0	12,535.1
Aumento Ventas Mismas-Tiendas (%).....	5.0	4.2
EBITDA (millones).....	1,103.8	1,175.0
Margen EBITDA (%).....	9.3	9.4

Al y por los años terminados el 31 de diciembre de

	2011	2012
Musica, iShop y eduMac		
Número de tiendas de música ⁽²⁾	69	66
Número de tiendas iShop	37	37
Número de centros eduMac	7	6
Superficie de ventas (m ²)	42,098	41,564
Ventas por m ² ponderado (miles)	88.3	102.9
Ingresos totales (millones)	3,664.3	4,281.4
Aumento Ventas Mismas-Tiendas (%)	17.5	10.0
EBITDA (millones)	174.7	262.9
Margen EBITDA (%)	4.8	6.1
Otros⁽³⁾		
Número de tiendas ⁽⁴⁾	62	61
Superficie de ventas (m ²)	72,089	72,218
Número de asientos	6,486	6,444
Número de centros comerciales	2	2
Superficie rentable (m ²)	59,722	73,725
Ingresos totales (millones)	2,139.9	2,211.8
EBITDA (millones)	980.9	1,006.5
Margen EBITDA (%)	45.8	45.5

⁽¹⁾ Boutiques incluyendo Pier 1 Boutique, Jeanious y *Palacio de los Perfumes*.

⁽²⁾ Tiendas de música incluyendo Mixup, Mx Mixup, Tower Records y Discolandia.

⁽³⁾ Otros incluye nuestras tiendas DAX, nuestros restaurantes Sanborns Café, nuestras tiendas departamentales Saks Fifth Avenue, nuestras tiendas Sears y nuestras tiendas-restaurante Sanborns en Centroamérica, nuestras boutiques Seven y nuestros comedores industriales Pam Pam, administración del portafolio de tarjetas de crédito Sanborns y Mixup y nuestros centros comerciales Plaza Loreto y Plaza Inbursa.

⁽⁴⁾ Incluye 26 tiendas DAX, 28 restaurantes Sanborns Café, 2 tiendas departamentales Saks Fifth Avenue, una tienda departamental Sears y 2 tiendas restaurantes Sanborns en El Salvador, un restaurante-tienda Sanborns en Panamá, una boutique Seven y 33 comedores industriales Pam Pam.

Oportunidad en el sector de ventas al menudeo

Consideramos que estamos en una posición favorable para capturar atractivas oportunidades de crecimiento, a través de una constante expansión de nuestra área de piso de ventas, portafolio y alcance geográfico, al mismo tiempo fortaleciendo nuestro portafolio de múltiples formatos. También buscamos alcanzar niveles de crecimiento orgánico sólidos y mejorar en ventas-misma-tienda, apoyándonos en factores atractivos para el país y la industria, tales como un ambiente macroeconómico sólido, condiciones demográficas favorables, baja penetración del comercio formal y de centros comerciales, baja penetración del crédito al consumo y bajo endeudamiento, demanda creciente de bienes de consumo duradero, oferta de productos innovadores y modernos, así como menores tarifas en la importación de textiles de Asia, entre otros.

Nuestras ventajas competitivas

Posición de liderazgo en el mercado de venta al menudeo en México

Consideramos que somos una de las compañías más grandes de venta al menudeo en México, excluyendo tiendas de abarrotes, y que tenemos una posición de liderazgo en distintas categorías en las que participamos, incluyendo:

- Segundo operador de cadenas de tiendas departamentales en México a través de nuestro formato *Sears*;
- Líder del mercado con un concepto minorista mixto, que es único en México, a través de nuestro formato Sanborns;

- Segunda cadena de restaurantes de servicio completo en México a través de nuestro formato Sanborns;
- Uno de los principales distribuidores autorizados de productos de la marca *Apple* a través de nuestro formato *iShop*, con excepción de compañías de teléfonos móviles;
- Distribuidor líder de video y música grabada a través de nuestras tiendas de música y Mixup, Sanborns y Sears;
- Principal minorista de libros a través de nuestro formato Sanborns;
- Uno de los más importantes proveedores de tarjetas de crédito no bancarias;
- Posición líder en algunas otras categorías de productos y servicios disponibles en nuestros diferentes formatos de tienda, incluyendo teléfonos celulares, equipo fotográfico, cosméticos y perfumería, relojes y juguetes, entre otros productos, así como en servicios de procesamiento de pagos para empresas tales como American Express, Telmex y Telcel.

Portafolio minorista único de formatos múltiples de marcas altamente reconocidas

En nuestros 109 años de historia, hemos creado un portafolio minorista de múltiples formatos único y diversificado, que brinda una amplia oferta a nuestros clientes y proveedores. Consideramos que todos nuestros formatos gozan de un amplio reconocimiento en los mercados en los que operan. Tenemos una larga historia de servicio al mercado mexicano con formatos únicos y exitosos tales como *Sanborns* y con una fuerte relación con marcas tales como *Sears*, *Apple* y *Saks* que nos permiten penetrar el mercado local con sus marcas. Nuestras marcas están asociadas con una amplia gama de productos a precios competitivos, servicios de valor agregado, un servicio al cliente personalizado y de alta calidad, conveniencia, buenas ubicaciones, promociones y programas de financiamiento atractivos, entre otros atributos.

Amplia cobertura geográfica que atiende a un gran porcentaje de la población mexicana

Tenemos una plataforma ampliamente diversificada, con presencia en 65 ciudades a lo largo de la República Mexicana. Consideramos que estamos bien posicionados para ampliar nuestra presencia geográfica y abrir nuevas tiendas, particularmente a través de nuestros formatos *Sears* y nuestros formatos únicos de *Sanborns* y *iShop*, en regiones que consideramos ofrecen un fuerte potencial de crecimiento.

A través de nuestros distintos formatos, consideramos que atendemos a un gran porcentaje de la población. Consideramos que somos el único vendedor al menudeo, distinto a tiendas de abarrotes, que abarca porciones tan grandes de los hogares mexicanos. Durante 2012, llevamos a cabo aproximadamente 27,756,201 y 66,478,587 transacciones a través de nuestros principales formatos *Sears* y *Sanborns*, respectivamente. Adicionalmente, nuestros formatos más relevantes, *Sears* y *Sanborns*, tienen una amplia cobertura de segmentos socioeconómicos dentro de nuestro portafolio y están bien posicionados dentro del segmento medio-bajo y medio-alto. Nuestro portafolio multi-formato diversificado conlleva además una demanda de consumo estable durante recesiones económicas y nos permite aprovechar los ingresos y rentabilidad en un ambiente económico favorable a través de nuestra exposición a los segmentos de ingresos altos de la población.

Posicionamiento único para capitalizar en oportunidades atractivas de crecimiento

Consideramos que nuestro portafolio de formatos minorista múltiple de tiendas altamente reconocidas, combinado con nuestro historial exitoso de crecimiento orgánico e integración de adquisiciones, continuará siendo una diferencia estratégica y un factor importante para el crecimiento de nuestro negocio. Consideramos que estamos especialmente posicionados para tomar ventaja de las oportunidades de crecimiento que ofrece el mercado mexicano y para capitalizar el ambiente

macroeconómico sólido, las condiciones demográficas favorables, la baja penetración del comercio formal, y de crédito al consumo, la demanda creciente de bienes de consumo duradero, así como las menores tarifas en la importación de textiles. Otras oportunidades visibles de crecimiento para incrementar nuestras ventas-mismas tiendas incluyen la remodelación de tiendas y mejorar su presentación, promover el uso de nuestras propias tarjetas de crédito y la posible introducción de tarjetas de crédito compartida con otras marcas, la expansión de programas de lealtad, tales como *Círculo Sanborns*, y el lanzamiento exclusivo de nuevos productos.

Consideramos que somos una de las pocas compañías con la experiencia y capacidad operativa para administrar una amplia variedad de formatos de venta al menudeo y continuar diversificando y mejorando nuestra oferta, mediante la introducción de nuevas categorías de productos con retornos atractivos, así como fuerte potencial para aprovechar sinergias. Adicionalmente, nuestra plataforma operativa, nos posiciona favorablemente para buscar adquisiciones que agreguen valor en los mercados en los que participamos o en nuevos mercados con un fuerte potencial de crecimiento donde podemos implementar nuestro exitoso modelo de negocios.

Historial exitoso en la integración de adquisiciones y en el ingreso a nuevos segmentos de venta al menudeo

A través de nuestra historia hemos tenido un historial favorable en la adquisición de portafolios de venta al menudeo e integrarlos exitosamente y optimizarlos. También hemos tenido gran éxito en sacar adelante formatos no redituables y, en ciertos casos, convertirlos en alguno de nuestros formatos, a través de la mejora en la selección de productos y la presentación de las tiendas, eficiencia operativa, reducción significativa de costos y mejorando el servicio al cliente. Por ejemplo, en 1997 adquirimos una participación mayoritaria en Sears México, que operaba un portafolio de 40 tiendas que constantemente generaban pérdidas financieras. En 1998, después de un año de adquiridas, comenzamos a generar utilidades mediante la reducción significativa de gastos generales, mejorando el manejo de inventarios, enfocándonos en incrementar la penetración de tarjetas de crédito y explotando sinergias, de entre otras iniciativas para incrementar los ingresos y reducir los costos. De manera similar en 2003, adquirimos seis tiendas *JC Penney* y para 2009 las habíamos convertido en tiendas Sears y habíamos alcanzado márgenes operativos de equilibrio.

También hemos sido capaces de incorporar nuevas categorías de productos atractivas a nuestro portafolio de venta al menudeo que complementan nuestra oferta de valor agregado y nos brinda un fuerte potencial de crecimiento. Por ejemplo, en 2007 alcanzamos un acuerdo con Saks & Company en Estados Unidos para operar su formato departamental en México y en 2010 obtuvimos una licencia para distribuir productos marca *Apple* y sus accesorios en México. En años recientes, como resultado de la constante evolución de los mercados de música y video, hemos convertido exitosamente varias de nuestras tiendas *Mixup* al formato *iShop*, lo cual nos ha permitido reducir nuestra exposición a mercados con tendencias de crecimiento menores, al mismo tiempo que hemos podido tomar ventaja de nuestra amplia cobertura de tiendas para migrar a segmentos con tasas de crecimiento más atractivas. Nuestro método disciplinado se centra en obtener ubicaciones privilegiadas, expandir nuestra cobertura geográfica, diversificar nuestro portafolio de venta al menudeo, lograr economías de escala, realizar sinergias importantes para generación de ingresos y reducción de costos e incrementar el retorno en las inversiones de nuestro portafolio.

Sólido desempeño financiero

Tenemos un historial constante de crecimiento, rentabilidad y generación de flujos de efectivo. Hemos sido capaces de mantener una tasa de crecimiento anual compuesta de ingresos de aproximadamente 8.2% de 2011 a 2012, mientras expandimos geográficamente nuestras tiendas y restaurantes durante el mismo periodo. Consideramos que nuestro enfoque en crecimiento se prueba mediante el desempeño de nuestros resultados de primera línea. Nuestro EBITDA para 2012 fue \$5,225.7 millones, lo cual representa un incremento de 6.3% de nuestro EBITDA en 2011. Como resultado de nuestro sólido desempeño operativo y capital de trabajo, consideramos que también hemos generado un retorno de capital (*ROIC*) por encima del promedio en 2011 y 2012 de 15.3% y 15.8%, respectivamente.

Adicionalmente, consideramos que nuestro sólido desempeño financiero y generación de flujos de efectivo nos permite mantener un perfil de endeudamiento conservador, resultando en una estructura de capital atractiva con una proporción de 1.01x deuda-EBITDA al 31 de diciembre de 2012 con una capacidad de endeudamiento adicional en caso de ser necesario para futuras inversiones de capital o adquisiciones estratégicas. Además, no tenemos riesgos de crédito significativos ya que el 75.5% de nuestras ventas son en efectivo o equivalentes de efectivo, tales como débito o tarjetas de crédito o *vouchers* electrónicos de ventas, y nuestra tasa de morosidad en tarjetas propias ha sido históricamente bajo 2.9% en promedio en los últimos tres años.

Consideramos que el éxito de nuestro modelo de negocios también se debe a nuestra eficiencia en el capital de trabajo, administración de efectivo y retorno sobre activos. Consideramos que nuestro ROIC es un resultado del sólido desempeño operativo de nuestras tiendas junto con un índice de financiamiento con proveedores superior, alta rotación de inventarios e inversiones de capital eficientes. A efecto de mantener un ROIC atractivo, pretendemos continuar enfocándonos en las inversiones de capital y en la generación de flujos de efectivo.

Equipo de administración experimentado y una fuerza de trabajo sustentada en accionistas altamente comprometidos y experimentados

Nuestro equipo ejecutivo tiene amplia experiencia en la industria minorista y consideramos que tiene experiencia, valores y motivación para ejecutar exitosamente nuestra estrategia de crecimiento. Nuestros ejecutivos tienen un historial probado para alcanzar crecimiento sustentable y redituable, así como para integrar adquisiciones de manera exitosa. Consideramos que la experiencia de nuestro equipo nos ha permitido anticipar y responder efectivamente a los cambios en la industria y a una mayor competencia, para desarrollar nuevos proyectos con retornos en inversión atractivos, así como a entender mejor nuestra base de consumidores y crear relaciones sólidas con nuestros proveedores. Nuestra administración enfatiza continuamente una cultura de trabajo basada en la excelencia operativa, trabajo en equipo, innovación, mejores prácticas y un alto grado de responsabilidad social. Nuestro equipo de ejecutivos también han desarrollado programas de entrenamiento y certificación que han resultado en una fuerza de ventas bien capacitada, correctamente incentivada y leal. La experiencia y el compromiso de nuestra administración ha sido un componente crítico en el crecimiento de nuestro portafolio multi-formato de venta al menudeo, así como en el mejoramiento continuo de nuestro desempeño financiero.

Nuestro principal accionista, Grupo Carso, S.A.B. de C.V. o “Grupo Carso”, es un conglomerado mexicano con una establecida cultura de excelencia operativa y altos estándares de gobierno corporativo. Adicionalmente, el Ing. Carlos Slim Helú, principal accionista de Grupo Carso, tiene un historial incomparable en creación de valor a accionistas en diversas industrias y en diversos países.

Nuestra estrategia

Buscamos fortalecer nuestra posición como un minorista mexicano y operador de restaurantes líder mediante el aumento de nuestra presencia en México, a través la construcción y mantenimiento de lealtad del consumidor, adaptándonos a sus preferencias y necesidades y promoviendo y continuando el desarrollo de nuestras ofertas de crédito al consumo. Además, planeamos continuar consolidando nuestras mejores prácticas que nos permitan seguir generando valor a través de un crecimiento rentable y sostenible para nuestros accionistas. Para alcanzar estos objetivos contemplamos seguir las siguientes estrategias clave.

Capitalizar oportunidades de crecimiento de mercado.

El mercado altamente fragmentado de venta al menudeo nos brinda una oportunidad significativa para expandir nuestra cadena de tiendas y restaurantes. De 2005 a 2012 crecimos el número de tiendas y restaurantes en 8.1%, aumentando en 31 tiendas y restaurantes a través de una combinación de apertura de nuevas sucursales, así como adquisiciones.

Dada nuestra acreditada capacidad e historial sólido durante la última década de alcanzar nuestra estrategia de crecimiento orgánico a través de adquisiciones de nuevos formatos, consideramos que podemos adquirir empresas minoristas, implementar exitosamente nuestro modelo operativo y generar

sinergias. Esperamos fortalecer nuestra posición en nuestros mercados existentes mediante la expansión de nuestra superficie de ventas (orgánicamente y a través de adquisiciones) y nuestro portafolio de productos y alcanzar las participaciones deseadas en nuevos mercados, expandiendo nuestra red de tiendas.

Continuamente analizamos el panorama geográfico y hemos identificado diversos mercados con características que consideramos como oportunidades atractivas para conseguir una participación de mercado así como para alcanzar una alta rentabilidad durante un periodo razonable. Basados en nuestro análisis del mercado y soportados por nuestro amplio equipo de profesionales con experiencia significativa en la apertura de nuevas tiendas, consideramos que tenemos la oportunidad de incrementar considerablemente nuestra superficie de ventas en México durante los próximos cinco años, mediante la apertura de un número considerable de tiendas y restaurantes. Además, planeamos expandir nuestro negocio estratégicamente fuera de México durante los siguientes años. Consideramos que nuestros singulares conceptos de formatos y nuestra capacidad de adaptarnos a diversos mercados tendrá un atractivo internacional significativo.

Aumentar el tráfico en tiendas y ventas.

Consideramos que tenemos una oportunidad importante para aumentar dicha participación mediante:

- La apertura de nuevas tiendas y restaurantes, así como la remodelación de las existentes con una distribución atractiva;
- Promoviendo la introducción de mercancía exclusiva, diversificando nuestros productos alimenticios en nuestros menús y manteniendo la calidad de la mercancía, alimentos y bebidas que ofrecemos a nuestros clientes;
- Desarrollando aun más nuestro portafolio de tarjetas de crédito mediante la introducción de nuevos productos y categorías, así como continuando con nuestros esfuerzos publicitarios, buscando el incremento del número de cuentas activas;
- Expandiendo y continuando el desarrollo de nuestra oferta de servicio técnico en nuestras tiendas; y
- Continuando nuestro enfoque de capacitación del personal de ventas que son nuestro primer punto de contacto con nuestros clientes y mejorando nuestra aproximación en mercadotecnia para optimizar la experiencia de compra de nuestros clientes.

Consideramos que el continuo mejoramiento de nuestra atención al cliente y mercadotecnia nos llevará a ser la opción predilecta de nuestros clientes en cada uno de nuestros formatos. En línea con nuestras expectativas, durante 2012 incrementamos nuestra presencia en el mercado e implementamos iniciativas para recompensar la lealtad del cliente, lo cual resultó en un incremento en el tráfico de clientes y en las ventas de las tiendas en las que medimos dicho tráfico. Continuaremos adaptándonos a nuestros clientes mediante estrategias dirigidas a incrementar el tráfico de clientes de manera eficiente y efectiva.

Mejoras y eficiencias operativas, tecnológicas y de atención al cliente.

Planeamos continuar mejorando nuestros márgenes de operación aprovechando nuestra infraestructura de bajo costo, sistemas de administración de inventarios e incrementando nuestra eficiencia operativa y expandiendo márgenes de utilidad. Creemos que mejorar continuamente y la logística de las mercancías en nuestros centros de distribución al concentrar la recepción y repartir las mercancías a nuestras tiendas y clientes nos permite verificar que los proveedores cumplen con la calidad y cantidad de productos que se les requieren, lograr ahorros importantes tanto en el costo de traslado como en el manejo de los productos, así como asegurarnos que las mercancías llegan a los destinos que hemos definido. Asimismo, la concentración, procesamiento y evaluación de la calidad de los alimentos que pasan y se procesan por los comisariatos permite hacer ahorros en el costo de las compras, evitar los desabastos, minimizar considerablemente el desperdicio, reaccionar rápidamente ante materias primas que no satisfacen nuestros estándares y mantener la misma imagen de calidad ante los clientes que visitan nuestros restaurantes. Específicamente creemos que nuestras iniciativas de

eficiencia eléctrica y el mayor uso de nuestros sitios de comercio electrónico nos permitirán mejorar nuestra infraestructura de bajo costo. Así mismo, contemplamos continuar mejorando la productividad de nuestra fuerza de venta mediante programas de capacitación más efectivos y sistemas de compensación atractivos, así como mejorar nuestros esfuerzos publicitarios para atraer nuevos clientes e incrementar nuestra participación de mercado. A través de técnicas de venta eficientes, sitios electrónicos bien diseñados e incrementando la demanda por productos de alta calidad en México, esperamos destacar y lograr que las transacciones promedio se incrementen con el tiempo. También planeamos continuar mejorando nuestros sistemas de informáticos, bases de datos y administración de relación con clientes, para fortalecer nuestra habilidad para anticipar la demanda y promover la innovación comercial. Adicionalmente, continuaremos nuestro compromiso de atención y satisfacción del cliente, ofreciendo una combinación de servicio personalizado, productos y servicios de alta calidad a precios competitivos y financiamiento al consumo atractivo. Nos hemos enfocado estratégicamente a desarrollar una posición de mercado sólida en las industrias de venta al menudeo y restaurantes, estando bien posicionados para aprovechar el incremento en ventas y rentabilidad en la medida en que esta categoría continúa demostrando tasas de crecimiento atractivas en México.

Mejorar la oferta de financiamiento al consumo

Contemplamos continuar mejorando la oferta de financiamiento al consumo a través de nuestras propias tarjetas de crédito. Consideramos que estas ofertas de financiamiento, no solo generan ingresos financieros a través de la administración efectiva del portafolio y tasas de morosidad históricamente bajas, sino incrementan nuestra base de clientes, fortalecen nuestra capacidad de vender productos adicionales y construyen lazos de confianza y lealtad con nuestros clientes. Además de acelerar el crecimiento futuro de nuestras tiendas y restaurantes, consideramos que nuestras ofertas de financiamiento se convertirán, cada vez más, en una fuente de crecimiento independiente mediante la expansión de nuestro portafolio de tarjetas de crédito y el desarrollo de nuevos productos y servicios de financiamiento. En la medida en que más clientes utilicen nuestras tarjetas de crédito y con el potencial lanzamiento de una tarjeta de crédito compartida, esperamos que nuestras Ventas Mismas-Tiendas se incrementen. Planeamos continuar expandiéndonos y mejorando nuestras ofertas de financiamiento apoyándonos en nuestra experiencia y conocimiento de financiamiento al consumo, así como en la lealtad de los clientes por adquirir más productos duraderos que bancarios.

Comportamiento de la Acción

El Pricing de la serie B1 de GSANBOR se dió el jueves 7 de febrero de 2013 e inició su cotización el viernes 8 de febrero abriendo en \$29.00 y cerrando ese día en \$28.46. Entre el 7 de febrero y el 25 de abril de 2013 el precio máximo observado ha sido de \$29.20 (11 de abril) y el mínimo ha sido de \$25.50 (20 de marzo). El 25 de abril GSANBORN B-1 cerró en \$28.31.



C) Factores de Riesgo

Una inversión en nuestras Acciones implica riesgos. El inversionista debe considerar cuidadosamente los riesgos que se describen más adelante, así como la información adicional contenida en este Reporte, antes de tomar la decisión de adquirir las Acciones objeto de la Oferta. Cualquiera de los riesgos que se describen a continuación puede afectar significativamente nuestras operaciones, la situación financiera o los resultados de las operaciones. En tales casos, el precio o la liquidez de nuestras Acciones pudiera reducirse y el inversionista podría perder parte o la totalidad de su inversión. Los riesgos que se describen a continuación son aquellos que actualmente consideramos pudieran afectarnos adversamente. Riesgos adicionales que actualmente desconocemos o no consideramos importantes, pudieran de igual manera afectar de forma adversa nuestros negocios.

Riesgos Relacionados con Nuestro Negocio

Capacidad Adquisitiva y Hábitos de Consumo

Estamos expuestos a eventos de carácter económico, político o social en México y otros países en los que operamos, que podrían afectar la confianza de los consumidores y sus hábitos de consumo. Entre otros factores, estamos expuestos a una variación positiva o negativa en los niveles de empleo y/o los salarios reales pueden afectar el ingreso per cápita de nuestros clientes y con ello, nuestro desempeño en las ventas. El comportamiento de las ventas de las tiendas departamentales que comercializan productos para la familia y el hogar, así como los restaurantes, está estrechamente relacionado con las variaciones en el poder adquisitivo de nuestros clientes, por lo que cambios importantes en la economía que afecten o beneficien el poder adquisitivo de las nuestros clientes, se reflejarían en nuestros ingresos. Adicionalmente, estamos expuestos a fluctuaciones en tasas de interés e inflación. La reducción en las tasas de interés puede resultar en la disminución de dichos ingresos, lo que afectaría el crecimiento de las utilidades. Por su parte, las fluctuaciones de tipo de cambio presionan las expectativas de inflación y la capacidad de compra de la población, lo que también puede afectar en forma adversa nuestras ventas.

Participamos en un mercado altamente competitivo en donde una mayor competencia podría afectar adversamente nuestro negocio.

El mercado en el que participamos es altamente competitivo, en especial, las industrias de tiendas departamentales y restauranteras, las cuales se caracterizan por una competencia intensa y una creciente presión sobre los márgenes de utilidad.

En cuanto al sector de tiendas departamentales el número y tipo de competidores, así como los niveles de competencia a los que se enfrenta una tienda en particular, varían de acuerdo a su ubicación. Entre los competidores de los restaurantes Sanborns se encuentran varias cadenas nacionales, regionales y locales, así como numerosos restaurantes locales operados por sus propietarios.

En ocasiones, enfrentamos presión de precios en los mercados en los que participamos como resultado de las prácticas promocionales de nuestros competidores. Como resultado de lo anterior, podríamos tener que ajustar nuestros precios para responder a las presiones competitivas y tratar de mantener nuestra participación de mercado. Dichas presiones podrían impedirnos incrementar precios como resultado de aumentos en los costos de nuestros insumos y otros costos o buscar otras eficiencias. Asimismo, nuestros competidores podrían incrementar su posición competitiva mediante la introducción de nuevos productos o productos similares que podrían sustituir el consumo de los productos que comercializamos. Si no somos capaces de mantener nuestra estructura de precios y mantener el ritmo respecto de las iniciativas de productos de nuestros competidores, nuestros resultados de operación y situación financiera se podrían ver afectados negativamente.

No tenemos la certeza de poder ser capaces de igualar las posibles reducciones en los precios como resultado de la presión de la competencia. Adicionalmente, una competencia mayor podría reducir nuestra participación de mercado o forzarnos a reducir los precios de nuestros productos o a incrementar los gastos de promoción, lo cual podría afectar nuestros resultados de operación.

La intensidad de competencia en las industrias restauranteras e inmobiliarias se agravan por su fragmentación.

La competencia en la industria restaurantera es muy intensa en cuanto a factores como precios, servicio, ubicación, concepto y calidad de los alimentos. También existe una fuerte competencia para obtener locales comerciales óptimos y personal capacitado.

Además, debido a la fragmentación de la industria, la intensidad competitiva del sector restaurantero varía considerablemente durante el año, ya que nuevas unidades de la competencia, a todos los niveles de consumo, son agregadas a la oferta del mercado. Esto resta capacidad de maniobra a los restaurantes establecidos, ya que la novedad tiende a atraer al consumidor. Consideramos que ninguna cadena o restaurante individual tiene una posición dominante y depende, en gran medida, de su área de influencia.

En el área de influencia de cada uno de los desarrollos inmobiliarios comerciales de la Compañía, existen otros centros y locales comerciales. El número de inmuebles competitivos ubicados en una zona determinada podría tener un efecto adverso sobre nuestra capacidad para arrendar locales dentro de sus centros comerciales y sobre el monto de las rentas que puede cobrar. La industria inmobiliaria comercial en México, está sumamente fragmentada y existen muchos inmuebles desarrollados por sus propios dueños y por grandes tiendas departamentales. Sin embargo, hay otras empresas mexicanas y extranjeras que podrían involucrarse en la adquisición y desarrollo de inmuebles en México durante los próximos años.

No podemos asegurar que nuestras operaciones no se verán afectadas en el futuro por mayor competencia nacional o internacional y no existe garantía alguna de que nuestras actividades, situación financiera y resultados de operación no se verán afectados en forma negativa por el crecimiento en la competencia que enfrenta.

Si no somos capaces de diferenciarnos positivamente de otras compañías de ventas al menudeo, nuestros resultados podrían verse adversamente afectados.

La venta al menudeo es altamente competitiva. En el pasado hemos sido capaces de competir exitosamente diferenciando la experiencia de compra de nuestros clientes, ofreciendo una atractiva propuesta a través de una cuidadosa combinación de precio, variedad de mercancía ofrecida, conveniencia en cuanto a horarios, ubicaciones y seguridad, servicio y esfuerzos de mercadeo y publicidad. Ningún factor competitivo es dominante y acciones de nuestros competidores en cualquiera de estos factores pudieran tener un efecto adverso en nuestras ventas, utilidades y costos.

Si no somos capaces de prever o reaccionar a los cambios en la demanda del consumidor o en la estrategia de precio de nuestros competidores, podríamos perder clientes y nuestras ventas podrían disminuir. Nuestra incapacidad de anticipar cambios en las preferencias del consumidor puede, también, resultar en una disminución en la demanda de los productos y servicios que ofrecemos.

Nuestro éxito depende en parte de nuestra capacidad de identificar y satisfacer las necesidades del consumidor, sus hábitos de consumo y patrones de gasto, así como de nuestra capacidad para anticiparnos y responder de manera oportuna a sus demandas y preferencias cambiantes respecto de nuevos productos. Los productos y servicios que ofrecemos están dirigidos a una amplia gama de consumidores cuyas preferencias no se pueden predecir con certeza y están sujetas a cambio. Si juzgamos mal, el mercado para los productos y servicios que ofrecemos o no reaccionamos de manera adecuada, nuestras ventas y resultados financieros pueden disminuir significativamente. En el caso de que nuestros competidores estén en mejores condiciones para anticiparse a las tendencias del mercado, podríamos perder clientes y nuestra participación de mercado podría disminuir, lo que tendría un efecto adverso en nuestras ventas y utilidades.

Por ejemplo, los avances tecnológicos de los últimos años o futuros podrían traer como consecuencia cambios en preferencias del consumidor, reemplazando la demanda de discos compactos, discos de video, de venta en nuestras tiendas por libros y música digitales.

Asimismo, dependemos en parte de nuestra capacidad de mejorar nuestro portafolio de productos ofrecidos mediante la adición de nuevos productos. La introducción de nuevos productos requiere inversión e iniciativas de comercialización, o su desarrollo conjunto con nuestros proveedores que, si los productos nuevos no satisfacen las preferencias de los consumidores, podría tener un retorno menor al esperado.

La competencia en precios podría afectar nuestros resultados.

En la medida en que la industria se consolida y más de nuestros competidores son capaces de beneficiarse de economías de escala para disminuir precios, continuamente enfrentamos presión para reducir nuestros precios. Nuestra estrategia de precios requiere que continuamente comparemos precios de mercado a nivel nacional, regional y local a efecto de ofrecer a nuestros clientes precios competitivos con la competencia. En caso de que nuestros procesos de comparación de precios se retrasen o sean equivocados, podemos no ser capaces de responder, o responder oportunamente, a los precios de nuestros competidores con el ajuste de precios correspondiente a nuestros productos, lo cual podría dañar nuestra posición competitiva y causar la pérdida de clientes, lo que tendría un efecto adverso en nuestras ventas y utilidades.

Niveles de Inventario

Debemos mantener niveles adecuados de inventario para operar exitosamente nuestro negocio. No obstante, estamos expuestos a interrupciones o retrasos de nuestros proveedores. Además, en caso que no anticipemos correctamente la demanda futura, el tiempo de obtención de nuevo inventario, o de su reaprovisionamiento, nuestros niveles de inventario pudieran no ser los óptimos y nuestro negocio podría verse afectado adversamente.

Factores relacionados con nuestra expansión, remodelación y crecimiento

Nuestras oportunidades de crecimiento, a través de fusiones, adquisiciones y coinversiones pueden verse afectadas por normatividad en materia de competencia económica, acceso a financiamiento y otros retos para la integración de adquisiciones significativas.

Podemos considerar llevar a cabo otras adquisiciones en el futuro. Nuestra capacidad para crecer a través de adquisiciones depende de nuestra capacidad de identificar, negociar, completar e integrar las adquisiciones adecuadas, de obtener el financiamiento requerido y obtener las aprobaciones regulatorias aplicables. Estos esfuerzos pueden ser costosos y consumir mucho tiempo, alterar nuestros negocios cotidianos y distraer a la administración.

Además, no podemos asegurar que la CFC o alguna otra autoridad en México o en cualquiera de los mercados en los que operamos, no condicione o limite en el futuro nuestro crecimiento mediante adquisiciones u obligue a suspender, corregir o suprimir algunas de nuestras prácticas comerciales o adquisiciones futuras, situaciones que, de presentarse, pudieran afectar de forma adversa nuestro negocio, situación financiera y resultados de operación. Si no somos capaces de integrar efectivamente cualquier negocio que adquiramos en el futuro, no obtenemos financiamiento en condiciones aceptables o favorables a la Compañía, o las aprobaciones regulatorias aplicables, nuestro negocio, condición financiera y resultados de operaciones pudiera negativamente afectados de forma sustancial.

Podríamos realizar adquisiciones estratégicas, las cuales pudieran tener un impacto adverso en nuestros negocios y en nuestra situación financiera.

En caso de realizar adquisiciones, no podemos asegurar que podremos completarlas exitosamente o que podremos integrar de manera exitosa los negocios adquiridos dentro de nuestras operaciones o mantener al personal clave o proveedores importantes. Las adquisiciones pudieran resultar en dificultades respecto a la asimilación de las empresas adquiridas, y en desviaciones de nuestro capital y de la atención de nuestra administración respecto de otros asuntos y oportunidades de negocio. Pudiéramos no ser capaces de integrar con éxito las operaciones que adquiramos, incluyendo su personal, sistemas de

tecnología informática, financieros, distribución, operaciones y procedimientos generales de operación. Si no logramos integrar las adquisiciones con éxito, nuestro negocio podría verse perjudicado. Además, la integración de cualquier empresa adquirida, y sus resultados financieros, puede afectar negativamente nuestros resultados operativos. Por otra parte, no podemos asegurar que podremos realizar las adquisiciones que, en su caso, pretendamos llevar a cabo.

Podemos no ser capaces de implementar una estrategia de crecimiento exitosamente o de administrar su crecimiento eficazmente.

Esperamos que una parte importante de nuestro crecimiento futuro se derive de la apertura de nuevas tiendas, restaurantes y centros comerciales, así como de la remodelación de las tiendas y restaurantes ya existentes. La implementación exitosa de nuestro programa de expansión implicará inversiones y gastos considerables antes de generar ingresos significativos y depende de una serie de factores, incluyendo nuestra capacidad para localizar y conseguir ubicaciones adecuadas de acuerdo a nuestro presupuesto, la contratación de proveedores que nos ayuden oportunamente a desarrollar tiendas y restaurantes, la contratación y capacitación de personal calificado, el nivel de competencia existente y futura, la disponibilidad de capital adicional, nuestra capacidad para implementar nuestros conceptos de ventas con éxito en nuevos mercados, así como de condiciones macroeconómicas favorables y condiciones propicias en los mercados financieros locales y extranjeros. No podemos asegurar que las tiendas o restaurantes futuros serán completamente funcionales o adecuadamente ubicados o que las operaciones futuras generarán ingresos y flujos de efectivo comparables con los generados por las operaciones existentes.

En el caso de que no seamos capaces de administrar e implementar eficazmente nuestra estrategia de crecimiento e inversión, dicha incapacidad podría tener un efecto adverso en nuestro negocio, situación financiera y resultados de operaciones.

Nuestra capacidad para llevar a cabo nuestros planes de crecimiento, expansión y remodelación, y obtener rendimientos sobre sus inversiones, dependen en gran medida de la situación de la economía nacional. Además, en el pasado la remodelación de tiendas ya existentes ha ocasionado una disminución en los ingresos de los locales en proceso de remodelación, especialmente durante períodos de recesión económica. Aún cuando actualmente somos propietarios de algunos de los locales incluidos en nuestro programa de expansión, nuestra capacidad para llevar a cabo nuestros planes de expansión dependerá en gran medida del costo y la disponibilidad de locales adecuados para el establecimientos de tiendas en forma puntual y dentro del presupuesto (misma que puede retrasarse debido a conflictos laborales, la obtención de permisos gubernamentales y las condiciones meteorológicas, entre otras cosas), nuestra capacidad para contratar y mantener gerentes y otros empleados competentes y nuestra capacidad para operar en forma rentable sus tiendas nuevas y remodeladas, lo cual se verá afectado por el nivel de competencia actual y futura dentro de las zonas donde se ubiquen las mismas y por la disponibilidad de capital adicional para financiar la expansión entre otros factores.

Podemos abrir nuevas tiendas tanto en mercados en los que ya realizamos operaciones, como en nuevos mercados en donde tenemos una experiencia operativa limitada. No existe garantía alguna en cuanto al grado de éxito que tendrán las tiendas que se establezcan en nuevas regiones o mercados. Además, no existe garantía alguna de que llevaremos a cabo total o parcialmente la expansión que deseamos y si lo hacemos, si podremos manejar exitosamente el incremento en la carga administrativa y la demanda derivada de dicha expansión. Cualquiera de los factores antes mencionados podría tener un efecto adverso en nuestras actividades, situación financiera y resultados de operación.

Riesgos relacionados con licencias y marcas

La terminación de ciertos contratos de licencia pudiere afectar nuestros negocios.

Somos parte de acuerdos y licencias, tanto exclusivas como no exclusivas, para uso de marca y diversos derechos ya sea para la apertura de tiendas o la comercialización de ciertos productos. A la fecha, dichos acuerdos incluyen, entre otros, las licencias celebradas con Sears Roebuck, y los propietarios de las marcas “*Pier 1*”, y “*Carlo Corinto*”, para el caso de Sears (nuestras tiendas Sears representaron más del 50% de nuestros ingresos consolidados al 31 de diciembre de 2012); así como el acuerdo de Operadora de Tiendas Internacionales con Saks & Company para (i) la utilización del nombre

Saks Fifth Avenue en tiendas departamentales; (ii) la venta en dichas tiendas departamentales de los materiales, productos y marcas registradas a nombre de Saks, Inc.; y (iii) la utilización para fines publicitarios de las marcas propiedad de Saks Inc., incluyendo todo tipo de medios electrónicos y digitales; y la licencia no exclusiva para vender productos de la marca Apple en México.

Consideramos que estos acuerdos y licencias representan un beneficio importante para nuestro negocio, aunque no podemos asegurar que las mismas continuarán ofreciéndonos los mismos beneficios. La terminación o el incumplimiento de alguna de las partes de dichos acuerdos o licencias podrían tener un impacto negativo en nuestras ventas, situación financiera y resultados de operación.

No existe seguridad de que algún acuerdo o licencia no se dé por concluido conforme a sus propios términos. Asimismo, no existe seguridad respecto a la formación de futuras alianzas estratégicas con socios actuales o potenciales y/o la obtención de licencias, que nos permitiesen desarrollar nuestras actividades.

Terceros podrían intentar apropiarse de nuestras marcas y nombres comerciales. La reputación de las marcas y otros derechos de propiedad industrial son clave para nuestro negocio.

Somos titulares y licenciarios de diversos nombres y marcas comerciales. Consideramos que los nombres, marcas comerciales y demás derechos de propiedad intelectual de los que somos titulares o tenemos derecho de utilización y/o explotación son importantes para continuar con nuestro éxito. Ver sección "Patentes, Marcas, Licencias y otros Contratos" de este Reporte. Pretendemos proteger dichos nombres y marcas comerciales ejerciendo nuestros derechos conforme a la legislación aplicable en materia de marcas y derechos de autor. A esta fecha, contamos con registros vigentes de nuestras más importantes marcas en México y otros países; sin embargo, no podemos garantizar que seamos capaces de proteger con éxito nuestras marcas y nombres comerciales.

Cualquier violación a nuestros derechos de propiedad intelectual o la negativa para otorgarnos el registro de dichos derechos en jurisdicciones extranjeras podría resultar en que tuviéramos que dedicar nuestro tiempo y recursos para proteger estos derechos a través de litigios o de cualquier forma, lo que podría ser costoso, o consumir tiempo. El no lograr proteger nuestros derechos de propiedad intelectual por cualquier razón, podría tener un resultado adverso en nuestras operaciones y condición financiera. Aún cuando pretendemos defender nuestros derechos de propiedad industrial, podríamos no ser capaces de hacerlo o su defensa podría hacernos incurrir en gastos significativos.

Mantener la reputación de nuestras marcas es esencial para que seamos capaces de atraer y mantener vendedores, consumidores y socios y es crucial para su éxito futuro. La incapacidad de mantener la reputación de nuestras marcas podría tener un impacto negativo en nuestro negocio, resultados de operación y situación financiera. Si no somos capaces, o damos la impresión de no ser capaces, de manejar situaciones que pudieran representar un riesgo a nuestra reputación, nuestro negocio podría verse afectado. Dichas situaciones incluyen, entre otras, el manejo de conflictos de interés potenciales, requisitos legales y regulatorios, condiciones de seguridad en nuestras operaciones, aspectos éticos, lavado de dinero, privacidad, mantenimiento de registros, prácticas de venta y comercialización y la identificación adecuada de riesgos legales, de reputación, crédito, liquidez y de mercado, inherentes a nuestros negocios.

Factores relativos a mercancía, suministro y servicios

Interrupciones en la cadena de suministro o incrementos en los precios de los insumos o de los costos de la cadena de proveeduría pudieran afectar adversamente nuestros resultados.

Dependemos de nuestros proveedores para proveernos mercancía de forma puntual y eficiente. En caso que un proveedor incumpla en sus entregas, ya sea por dificultades financieras u otras razones, podríamos experimentar desabastos que nos pudieran llevar a perder ventas. Adicionalmente, una parte importante de nuestra mercancía proviene del exterior. Inestabilidad política o financiera, restricciones al comercio, epidemias, capacidad y costo de transporte, seguridad portuaria y otros factores que pudieran

afectar las importaciones están fuera de nuestro control y pudieran afectar adversamente nuestra cadena de proveeduría y/o afectar adversamente nuestros resultados. Adicionalmente, cambios en los costos de los insumos de nuestros proveedores, así como en los costos relacionados al transporte y/o comercio pudieran tener un efecto adverso en nuestras utilidades y resultados.

Podemos no ser capaces de obtener proveeduría de mercancía de alta calidad y bajo costo.

Nuestro éxito futuro depende de nuestra capacidad para seleccionar y adquirir mercancía de calidad a precios atractivos. Históricamente hemos sido capaces de ubicar y comprar mercancía de calidad, pero tal mercancía puede no estar disponible en el futuro, o puede no estar disponible en las cantidades o precios necesarios de acuerdo a nuestros planes de expansión. Generalmente no dependemos de un solo proveedor o grupo de proveedores. Nuestro negocio y sus resultados de operación podrían verse afectados negativamente por interrupción de la disponibilidad de mercancía suficiente de alta calidad de bajo costo.

Fallas en nuestra capacidad de reaccionar ante temas de seguridad, salubridad e higiene pudieran afectar adversamente nuestras operaciones.

Si nuestra oferta de mercancía, incluyendo alimentos, productos farmacéuticos e infantiles no cumplen con los estándares legales aplicables o las expectativas de nuestros clientes respecto a salud, seguridad e higiene, pudiéramos experimentar perdidas en ventas e incrementos en costos; así como exponernos a riesgos legales y reputacionales. Todos nuestros proveedores deben cumplir con las disposiciones legales aplicables y dependemos de su cumplimiento a dichas normas para que los productos que ofrecemos cumplan con los estándares de salud, seguridad e higiene. Eventos que pudieran causar inquietudes, potenciales o percibidas, respecto a temas de salud, higiene o seguridad, incluyendo contaminación de alimentos o productos farmacéuticos, pudieran exponernos a contingencias administrativas, regulatorias o incluso de litigio. Adicionalmente, percepciones negativas de nuestros clientes respecto a la salud, seguridad o higiene, de la mercancía o servicios que ofrecemos, pudiera causar que nuestros clientes busquen alternativas para satisfacer sus necesidades, resultando en ventas perdidas. En dichas circunstancias, pudiera resultar costoso y difícil restablecer la confianza de nuestros clientes.

El aumento en el precio o escasez de las materias primas aumentaría el costo de ventas y tendría un efecto negativo sobre nuestros resultados de operación.

En especial en la industria restaurantera y de los productos alimenticios que ofrecemos como los chocolates, la carne, las tortillas, el pan, entre otros, los precios de los insumos son precios de mercado y dependemos de su disponibilidad, conforme a los estándares mínimos de calidad que requerimos.

El precio de la materia prima que utilizamos está influenciada por numerosos factores que no están bajo nuestro control, incluyendo pero sin limitar, factores estacionales, factores ambientales, y políticas gubernamentales respecto a la agricultura y medio ambiente.

Una interrupción, aumento de precio o escasez en el abastecimiento de materia prima, podría resultar en un incremento inesperado de los costos de producción, y podríamos no ser capaces de incrementar proporcionalmente nuestros precios para compensar estos incrementos de costos y, por lo tanto, podríamos sufrir una reducción en nuestros márgenes de utilidad.

Irrupciones en nuestros centros de distribución podrían causar un efecto adverso a la Compañía.

Actualmente contamos con cinco centros de recepción y distribución de mercancía para nuestras tiendas, dos en la Ciudad de México, uno en Tijuana, Baja California, uno en Monterrey, Nuevo León, y uno en Mérida, Yucatán. Además contamos con tres comisariatos en la Ciudad de México, Tlalnepantla, Estado de México y Guadalajara, Jalisco. En caso que alguno de los centros de producción y/o distribución, o todos, interrumpieran su operación, lo cual podría suceder por razones ajenas a nosotros, tales como desastres naturales, fallas tecnológicas, de suministro de energía, huelgas, entre otros, la entrega de nuestra mercancía a los almacenes podría verse afectada, lo cual, a su vez, podría afectar adversamente nuestras operaciones y resultados.

Factores relacionados con sistemas informáticos

Cualquier interrupción significativa de nuestros sistemas informáticos en la cadena de suministro o en la red de distribución podría afectar negativamente nuestras operaciones.

Dependemos de múltiples sistemas de información hechos a la medida para operar nuestros negocios, incluyendo operaciones de procesamiento, respuesta a las consultas de los clientes, administración de inventario, administración del crédito, compra, venta y mantenimiento de operaciones eficientes desde un punto de vista de costos. Podríamos experimentar problemas en la operación de nuestros sistemas de información como resultado de fallas en los mismos, virus informáticos, "hackers" o por otras causas. Cualquier interrupción significativa o desaceleración de nuestros sistemas puede provocar que la información se pierda o demore, lo que podría resultar en retrasos en la entrega de la mercancía, y en última instancia, podría causar que nuestras ventas disminuyan, especialmente si la interrupción o la desaceleración ocurre durante temporadas de venta altas. Adicionalmente, cualquier interrupción importante o lentitud de nuestros sistemas de software podría alterar nuestra red de distribución, lo cual afectaría negativamente las órdenes, producción, inventario, transporte y entrega de nuestros productos a nuestros puntos finales de venta. Dicha alteración tendría un efecto adverso en nuestro negocio, condición financiera y resultados de operación.

Fallas en la protección de información de nuestros clientes y proveedores pudieran causar un daño reputacional, costos adicionales importantes o exponernos a litigios y sanciones.

Como la mayoría de los vendedores por menudeo, recibimos cierta información personal de nuestros clientes y proveedores. Adicionalmente, usando nuestras tarjetas de crédito a través de nuestros portales de internet dependen de la transmisión segura de información confidencial a través de redes públicas, incluyendo información que permita la realización de pagos electrónicos. Mantenemos medidas de seguridad respecto a dicha información, no obstante pudiéramos ser vulnerables a fallas de seguridad por "hackers", virus, y otros que intenten penetrar nuestras medidas de seguridad. Si nuestros sistemas de seguridad llegaren a verse comprometidos de manera tal que terceros no autorizados pudiesen tener acceso a información personal y confidencial de nuestros clientes y/o proveedores, nuestra reputación pudiera verse afectada; así como nuestras operaciones, resultados. Asimismo, pudiéramos resultar expuestos a litigios y/o la imposición de sanciones. Adicionalmente, una falla de seguridad pudiera requerir que gastemos una cantidad importante de recursos y pudiera resultar en una interrupción en nuestras operaciones, particularmente las realizadas a través de internet.

La Compañía está involucrada en diversos litigios

La Compañía y/o algunas de sus subsidiarias están involucradas en litigios que, aunque se considera que son del curso ordinario de los negocios, de llegar a resolverse todos o su mayoría en sentido desfavorable podrían tener un efecto adverso en sus actividades, sus resultados de operación, su situación financiera y sus proyectos. Para una descripción de los litigios más importantes de los que es parte la Compañía, ver la sección "*Descripción del Negocio- Procesos Legales*" de este Informe y la nota 25 de los Estados Financieros Dictaminados.

Factores relacionados con recursos humanos.

Nuestra incapacidad para mantener relaciones favorables con sindicatos podría tener un efecto adverso en nuestra situación financiera.

La mayoría de nuestros trabajadores son sindicalizados. Hasta la fecha del presente Prospecto, hemos mantenido buenas relaciones con nuestros sindicatos y aún cuando consideramos que continuarán siendo buenas, podrían surgir disputas laborales. Dichas disputas podrían resultar en huelgas u otros conflictos laborales que podrían incrementar nuestros costos de operación, lo cual podría dañar las relaciones con los clientes y afectar adversamente nuestro negocio y resultados de operación.

Un aumento en el costo de mano de obra podría tener un efecto adverso en el resultado de nuestras operaciones.

Si los costos de mano de obra aumentan, los resultados de nuestras operaciones podrían verse negativa y significativamente afectados. Una menor disponibilidad de mano de obra, presiones inflacionarias o cambios legislativos podrían incrementar nuestros costos laborales, lo cual tendría un efecto significativo adverso en nuestra situación financiera y resultados de operación.

Nuestros costos laborales incluyen las prestaciones otorgadas a nuestros empleados. Otorgamos diversos planes de compensación a nuestros colaboradores en México y el resto de los países donde operamos, incluyendo pensiones, salud, retiro y otros beneficios. Asimismo, participamos en ciertos planes de pensiones. El costo anual de dichas prestaciones puede variar significativamente cada año y es afectado de manera importante por diversos factores, tales como cambios en las tasas de retorno actuales o esperadas en los activos objeto de dichos planes, cambios en la tasa ponderada promedio de descuento utilizada para calcular obligaciones, la tasa de inflación de los servicios de salud y el resultado de la negociación de los contratos colectivos, especialmente debido a que éstos deben ser revisados anualmente en lo que concierne a los salarios y cada 2 años respecto de otras condiciones laborales.

El 30 de noviembre de 2012, la Ley Federal del Trabajo fue reformada por el Congreso de la Unión. Actualmente estamos analizando el impacto, si lo hubiere, que esta reforma tendrá en nuestras operaciones. No podemos asegurar que esta reforma no resultará en un incremento de costos laborales o en la modificación de las condiciones laborales, lo cual podría tener un efecto adverso en nuestra situación financiera y resultados de operación.

Nuestro éxito depende en parte de nuestra capacidad de retener cierto personal clave, nuestra capacidad de contratar personal clave adicional y el mantenimiento de buenas relaciones laborales.

Nuestro éxito y estrategia de negocio depende en gran medida de nuestros ejecutivos y colaboradores clave. En particular, nuestros funcionarios de primer nivel tienen experiencia considerable y conocimiento de la industria, y la pérdida de cualquiera de ellos, o nuestra incapacidad para atraer y retener suficientes funcionarios calificados adicionales, podría afectar negativamente nuestra capacidad para implementar nuestra estrategia de negocios.

Nuestro éxito futuro también depende de nuestra capacidad continua para identificar, contratar, capacitar y conservar personal calificado de ventas, mercadotecnia y administración, entre otros. La competencia por dicho personal calificado es intensa. Nuestros negocios podrían verse afectados negativamente si no podemos atraer el personal necesario.

Factores relacionados con financiamiento

Podríamos no ser capaces de obtener los recursos necesarios para financiar nuestras necesidades de capital de trabajo o erogaciones de capital o implementar nuestra estrategia de crecimiento.

Dependemos de la disponibilidad de financiamiento para nuestras necesidades de capital de trabajo y la implementación de nuestra estrategia de crecimiento. Las líneas de crédito que tenemos contratadas con algunos bancos mexicanos y extranjeros nos han permitido financiar nuestra estrategia de crecimiento hasta la fecha. Para implementar nuestros planes de expansión y modernización, pudiéramos requerir recursos adicionales. Además de los recursos provenientes de esta Oferta Global, pretendemos apoyarnos en el efectivo generado internamente por nuestras operaciones, y si es necesario, contrataremos deuda bancaria y emitiremos valores en los mercados nacionales e internacionales. No podemos asegurar que seremos capaces de generar flujos de efectivo suficientes de las operaciones o de obtener financiamientos en condiciones favorables, o de cualquier otra manera. Del mismo modo, no podemos asegurar que seremos capaces de continuar obteniendo financiamiento de fuentes pre-existentes, o de otras fuentes, o en condiciones comparables a nuestros financiamientos existentes. Además, la crisis crediticia global y el entorno recesivo han restringido la disponibilidad de crédito, lo cual pudiera afectar, nuestra capacidad de obtener financiamiento en condiciones atractivas para nosotros, o en cualesquier condiciones en el futuro. Si no somos capaces de continuar obteniendo financiamiento en condiciones favorables, podríamos enfrentar mayores costos financieros o ser

incapaces de instrumentar nuestra estrategia de crecimiento según lo previsto, lo que afectaría adversamente nuestro negocio, condición financiera y resultados de operación.

Podríamos incurrir en deuda adicional en el futuro que podría afectar nuestra situación financiera y nuestra capacidad para generar suficiente efectivo para satisfacer sus obligaciones de pago.

En el futuro, podríamos incurrir en deuda adicional que podría tener los siguientes efectos:

- 1) limitar nuestra capacidad para pagar nuestras deudas;
- 2) incrementar nuestra vulnerabilidad a condiciones económicas y de la industria en general;
- 3) requerir que dediquemos una parte importante de nuestro flujo de efectivo al pago de deuda, lo cual puede ponernos en desventaja respecto de otros competidores con menos deuda;
- 4) limitar nuestra flexibilidad para planear o reaccionar ante cambios en su negocio y la industria;
- 5) afectar nuestra capacidad para aprovechar oportunidades para adquirir otros negocios o para implementar planes de expansión;
- 6) limitar el efectivo disponible para pago de dividendos;
- 7) limitar nuestra capacidad para obtener financiamientos adicionales;
- 8) limitar nuestra capacidad para otorgar garantías; e
- 9) incrementar el costo de los financiamientos adicionales.

Factores relacionados con cambios regulatorios

Cambios a las disposiciones legales aplicables pudieren afectar nuestras operaciones.

Estamos sujetos a las leyes aplicables en cada uno de los mercados e industrias en los que operamos. Las áreas principales en las que estamos sujetos a la legislación aplicable son: salud, medio ambiente, materia laboral, fiscal, protección al consumidor, y de competencia económica.

La industria restaurantera está sujeta a regulación gubernamental en relación con la venta de alimentos y bebidas alcohólicas, así como a disposiciones en materia sanitaria y de salubridad; y tanto las actividades de venta al menudeo como las operaciones restauranteras están sujetas a reglamentos en materia de prevención de incendios, construcción y uso de suelo, los cuales afectan sus costos de operación. Los costos de operación de los restaurantes y las tiendas también están sujetos a distintas medidas gubernamentales que se encuentran fuera del control de la Compañía, tales como los incrementos en el salario mínimo, las cuotas al seguro social y otras prestaciones laborales. Las operaciones inmobiliarias están sujetas a reglamentos en materia ambiental, de construcción y de uso de suelo, así como a autorizaciones gubernamentales de distintos tipos que afectan la adquisición de terrenos, las actividades de desarrollo y construcción, y los tratos con ciertos clientes. Los costos relacionados con la obtención de permisos de construcción, el pago de cuotas y derechos de

construcción, la obtención de derechos de uso de servicios públicos y la escrituración de bienes inmuebles, varían significativamente de un estado a otro.

Los cambios en las circunstancias locales o en las leyes o reglamentos aplicables pueden hacer necesaria la modificación de las autorizaciones o exigir cambios en los procesos y procedimientos de la Compañía para cumplir con dichas disposiciones, o pueden obligarla a obtener autorizaciones adicionales o, en general, autorizaciones para operar que no se contemplan en este momento.

Cualquiera de los factores antes descritos podría tener un efecto adverso en las actividades, la situación financiera y los resultados de operación de la Compañía. Actualmente cumplimos con estos estándares; sin embargo, no podemos asegurar que estaremos en posibilidad de cumplir en un futuro con dichos estándares en caso de que cambien y se vuelvan más estrictos. Cambios adicionales en las actuales regulaciones podrían resultar en un incremento en los costos de cumplimiento de dichas obligaciones, un incremento en los costos o un aumento en los precios de nuestros productos, lo cual podría tener un efecto adverso sobre nuestros resultados de operación futuros o sobre nuestra situación financiera.

Los países en los que operamos podrían adoptar nuevas leyes sobre impuestos o modificar las existentes para incrementar impuestos aplicables a su negocio.

Nuestra operación está sujeta a diversos impuestos en la mayoría de los países en los que operamos. No podemos garantizar que alguna de las autoridades gubernamentales en los países donde operamos no impondrá nuevos impuestos o aumentará en un futuro los impuestos existentes. La imposición de nuevos impuestos o aumentos en los impuestos existentes podrían tener un efecto adverso relevante en nuestro negocio, condición financiera, proyecciones y resultados de operación.

Cambios en la legislación relativa a los consumidores podría afectar el desempeño financiero de la Compañía.

Las operaciones de financiamiento de la Compañía están reguladas por leyes de protección al consumidor. La Ley Federal de Protección al Consumidor no establece límites a las tasas de interés que puede cobrar la Compañía y tampoco establece la obligación de revelar la tasa de interés implícita en una venta a crédito. El Gobierno de México podría imponer restricciones o límites al respecto, o podría solicitar información adicional al respecto con relación a las tasas de interés de nuestras ventas a crédito.

El 30 de agosto de 2011, se publicó en el Diario Oficial de la Federación el Decreto por el que se reforman y adicionan el Código Federal de Procedimientos Civiles, el Código Civil Federal, la Ley Federal de Competencia Económica, la Ley Federal de Protección al Consumidor, la Ley Orgánica del Poder Judicial de la Federación, la Ley General del Equilibrio Ecológico y la Protección al Ambiente y la Ley de Protección y Defensa al Usuario de Servicios Financieros. Mediante dicho decreto se establecen las materias de aplicación, los procedimientos judiciales y los mecanismos de reparación del daño tratándose de acciones colectivas, que no existían en México. A la fecha, la Compañía no ha sido sujeto de dichas acciones colectivas y no existen aún suficientes precedentes judiciales para asegurar los efectos que la introducción de dicha figura jurídica pudiera tener sobre nosotros, incluyendo nuestras operaciones y resultados.

Límites en el comercio exterior en México podrían afectar nuestro negocio.

Límites al comercio exterior en México podrían afectar nuestras operaciones. México es una de las economías más grandes del mundo y tiene relaciones comerciales prácticamente con todas las naciones del mundo. La red de tratados de libre comercio de México es una de las más importantes del mundo. Sin embargo, conforme a las leyes mexicanas y los tratados comerciales aplicables, México puede imponer restricciones comerciales por una diversidad de razones, ya sea con medidas arancelarias o no arancelarias, restringiendo, limitando o prohibiendo el comercio internacional de mercancías. Dichas medidas afectarían nuestras operaciones dado que importamos un porcentaje considerable de nuestros insumos y mercancía.

Cambios en la normatividad en materia de salud, higiene y materia ambiental podrían impactar negativamente nuestro negocio.

Nuestras operaciones en México están sujetas a diversas leyes, reglas, reglamentos, normas oficiales de higiene y normatividad de calidad, así como a la supervisión de diversas autoridades, tales como la Secretaría de Salud, la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación, Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios, la Procuraduría Federal del Consumidor y la Secretaría de Economía, en relación con la producción, empaque, almacenamiento, distribución y publicidad de nuestros productos alimenticios.

Si estuviéremos obligados a cumplir con cambios significativos en la normatividad en materia de salud en cualquiera de los países en los que operamos, podríamos estar sujetos a incrementos significativos en costos de operación y a implementar medidas que podrían generar interrupciones en nuestras operaciones. Un incremento en la regulación de la industria alimenticia, incluyendo las propuestas para mejorar la seguridad de los alimentos, la imposición de requisitos relacionados con la salud o la regulación de ingredientes importados, podría afectar nuestros costos, rentabilidad y utilidades netas.

Adicionalmente, nuestro negocio está sujeto a regulación ambiental tanto en México como en los demás países en los que operamos, mismas que cambian constantemente. Nueva legislación en cualquiera de ambos países puede significar un aumento en inversión y gastos en equipo que podrían afectar el resultado de nuestras operaciones.

Otros Riesgos relacionados a nuestra operación

Exposición a Riesgos Derivados del Otorgamiento de Créditos al Consumo

Históricamente, las operaciones de otorgamiento de crédito a nuestros consumidores han contribuido en forma significativa a las ventas netas de Sears México y actualmente esta última está realizando esfuerzos en materia de mercadotecnia para ampliar estas operaciones. Por lo anterior, Sears México está asumiendo un mayor nivel de exposición a los riesgos derivados de las tarjetas de crédito. No existe garantía alguna de que la cartera de tarjetas de crédito de Sears México no se deteriorará debido a dicha exposición. Sears México tiene flexibilidad para cargar a sus tarjetahabientes tasas de interés del mercado. No existe garantía alguna de que en el futuro no se impondrán restricciones a las tasas de interés sobre las tarjetas de crédito. (Ver "Información Financiera por Línea de Negocio, Zona Geográfica y Ventas de Exportación").

Aún si nuestro índice de morosidad ha sido históricamente bajo, no podemos asegurar que éste no incremente por causas fuera de nuestro control y que podamos sufrir pérdidas como consecuencia del incumplimiento de pago de nuestros clientes. Debido a que nuestras ventas son al menudeo, al público en general, no tenemos concentración de riesgos en un cliente o grupo de clientes. Contamos con un sistema de administración de riesgos para la cartera de créditos que incluye análisis en su originación, la identificación temprana de potenciales cambios en la capacidad de pago, toma de acciones correctivas oportunas y determinación de pérdidas actuales y potenciales. No obstante, no podemos asegurar que nuestros sistemas produzcan todos los beneficios esperados, que los índices de morosidad no se incrementen, o que no nos veremos afectados por ciertos riesgos que desconocemos o que actualmente no consideramos significativos.

Riesgos relativos a posible sobre demanda o sobreoferta

La posibilidad de sobreoferta en el mercado de tiendas departamentales en México es un riesgo que se presenta debido a que varias cadenas departamentales podrían abrir simultáneamente almacenes en una misma plaza, o inclusive la apertura de más tiendas de nuestra propiedad podría afectar adversamente las ventas de otras de nuestra cadena debido a su cercanía, dando como resultado un proceso conocido en el medio como de "canibalización". En el caso de que se presentara un riesgo de

sobre demanda, esto podría implicar un posible desbaste en mercancía de origen nacional, lo cual podría afectar adversamente nuestros resultados.

Las fluctuaciones cambiarias pueden afectar nuestras operaciones

Al 31 de diciembre de 2012, el 0.5% de nuestra deuda estaba denominada en Dólares. Adicionalmente, en el futuro la Compañía podría contratar deuda adicional en moneda extranjera. La devaluación del peso frente a otras monedas incrementa el costo en pesos de los intereses pagados y del capital sobre esta deuda, lo que le ocasiona una pérdida cambiaria. Debido a que prácticamente todos nuestros ingresos están denominados en Pesos, el incremento antes mencionado se contrarrestará sólo en una medida reducida con el aumento en ingresos derivado del cambio de divisas.

Una porción significativa de nuestro negocio está concentrada geográficamente, y las condiciones o eventos adversos en dichas regiones podrían afectarnos negativamente.

Aunque nuestras operaciones y activos principales se concentran en su mayoría en México, un porcentaje importante de nuestras inversiones y operaciones se ubica en la Ciudad de México y sus alrededores. Los desastres naturales, como terremotos, incendios, inundaciones, cortos de energía y huracanes, condiciones económicas adversas o el aumento en la competencia en estas zonas podría tener efectos adversos sobre nuestra situación financiera y los resultados de nuestras operaciones. Amenazas de salud pública y otras enfermedades altamente transmisibles afectan los patrones de los viajeros, turistas y compradores, lo cual podría afectar nuestras operaciones en los mercados donde participamos.

Tenemos operaciones importantes con afiliadas o partes relacionadas, las cuales podrían generar conflictos de interés potenciales y podrían resultar en términos menos favorables para nosotros.

En el curso normal de nuestras operaciones, participamos en operaciones con afiliadas o relacionadas. Dichas operaciones podrían crear conflictos de interés potenciales que podrían resultar en términos menos favorables para nosotros de los que podrían obtenerse de un tercero no afiliado. Para mayor información sobre operaciones con partes relacionadas, ver la sección "Operaciones con personas relacionadas".

Nuestros resultados de operación y Ventas Mismas-Tiendas varían y pudieran no ser indicadores representativos de desempeño futuro.

Nuestras ventas netas y resultados de operación varían significativamente, no podemos asegurar que nuestras Ventas Mismas-Tiendas continuarán aumentando a las tasas que lo han hecho en el pasado. Además, nuestras Ventas Mismas-Tiendas pudieran disminuir. Los cambios en nuestras Ventas Mismas-Tiendas pudieran afectar nuestros resultados de operación y el precio de nuestras Acciones. Históricamente diversos factores han afectado y continuarán afectando nuestras Ventas Mismas-Tiendas, incluyendo:

- la competencia;
- la apertura de nuevas tiendas;
- las condiciones económicas generales regionales y nacionales;
- las tendencias y preferencias de consumo;
- los cambios en otros negocios cercanos a nuestras ubicaciones;
- la introducción de nuevos productos y cambios en nuestra portafolio de productos;
- la oportunidad y efectividad de nuestras promociones; y
- el clima.

Nuestro negocio es estacional y nuestra capacidad para ajustarnos a la estacionalidad o eventos que afecten nuestras temporadas "altas" pudiesen causar un efecto adverso en nuestro negocio.

Algunos de nuestros ingresos y actividades muestran fluctuaciones estacionales, resultando en flujos de efectivo dispares a lo largo del año y requerimientos de capital de trabajo, también dispares.

Nuestras operaciones son de carácter estacional, debido al incremento en el nivel de gasto de los consumidores durante la época navideña y durante otras épocas de compra de regalos y promociones genéricas como “El Buen Fin”, que es un fin de semana a finales de noviembre en los que diversos establecimientos comerciales otorgan descuentos para fomentar el consumo en México. Nuestras ventas durante el cuarto trimestre de 2011 y 2012, representaron 32.7% y 32.2, respectivamente, de nuestras ventas totales para dichos años. En vista de lo anterior, los requerimientos de capital de trabajo e ingresos por ventas, varían substancialmente a lo largo del año. Cualquier cambio adverso en la economía nacional que coincida con la época de compras, podría tener un efecto adverso en las actividades, la situación financiera y nuestros resultados de operación.

Además, la estacionalidad requiere que realicemos ajustes en anticipación a las variaciones en la demanda de nuestros productos, cambiemos la mezcla de los mismos y aumentemos descuentos y promociones de nuestros productos, a fin de atraer más consumidores que de otra forma comprarían productos de nuestros competidores. Estos factores pueden ocasionar una disminución en nuestros márgenes de operación a pesar del incremento en nuestras ventas. No podemos asegurar que podamos continuar administrando nuestro negocio estacional exitosamente o que nuestros márgenes de operación aumentarán de manera proporcional al incremento de ventas, si lo hubiere.

Pandemias y Emergencias Sanitarias pueden afectar adversamente nuestras operaciones y resultados.

En México y en otros países, se han experimentado, y se podrían experimentar en el futuro, brotes de virus como: “SARS”, “H1N1”, “gripe porcina”, “gripe aviar”, o cualquier otra epidemia de origen bovino, o relacionado con alimentos de origen animal, que podrían afectar la disponibilidad de algunos alimentos u ocasionar que nuestros invitados consuman menos de estos productos. Cualquier brote de alguna epidemia o pandemia tiene riesgos importantes en la industria restaurantera y de venta al menudeo, ya que por disposiciones gubernamentales se puede ordenar el cierre parcial o total de nuestras unidades. El brote de alguna pandemia no sólo tiene efectos en el cierre temporal de nuestras unidades, sino en la contracción de la afluencia de turistas a nuestro país.

Recientemente comenzamos a preparar nuestros estados financieros de conformidad con IFRS y, como resultado, cierta información financiera pudiera no ser comparable fácilmente de periodo a periodo.

El 1 de enero de 2012 comenzamos a preparar nuestros estados financieros, tradicionalmente preparados conforme a NIFs, de conformidad con IFRS. Antes del año concluido el 31 de diciembre de 2011, preparamos nuestros estados financieros de acuerdo con NIFs. Como resultado, nuestra información financiera para los años terminados el 31 de diciembre de 2009, 2010 y 2011 que se incluye en este Prospecto proviene de nuestros Estados Financieros Auditados de conformidad con NIFs. Nuestra información financiera para los nueve meses concluidos el 30 de septiembre de 2011 y 2012 que se incluye en este Prospecto deriva de nuestros Estados Financieros Intermedios de conformidad con IFRS. Dado que las IFRS difiere significativamente en ciertos aspectos de las NIFs, nuestra información financiera presentada en este Prospecto conforme a NIFs no es comparable directamente con nuestra información financiera presentada conforme a IFRS. La falta de comparabilidad de nuestra información financiera puede hacer difícil entender completa y correctamente nuestras operaciones y situación financiera.

Factores adicionales específicamente relacionados a la industria restaurantera

La operación de restaurantes está sujeta, en adición de los riesgos generales de nuestro negocio, a ciertos riesgos específicos.

En adición a los riesgos que afectan a nuestro negocio en general, la industria restaurantera está sujeta a riesgos como los cambios en los gustos del consumidor y a las condiciones económicas, las tendencias demográficas y los flujos de tráfico local, así como al tipo, el número y la ubicación de los

restaurantes de la competencia. Los restaurantes Sanborns pueden verse afectados por la publicidad sobre la calidad de los alimentos, enfermedades, lesiones u otras cuestiones de salubridad en uno o varios restaurantes. El depender de sus proveedores para obtener abastos de vegetales y carnes frescas también hace susceptible a los restaurantes, incluyendo a los de la Compañía, al riesgo de que la escasez o las interrupciones en dicho abasto debido a condiciones climatológicas u otros factores adversos, pueden afectar la disponibilidad, la calidad o el costo de los ingredientes que utilizan. Además, los factores tales como el incremento en los costos de la mano de obra y los alimentos, así como la disponibilidad de personal gerencial calificado, también pueden tener un efecto adverso en la industria restaurantera en general y en los restaurantes de la Compañía en particular. Cualquier cambio adverso en alguno de los factores antes mencionados podría tener un efecto negativo en las actividades, la situación financiera y nuestros resultados de operación.

La industria restaurantera es afectada por litigios y publicidad relacionada a la calidad de la comida, salud y otros temas que pudieran causar una pérdida de clientes y contingencias.

Preocupaciones sanitarias, incluyendo publicidad negativa relacionada a enfermedades relacionadas con alimentos, aún si no está dirigida o relacionada directamente a nuestros restaurantes, pudieran causar que nuestros clientes eviten los restaurantes en general, lo cual pudiera tener un impacto negativo en nuestras ventas. Asimismo, pudiéramos ser sujeto de quejas o litigios de clientes bajo alegatos de enfermedades relacionadas con alimentos, así como de daños sufridos en nuestras instalaciones u otros. Reclamaciones pudieran derivar en decisiones contrarias a nosotros que pudieran tener un efecto adverso en nuestros negocios y, aún de no resultar en decisiones judiciales o administrativas negativas causarnos un daño reputacional que pudiere, a su vez, afectar adversamente nuestros resultados y operaciones.

Nuestra rentabilidad en el sector restaurantero depende en gran medida de costos de insumos, alimentos, bebidas que están fuera de nuestro control.

Nuestra rentabilidad depende en el sector de restaurantes, en gran medida de nuestra capacidad para anticipar y reaccionar ante cambios en los costos de insumos, alimentos y bebidas. Diversos factores fuera de nuestro control, incluyendo cambios climáticos y regulaciones gubernamentales pudieran afectar los costos de alimentos y bebidas. Específicamente, nuestra dependencia en la frecuente entrega de carne, pollo, pescado, frutas y verduras frescas nos sujeta a riesgos de posibles desabastos o interrupciones en la proveeduría causados por condiciones climáticas adversas u otras que pudieran afectar la disponibilidad de dichos productos. No podemos asegurar que podamos anticipar o reaccionar ante desabastos o incrementos en costos en el futuro de todos y/o cualquiera de dichos insumos, alimentos y bebidas. Nuestra incapacidad de anticipación y/o reacción oportuna pudieran afectar adversamente nuestro negocio y resultados.

Los riesgos y la responsabilidad sanitaria en relación con la industria alimenticia podrían afectar nuestro negocio, situación financiera y resultados de operación.

A través de nuestros restaurantes, estamos expuestos a riesgos que afectan a la industria alimenticia en general, incluyendo riesgos de contaminación, preocupaciones sobre asuntos nutricionales y de salud e ingredientes modificados genéticamente, demandas por responsabilidad civil, alteración de sus productos por terceros, el costo y disponibilidad de seguros contra responsabilidad civil y la interrupción del negocio por la recolección forzada de productos. Podríamos ser parte de demandas y procedimientos legales si se reclama que el consumo de cualquiera de nuestros productos causa daño o enfermedad. Cualquiera de estos riesgos, sean verdad o rumor, incluyendo publicidad negativa de dichos riesgos, concerniendo a nuestros productos o a los de nuestros competidores, podría causar la desconfianza de los consumidores en la seguridad y calidad de dichos productos, lo cual podría reducir el consumo de los productos de dicha categoría, afectando adversamente nuestra situación financiera, liquidez y resultados de operación.

Mantenemos sistemas diseñados para monitorear los riesgos de seguridad en nuestros productos durante todas las etapas del proceso de producción. Sin embargo, dichos sistemas así como sus políticas podrían no ser eficaces para mitigar dichos riesgos. Cualquier contaminación de nuestros productos podría tener un efecto significativo adverso en nuestra situación financiera, liquidez y resultados de operación.

Factores Adicionales específicamente relacionados al Sector Inmobiliario

Dependencia de locales.

La Compañía arrienda los locales en los que realiza sus operaciones. La estrategia de la Compañía depende de su capacidad para encontrar locales que cuenten con ciertas características idóneas para ubicar sus establecimientos, principalmente en cuestión de superficie, ubicación y condiciones contractuales. La Compañía invierte los recursos humanos y materiales necesarios para encontrar dichos locales y lo hace de manera coordinada con las áreas correspondientes. No obstante lo anterior, en caso de que la Compañía no encontrara y rentara inmuebles idóneos para ubicar sus establecimientos, su nivel de ventas podría verse afectado, lo cual se reflejaría en sus resultados de operación. Un riesgo adicional es que al vencimiento de los contratos de arrendamientos de locales, de no renovarse, la Compañía podría tener un riesgo para mantener la adecuada ubicación de los mismos.

Riesgos relacionados con el desarrollo de inmuebles.

Pretendemos continuar desarrollando y construyendo inmuebles comerciales en forma selectiva, tanto para uso de sus propias tiendas como para sus operaciones con centros comerciales. Existen diversos riesgos en el sector inmobiliario entre ellos: de que los costos de construcción de ciertos proyectos excedan los presupuestos originales, que se presente un incremento en los costos de construcción y que el servicio de la deuda se incremente, entre otros riesgos. La construcción y el desarrollo de inmuebles también están sujetos a riesgos tales como la imposibilidad o demora para obtener todos los permisos y autorizaciones gubernamentales de uso de suelo, ocupación y construcción, entre otros.

Riesgos relacionados con los centros comerciales.

Diversos factores afectan el desarrollo, administración y rentabilidad de los centros comerciales, algunos de los cuales están fuera de nuestro control. Muchas de nuestras tiendas y restaurantes están ubicadas en centros comerciales y, en consecuencia, una porción significativa de nuestros ingresos es sensible a factores que afectan a los centros comerciales. Estos factores incluyen:

- la accesibilidad y popularidad del área donde se ubican;
- el flujo de gente y el nivel de ventas del centro comercial;
- el incremento en la competencia de otros centros comerciales que pudieran llevarnos a una disminución de precios y utilidades;
- la necesidad de adaptaciones y reparaciones periódicas, el incremento de costos involucrado y la capacidad del arrendador de brindar mantenimiento y seguros adecuados; y
- los cambios en niveles de ocupación que pudieran resultar en la disminución de rentas e ingresos.

Adicionalmente, dado que partes de nuestros ingresos derivan de la renta de locales en nuestros centros comerciales, *Plaza Loreto* y *Plaza Inbursa*, nuestros resultados de operación dependen en nuestra capacidad para arrendar dichos locales en términos económicamente favorables. Además, si las ventas disminuyen significativamente, nuestros arrendatarios pueden no ser capaces de pagar sus obligaciones mínimas.

Por otra parte, el negocio de los centros comerciales está altamente relacionado con el gasto de consumo y, por tanto, a la economía en la que sus consumidores se ubican. Una recesión podría resultar en la terminación anticipada de arrendamientos, la quiebra de los arrendatarios y reducciones en las ventas debido a un menor ingreso disponible de los consumidores, lo que podría afectar negativamente nuestro negocio, condición financiera y resultados de operación.

Riesgos relacionados con la operación de inmuebles.

Nuestras inversiones inmobiliarias están sujetas a los riesgos inherentes a la propiedad y operación de inmuebles en general. Las ventas netas y el valor de los inmuebles de nuestra propiedad pueden variar en forma adversa por varias razones, incluyendo la situación de la economía nacional y local y las condiciones del mercado inmobiliario (tales como una oferta excesiva o una demanda reducida de locales y las fluctuaciones en los precios de arrendamiento). Además, los desarrollos inmobiliarios están sujetos a factores, tales como la percepción de los posibles arrendatarios en cuanto a la seguridad, la conveniencia de la ubicación y el atractivo de los inmuebles. Existen otros riesgos tales como que haya vacantes y se reduzcan los ingresos con motivo del vencimiento de los contratos de arrendamiento y el subarrendamiento de locales, el aumento en los costos de operación (incluyendo el impuesto predial) que no pueden repercutirse a los arrendatarios y el riesgo de sufrir pérdidas no aseguradas o cuyo monto exceda de los límites asegurados. Por lo general, algunos de los costos más significativos relacionados con la inversión en inmuebles (tales como impuesto predial, seguros, costos de operación y gastos de mantenimiento) no disminuyen cuando las circunstancias ocasionan una reducción en los ingresos derivados del arrendamiento del inmueble.

El desarrollo económico y cambios estructurales en el país son factores de riesgo que podrían afectar la oferta y demanda de propiedades inmobiliarias, así como influir en los niveles de rentas y el riesgo de desocupación de locales comerciales. Comúnmente los precios de las propiedades inmobiliarias en México se cotizan en Dólares americanos, por lo que un alza desmedida en el tipo de cambio del peso contra el dólar o en los precios de las propiedades disponibles o en los materiales para construcción podría limitar los planes de expansión. No tenemos una concentración de riesgo en las cuentas por cobrar a arrendatarios. La tasa de ocupación histórica de los locales comerciales de nuestros centros comerciales supera el 90.0% y la tasa de incobrabilidad relacionada con las rentas se ha mantenido históricamente en un nivel inferior al 2.0%. Contamos con seguros que cubren adecuadamente nuestros activos contra los riesgos de incendio, sismo y otros causados por desastres naturales. No obstante, no podemos asegurar que en caso de siniestro la recuperación a través de seguro resulte suficiente.

Riesgos Relacionados con México

Nuestra condición financiera y nuestros resultados de operaciones podrían verse afectados por condiciones económicas adversas en México.

Somos una sociedad constituida en México y realizamos la mayoría de nuestras operaciones en México, por lo que nos afecta el desempeño de la economía mexicana. En consecuencia, nuestro negocio, condición financiera y resultados de operaciones podrían verse afectados por la condición general de la economía mexicana, la devaluación del peso frente al dólar, la inestabilidad en los precios, la inflación, las tasas de interés, la regulación, los impuestos, el aumento en las tasas de criminalidad y otros factores políticos, sociales y económicos en, o que afecten a, México, y sobre los cuales no tenemos control alguno. En el pasado, México ha sufrido periodos prolongados de condiciones económicas adversas, crisis y periodos de deterioro económico que han tenido un impacto negativo en nosotros y nuestro negocio. No podemos asegurar que dichas condiciones no se repetirán en el futuro o que, de repetirse, dichas condiciones no tendrán un efecto adverso y significativo en nuestro negocio, condición financiera y resultado de operaciones.

Así mismo, las tasas de interés tanto reales como nominales en México han sido altas. Por lo tanto, si en el futuro incurrimos en deuda denominada en pesos mexicanos, podría estar sujeta a altas tasas de interés. Asimismo, la apreciación o depreciación del peso frente al dólar puede tener un efecto en nuestros resultados de operaciones y condición financiera.

Nuestro negocio podría verse afectado en forma adversa y significativa por la condición general de la economía mexicana, las tasas de inflación en México, las tasas de interés en México y las fluctuaciones en el tipo de cambio del peso. Una disminución en la tasa de crecimiento de la economía mexicana, periodos de crecimiento negativos o un aumento en la inflación o tasas de interés podrían resultar en la disminución en la demanda por nuestros servicios y productos, la disminución en el valor real de nuestros servicios y productos o un cambio a servicios y productos de menor margen. Debido a lo anterior, nuestros márgenes de utilidades podrían verse afectados en forma adversa.

Los eventos políticos en México podrían afectar adversamente nuestras operaciones.

Las acciones y políticas del Gobierno Federal respecto de la economía, la regulación del medio ambiente y el contexto social y político, las empresas de participación estatal o controladas por el gobierno, instituciones financieras gubernamentales o reguladas por el gobierno podrían tener un impacto importante en las empresas del sector privado en general y en nosotros en particular, así como en las condiciones de los mercados de capitales, y los precios y retornos de los valores que cotizan en las bolsas de valores de México. Dichas acciones incluyen aumentos en las tasas de interés, cambios en las políticas fiscales, control de precios, devaluación de la moneda, control de capitales, límites a las importaciones, entre otras. Nuestro negocio, condición financiera, resultados de las operaciones y distribuciones podrían verse afectados en forma adversa por cambios en las políticas o regulaciones gubernamentales que afectan nuestra administración, operaciones y nuestro régimen fiscal.

El 1 de julio de 2012 se celebraron elecciones presidenciales en México y, fue elegido el candidato del Partido Revolucionario Institucional, Enrique Peña Nieto, después de 12 años de gobierno del Partido de Acción Nacional. La nueva administración podría implementar cambios significativos en leyes, políticas públicas o reglamentos que pudieran afectar la situación de la política económica en México, lo cual podría afectar adversamente nuestro negocio.

No podemos asegurar que los cambios en las políticas del Gobierno Federal no afectarán adversamente nuestro negocio, condición financiera y nuestros resultados de operaciones. La legislación fiscal, particularmente, en México está sujeta a cambios y no tenemos seguridad de que el Gobierno Federal propondrá y aprobará reformas a la misma o a cualquiera de sus políticas en materia política, social, económica, cuyas reformas o cambios podrían tener un efecto adverso y significativo en nuestro negocio, resultados de operaciones, condición financiera o prospectos futuros, así como afectar en forma adversa el precio de nuestras Acciones. Por lo tanto, no podemos asegurar que el desempeño político futuro en México, sobre el cual no tenemos control alguno, no tendrá un impacto desfavorable en nuestra posición financiera o resultados de operaciones y perjudique nuestra capacidad para hacer distribuciones a nuestros accionistas.

La violencia o la percepción de la violencia en México podría afectar adversamente nuestro negocio.

El reciente incremento de la violencia en México ha tenido un impacto adverso y puede continuar impactando de forma adversa la economía mexicana y puede tener un efecto material adverso en nosotros.

En los últimos años, México ha experimentado un incremento sustancial en la violencia relacionada con el tráfico de drogas, particularmente en los estados del norte del país. Dicho incremento en la violencia ha tenido un impacto adverso en la actividad económica mexicana en general. Asimismo, la inestabilidad social en México o el desarrollo social y político en, o afectando a, México podría afectarnos de manera adversa, incluyendo nuestra capacidad para operar nuestro negocio y ofrecer nuestros servicios y nuestra capacidad para obtener financiamiento. No podemos asegurar que los niveles de violencia en México, sobre los que no tenemos control alguno, no se incrementarán o disminuirán, y no tendrán efectos adversos adicionales en la economía mexicana o en nosotros.

El desarrollo económico en otros países podría afectar la economía mexicana y, por tanto, el precio de nuestras Acciones.

La economía mexicana podría verse afectada en distinta medida, por las condiciones económicas y de los mercados de capitales en otros países. Aún y cuando las condiciones económicas en otros países podrían variar en forma significativa de las condiciones económicas en México, la reacción de los inversionistas a eventos negativos en otros países podría tener un efecto negativo en su apreciación de México y en el valor de mercado de los valores de emisores mexicanos. Por ejemplo, en la segunda mitad de 2008 y parte de 2009, los precios de los instrumentos de deuda y de las acciones de empresas mexicanas que cotizan en el mercado de valores mexicano disminuyeron sustancialmente, como resultado del desorden en los mercados de capitales de Estados Unidos y el resto del mundo.

Adicionalmente, las condiciones de la economía en México están fuertemente vinculadas con las condiciones de la economía de los Estados Unidos de América, en virtud del Tratado de Libre Comercio con América del Norte, o TLCAN, y la gran actividad económica que existe entre ambos países. Las condiciones económicas adversas en Estados Unidos, la terminación o renegociación del TLCAN u otros eventos relacionados o que afectaran la relación económica entre ambos países podrían tener un efecto adverso en la economía mexicana, lo cual a su vez podría afectar nuestro negocio, posición financiera y resultados de operaciones. No podemos asegurar que los eventos que ocurran en otros mercados emergentes, en Estados Unidos o en otros países, no afectarán de manera adversa nuestro negocio, posición financiera y resultados de operaciones.

La tasa de inflación en México, junto con las medidas gubernamentales para frenar la inflación, podría tener un efecto adverso en nuestras inversiones.

La tasa de inflación actual en México es más alta que las tasas de inflación anuales de la mayoría de sus socios comerciales. Las altas tasas de inflación pueden afectar adversamente nuestro negocio, condición financiera y resultados de operaciones.

Factores de Riesgo relacionados con nuestras Acciones

No ha existido un mercado para nuestras Acciones por más de cinco años. Aunque hemos solicitado que nuestras Acciones estén listadas en la BMV, podría no desarrollarse un mercado activo para éstas o, aun cuando éste se desarrolle, podría no continuar existiendo. Los mercados de valores en México, incluyendo la BMV como el principal mercado bursátil, son significativamente más pequeños, menos líquidos, más volátiles, tienen una menor base de inversionistas institucionales, y están más concentrados que la mayoría de los mercados de valores internacionales, tales como los de Estados Unidos. Las características de los mercados en México podrían limitar sustancialmente la capacidad de los tenedores de nuestras Acciones para venderlas, o para venderlas al precio y tiempo en que dichos tenedores deseen venderlas, y esto podría afectar de manera negativa el precio de mercado, y la liquidez de, y el valor aplicable a, nuestras Acciones.

El precio inicial de las acciones que son objeto de una oferta pública inicial generalmente es negociado con un descuento debido a comisiones y gastos de intermediación relacionados con la oferta. Esto representa una dilución inmediata en el valor neto de capital por Acción para los nuevos inversionistas que compran Acciones en la Oferta al precio inicial de oferta pública. En virtud de dicha dilución, los inversionistas que compran Acciones en la Oferta podrían recibir menos del precio total de compra que pagaron por las Acciones adquiridas en la Oferta en caso de una venta subsecuente o en caso de nuestra liquidación. Por lo tanto, el precio inicial de oferta, las condiciones de las negociaciones entre nosotros y los Intermediarios Colocadores podrían no ser indicativos del precio que prevalecerá en el mercado de valores, si dicho mercado se desarrolla, después de que concluya la Oferta. La posibilidad de que nuestras Acciones puedan cotizar a descuento sobre su valor neto es distinta e independiente del riesgo de que el valor neto por Acción pudiera disminuir. No podemos predecir si nuestras Acciones cotizarán por encima o por debajo de nuestro valor neto.

El precio de mercado de nuestras Acciones podría fluctuar significativamente y los inversionistas podrían perder todo o parte de su inversión.

La volatilidad en el precio de mercado de nuestras Acciones podría impedir que los inversionistas vendan sus Acciones al, o por encima del, precio pagado por sus Acciones. El precio de mercado y la liquidez del mercado de nuestras Acciones podrían verse afectados sustancialmente por múltiples factores, algunos de los cuales están fuera de nuestro control y pudieran no estar relacionados directamente con nuestro desempeño operativo. Estos factores incluyen, entre otros:

1. La volatilidad significativa en el precio de mercado y el volumen negociado de valores de empresas en nuestro sector, que no necesariamente se relacionan con el desempeño operativo de estas empresas;

2. La diferencia entre nuestros resultados financieros y operativos actuales y aquellos esperados por nuestros inversionistas;
3. Los cambios en nuestras utilidades o variaciones de los resultados de operación;
4. El desempeño operativo de empresas similares a nosotros, ya sea en México o en otro país;
5. Los actos que realicen nuestros Principales Accionistas en relación con la disposición de las Acciones de las que son titulares o beneficiarios y la percepción que de dichos actos pueda tener el público inversionista y el mercado;
6. El no poder mantener un grupo de control que pueda influenciar nuestras decisiones corporativas;
7. Las contrataciones o salidas de personal administrativo clave;
8. Las percepciones acerca de la manera en que nuestros administradores prestan sus servicios y desempeñan sus funciones;
9. Las adquisiciones importantes, enajenaciones, creación de asociaciones estratégicas, co-inversiones, o inversiones de capital, anunciadas por nosotros o nuestros competidores;
10. Un aumento en la competencia;
11. Las tendencias de la economía y los mercados de capitales en México, Estados Unidos o a nivel global, incluyendo aquellas que sean el resultado de guerras, actos terroristas o represalias por dichos eventos;
12. Los acuerdos con competidores, proveedores y cualquier tercero; y
13. Los sucesos o condiciones políticas en México, Estados Unidos y otros países, incluyendo cuestiones de seguridad y relacionadas con el valor de las propiedades en México.

Adicionalmente, en el futuro, podríamos emitir valores adicionales o nuestros Principales Accionistas podrían transferir su participación en la Emisora. Cualesquier emisiones o ventas o la posibilidad de cualesquiera emisiones o ventas podrían resultar en un dilución de los derechos económicos y de voto de los accionistas o en una percepción negativa por parte del mercado y una disminución potencial en el precio de mercado de nuestras Acciones.

Ventas significativas de nuestras Acciones después de la oferta podrían causar una disminución en el precio de dichas Acciones.

Nosotros y Grupo Carso hemos convenido, sujeto a ciertas excepciones que se describen en la sección "Plan de Distribución" del Prospecto de colocación, no emitir, vender o transferir, cualesquiera Acciones o cualesquier valores convertibles en, o intercambiables por, o que representen el derecho a

recibir, Acciones durante un periodo de 180 (ciento ochenta) días después de la fecha del contrato de colocación, de acuerdo con dicho contrato. Transcurrido dicho periodo las Acciones sujetas a dicho acuerdo podrán ser vendidas en el mercado. El precio de mercado de nuestras Acciones podría caer significativamente si un número importante de nuestras Acciones son ofrecidas o si el mercado tiene expectativas de que dichas ventas ocurran.

Las ofertas futuras de valores con derechos preferentes a nuestras Acciones podrían limitar nuestra flexibilidad operativa y financiera y podrían afectar adversamente el precio de mercado de, y diluir el valor de, nuestras Acciones.

Si decidimos emitir instrumentos de deuda en el futuro con derechos preferentes a nuestras Acciones o de otra forma incurrir en deuda, los términos de dichos instrumentos de deuda o financiamientos podrían imponer sobre nosotros obligaciones que restrinjan nuestra flexibilidad operativa y limiten nuestra capacidad de hacer distribuciones a nuestros accionistas. Adicionalmente, cualesquier valores convertibles o intercambiables que emitamos en el futuro podrían tener derechos preferentes o gozar de privilegios, incluyendo respecto del pago de dividendos o distribuciones, superiores a los titulares de nuestras Acciones y que podrían resultar en una dilución del valor de nuestras Acciones. Debido a que nuestra decisión de emitir valores o incurrir en deuda en el futuro dependerá de condiciones de mercado y otros factores que están fuera de nuestro control, no podemos predecir o estimar el monto, tiempo o naturaleza de cualquier oferta o financiamiento futuro, que pudiera tener como efecto reducir el precio de mercado de nuestras Acciones y diluir el valor de nuestras Acciones.

Acontecimientos en otros países pudieren afectar el precio de nuestras acciones.

El precio de mercado de los valores emitidos por sociedades mexicanas se ve afectado en distintas medidas por las condiciones económicas y de mercado de otros países. A pesar de que las condiciones económicas de dichos países pueden ser muy distintas de las condiciones económicas imperantes en México, la reacción de los inversionistas ante los acontecimientos que ocurran en cualquiera de dichos países puede tener un efecto adverso sobre el precio de mercado de los valores emitidos por sociedades mexicanas. No existe garantía alguna de que el precio de mercado de las Acciones no se verá afectado en forma adversa por los acontecimientos que ocurran en otros lugares, especialmente en países con economías en desarrollo.

Nuestros accionistas tendrán una dilución contable como consecuencia de la Oferta.

Las acciones de empresas que se emiten a un valor de suscripción mayor al valor contable previo por acción, generan una dilución inmediata en el valor de capital contable por acción a los nuevos accionistas que adquieran las Acciones en la colocación al valor de suscripción establecido. Como consecuencia de esta dilución, los inversionistas que suscriben las acciones en la Oferta no tienen un valor contable por acción igual a su aportación inicial y en todo caso se da un efecto dilutivo en la utilidad neta por acción.

La posibilidad de que Acciones coticen con un descuento al valor en libros por acción, es independiente y distinta del riesgo de que el valor de capital contable por acción pueda disminuir. No podemos prever si nuestras acciones cotizarán por encima, al o por debajo del valor del capital contable por acción. Ver sección "Dilución" en este Prospecto de colocación.

Nuestros estatutos sociales, en cumplimiento con las leyes mexicanas, restringen la capacidad de los accionistas extranjeros para invocar la protección de sus gobiernos con respecto a sus derechos de accionista.

En cumplimiento de lo dispuesto por las leyes mexicanas, nuestros estatutos sociales disponen que los accionistas extranjeros se considerarán mexicanos para efectos de las Acciones de que sean titulares, derechos exclusivos, concesiones, participaciones e intereses de la Compañía así como de los derechos y obligaciones derivadas de cualquier contrato que la Compañía celebre con el gobierno mexicano. De conformidad con esta disposición, se considera que los accionistas extranjeros han convenido en abstenerse de invocar la protección de sus gobiernos mediante solicitud de que interpongan una reclamación diplomática en contra del gobierno de México con respecto a sus derechos como accionistas de la Compañía, sin embargo no se considera que dichos accionistas han renunciado a

cualesquiera otros derechos que puedan tener como resultado de su inversión en la Compañía, incluyendo sus derechos conforme a las leyes en materia de valores de los Estados Unidos. En el supuesto de que un accionista extranjero invoque la protección de su gobierno en violación de dicho convenio, perderá sus Acciones a favor del gobierno de México.

La protección que se ofrece a los accionistas minoritarios en México es distinta a la que se ofrece en los Estados Unidos.

De conformidad con la legislación mexicana, la protección que se otorga a los accionistas minoritarios y los deberes de los funcionarios y consejeros son diferentes de aquellos que se otorgan en los Estados Unidos y en otras jurisdicciones. A pesar de que las leyes mexicanas han sido modificadas para reducir el porcentaje necesario (al 5.0%) para que los tenedores de acciones puedan interponer una acción oblicua (para beneficio de la sociedad de que se trate, no de los accionistas demandantes), así como para que se impongan obligaciones específicas de diligencia y lealtad a los consejeros y principales funcionarios.

Los criterios que se aplican en los Estados Unidos para verificar la independencia de los consejeros independientes son diferentes de los criterios que se aplican conforme a la legislación mexicana.

Como consecuencia de lo anterior, es posible que en la práctica sea más difícil para nuestros accionistas minoritarios exigir sus derechos en contra de la Compañía o sus consejeros o funcionarios de lo que sería para los accionistas de una sociedad de los Estados Unidos.

Es posible que los derechos de preferencia para suscribir nuestras acciones no estén disponibles para los accionistas extranjeros.

En cumplimiento de lo dispuesto por las leyes mexicanas actuales, cuando aumentamos el capital social y ofrecemos acciones para suscripción, (salvo en ciertos casos, incluyendo ofertas públicas) debemos otorgar derechos de preferencia a todos nuestros accionistas, confirniéndoles el derecho de adquirir una cantidad suficiente de acciones para que mantengan su mismo porcentaje de participación. Sin embargo, es posible que no podamos ofrecer a los accionistas estadounidenses, acciones derivadas de los derechos de preferencia que otorgamos a nuestros accionistas en relación con cualquier emisión futura de acciones, a menos que se haga efectiva una declaración de registro conforme a la Ley de Valores de 1933 aplicable para el caso de los accionistas en los Estados Unidos y alguna otra legislación similar para el resto de los accionistas extranjeros con respecto a dichos derechos y acciones o se obtenga una exención de los requisitos de registro de la Ley de Valores de 1933 aplicable en los Estados Unidos y alguna otra legislación similar para el resto de los accionistas extranjeros.

Al momento de otorgar derechos, pretendemos evaluar los costos y posibles obligaciones que se pudieran originar relacionados con una declaración de registro que permita a los accionistas extranjeros ejercer sus derechos de preferencia, así como los beneficios indirectos de facultar a dichos accionistas para que esos derechos, y cualquier otro factor que consideremos apropiado en ese momento. Entonces, decidiremos si se presenta dicha declaración de registro.

Si no es posible presentar dicha declaración de registro, es probable que los accionistas extranjeros no puedan ejercer sus derechos de preferencia en relación con emisiones futuras de nuestras acciones. En este caso, los intereses económicos y las participaciones con derecho a voto de accionistas estadounidenses disminuirían en nuestro capital contable proporcionalmente al monto de la emisión. Dependiendo del precio al que se ofrezcan las acciones, dicha emisión podría dar como resultado dilución para los accionistas estadounidenses.

La ejecución de sentencias de responsabilidad civil en contra de los consejeros, directivos relevantes y accionistas controladores de la Compañía, puede resultar difícil.

Grupo Sanborns es una sociedad anónima bursátil de capital variable, constituida conforme a las leyes de México, con domicilio en México, y la mayoría de sus consejeros, directivos relevantes y accionistas controladores residen fuera de los Estados Unidos. Además, la mayor parte de los activos de

la Compañía y todos o la mayor parte de los activos de dichas personas están ubicados fuera de los Estados Unidos.

En consecuencia, a los inversionistas extranjeros les podría resultar difícil emplazar a juicio a dichas personas u obtener la ejecución de sentencias en contra de las mismas en los Estados Unidos, o en cualquier otra jurisdicción fuera de México, incluyendo cualesquiera de las sentencias dictadas en juicio para exigir la responsabilidad civil de dichas personas al amparo de las leyes en materia de valores de ese país. Existe duda en cuanto a si dichas personas pueden ser declaradas responsables en México con fundamento en las leyes federales de valores de los Estados Unidos, ya sea mediante juicios promovidos en México o procedimientos de ejecución de sentencias dictadas por tribunales de los Estados Unidos.

Las prácticas de divulgación de información en México, podrían ser diferentes de aquellas utilizadas regularmente por emisoras de valores o acerca de ellas en otros países, incluyendo los Estados Unidos.

Uno de los objetivos principales de las leyes de valores de los Estados Unidos, México y otros países es el de promover la divulgación completa y razonable de toda la información importante respecto de sociedades públicas, incluyendo la información financiera. Sin embargo, es posible que las emisoras de acciones en México publiquen información diferente o que la información no se dé a conocer públicamente en la misma medida en que la dan a conocer las emisoras en países con mercados de capital altamente desarrollados, incluyendo los Estados Unidos.

Factores de Riesgo relacionados con nuestra estructura corporativa y modalidad social

Nuestros Principales Accionistas actuales continuarán teniendo una influencia significativa después de la oferta y sus intereses podrían entrar en conflicto con los de nuestros accionistas minoritarios.

Una vez concluida la Oferta, nuestro principales accionista, Grupo Carso, será titular, directa o indirectamente, de aproximadamente cuatro quintas partes de nuestro capital en circulación, suponiendo que los Intermediarios Colocadores Internacionales y los Intermediarios Colocadores Líderes en México ejerzan en su totalidad la Opción de Sobreasignación. Nuestros principales accionista tiene y continuará teniendo la capacidad de determinar el resultado de sustancialmente todos los asuntos que se sometan a votación de la asamblea de accionistas y, por lo tanto, ejercerá el control sobre nuestras políticas de negocio y administración, incluyendo:

1. La integración de nuestro Consejo de Administración y, consecuentemente, cualesquier decisiones administrativas relacionadas con la dirección y política de nuestro negocio; la designación y remoción de nuestros funcionarios;
2. Las decisiones en relación con fusiones, combinaciones de los negocios y otras operaciones, incluyendo aquellas que pudieran derivar en un cambio de control;
3. El decreto y pago de dividendos o distribuciones a nuestros accionistas y el monto de dichos dividendos o distribuciones;
4. Las ventas y disposiciones de nuestros activos; y
5. El monto de la deuda en que podamos incurrir.

Nuestro principal accionista podrá tomar decisiones o realizar actos contrarios a los intereses de nuestros accionistas minoritarios y, en ciertas circunstancias, podrían evitar que otros accionistas,

incluyendo a los inversionistas, puedan oponerse a dichas decisiones o actos o causar que se lleven a cabo acciones distintas. Además, el principal accionista podría oponerse a una operación de cambio de control que de otra forma podría proveer a los inversionistas de una oportunidad para disponer de o de obtener una prima sobre la inversión realizada en nuestras Acciones. No podemos asegurar que nuestro principal accionista actuará de conformidad con los intereses de los inversionistas. Adicionalmente, los actos que realice nuestro principal accionista respecto de la disposición de nuestras Acciones de las que es titular, o la percepción que de dichos actos pudiera tener el mercado, podrían afectar en forma adversa el precio de cotización de nuestras Acciones.

Somos una sociedad controladora que aun cuando generamos ingresos por cuenta propia, dependemos de dividendos y otros recursos provenientes de nuestras subsidiarias para, en la medida que decidiéramos hacerlo, pagar dividendos.

Somos una sociedad controladora y nuestras operaciones se llevan a cabo principalmente a través de nuestras subsidiarias. Como resultado de lo anterior, nuestra capacidad para pagar dividendos depende principalmente de la capacidad de nuestras subsidiarias para generar ingresos y pagarnos dividendos. Nuestras subsidiarias son personas morales distintas y separadas. Cualquier pago de dividendos, distribuciones, créditos o anticipos por nuestras subsidiarias está limitado por las disposiciones generales de la legislación mexicana relativas a la distribución de las ganancias sociales, incluyendo las relativas al pago de ley del reparto de utilidades a los trabajadores. Si un accionista nos demandara, el cumplimiento de cualquier sentencia se limitaría a los activos disponibles de nuestras subsidiarias. El pago de dividendos por nuestras subsidiarias también depende de las ganancias y consideraciones de negocios de éstas. Adicionalmente, nuestro derecho de recibir cualesquier activos de cualquier subsidiaria como un accionista de dichas subsidiarias, a su liquidación o reorganización, estará efectivamente subordinado a los derechos de los acreedores de nuestras subsidiarias incluyendo los acreedores comerciales.

El pago y monto de los dividendos están sujetos a la decisión de nuestra asamblea de accionistas.

Nuestro Consejo de Administración y Director General deben presentar anualmente nuestros estados financieros correspondientes a cada ejercicio social, a nuestra asamblea anual general ordinaria de accionistas para su aprobación. Una vez que los accionistas aprueban nuestros estados financieros, éstos están obligados a determinar la forma en que se aplicarán las utilidades netas del ejercicio social anterior. El Consejo de Administración recomienda cada año a nuestra asamblea de accionistas el monto de dividendos a ser pagado por la Compañía. Como resultado de lo anterior, podrían haber años en los que no paguemos dividendos y otros años en los que una parte importante de nuestras utilidades sea distribuida como dividendos. En éste último caso, nuestro crecimiento podría verse limitado.

Nuestro Consejo de Administración no está considerando actualmente la adopción de una política de dividendos. Los cambios en nuestros resultados operativos y financieros, incluyendo aquellos derivados de eventos y riesgos extraordinarios que afectan nuestra posición financiera y liquidez, pueden limitar la distribución de dividendos y su monto. No podemos asegurar que pagaremos dividendos o su monto, en caso de que fueran pagados. Ver "Dividendos y Políticas de Dividendos".

Nuestros estatutos contienen estipulaciones que pudieren retrasar o impedir un cambio de control.

Nuestros estatutos establecen que toda adquisición o enajenación de más del 10.0% de sus acciones por cualquier persona o grupo de personas que actúen en forma concertada, deberá ser previamente aprobada por nuestro Consejo de Administración. Por tanto, los inversionistas no podrán adquirir o transmitir más del 10.0% de las acciones representativas del capital de la Compañía sin autorización del Consejo de Administración. Dichas estipulaciones pueden desmotivar, retrasar o impedir un cambio de control de la Compañía o un cambio en nuestra administración, lo que podría, además, afectar a nuestros accionistas minoritarios y, en su caso, el precio de nuestras acciones. En general, la Ley del Mercado de Valores obliga a cualquier persona o grupo de personas que quiera adquirir el control de la Compañía a llevar a cabo una oferta pública de compra respecto de todas nuestras acciones en circulación y pagar la misma cantidad a todos los tenedores que vendan acciones.

Adopción de la Modalidad de Sociedad Anónima Bursátil.

Con motivo de la Oferta, los accionistas de la Compañía aprobaron la adopción de la modalidad de sociedad anónima bursátil, lo que implica, entre otros, mayores requisitos de revelación de información y mayores formalidades corporativas. Si bien la Compañía considera que su transición a una sociedad anónima bursátil no debería presentar contratiempos importantes, dicha transición podría implicar costos administrativos adicionales.

D. Otros Valores Inscritos en el RNV

Con anterioridad a la Oferta Global, la Compañía no contaba con otros valores inscritos en el RNV que mantiene la CNBV.

Con fecha 19 de mayo de 2011, la CNBV autorizó a Sears México un Programa de Certificados Bursátiles de la Emisora por un monto de hasta \$2,500'000,000.00 (dos mil quinientos millones de Pesos 00/100 M.N.) y con vigencia de dos años. Sears México ha realizado diversas emisiones al amparo de dicho Programa, la más reciente de las cuales se llevó a cabo el 14 de noviembre de 2012 por un monto de \$1,125'000,000 (mil ciento veinticinco millones de Pesos 00/100 M.N.) a la fecha de elaboración del presente Informe éste programa se encontraba liquidado en su totalidad.

E. Cambios significativos a los Derechos de Valores en el RNV

Al 31 de diciembre de 2012 no se realizaron modificaciones a los derechos de los valores actualmente inscritos en el Registro Nacional de Valores e Intermediarios.

En asamblea general ordinaria celebrada el 29 de abril de 2013, se aprobó el pago de un dividendo en efectivo de \$0.76 M.N. (Cero Pesos 76/100 M. N.) por acción proveniente del saldo de la cuenta de utilidad fiscal neta, dividido en dos exhibiciones iguales de \$0.38 (Cero Pesos 38/100 M.N.) por acción cada una.

F. Destino de los Fondos

Contemplamos utilizar los recursos netos que fueron obtenidos de la oferta para fines corporativos generales, incluyendo, entre otros, por lo menos dos tercios de los recursos netos de la Oferta Global en expansión en nuevas tiendas y la remodelación de unidades existentes, el crecimiento del capital de trabajo, necesidades operativas, y, en su caso, desarrollo y crecimiento a través de adquisiciones y no más de un tercio de los recursos netos de la Oferta Global para el repago de financiamientos de corto plazo.

G. Documentos de Carácter Público

Cualquier solicitud de información podrá ser dirigida a Grupo Sanborns por escrito a sus oficinas principales ubicadas en Lago Zurich No.245 Ed. Presa Falcón, Piso 7, Col. Ampliación Granada, C.P. 11529, México, D.F., o al teléfono (525) 5325-9900. Una vez registradas nuestras acciones en el RNV, la Compañía está obligada a presentar cierta información periódicamente a la CNBV y a la BMV, incluyendo reportes trimestrales y anuales, misma que estará disponible en español en la página web de la BMV en www.bmv.com.mx y en la página de la CNBV en www.cnbv.gob.mx.

La Compañía cuenta con una página en Internet en la que esperamos tener información general de la misma, y cuya dirección es www.gsanborns.com.mx

A solicitud de cualquier inversionista, que compruebe su calidad de titular de valores emitidos por la Compañía conforme a las leyes aplicables, se le proporcionará copia de dicha documentación mediante escrito dirigido a la atención de nuestra Dirección de Relación con Inversionistas, en las oficinas de la Compañía. La información sobre la Compañía contenida en su página de Internet no es parte ni objeto de este Prospecto ni de ningún otro documento utilizado por la Compañía en relación con cualquier oferta pública de valores.

C.P. Angélica Piña Garnica es las personas encargadas del Departamento de Relación con Inversionistas y podrán ser localizados en las oficinas de la Sociedad.

II. LA EMISORA

A. Historia y Desarrollo de la Emisora

Como una de las empresas de venta al menudeo más grandes en México, nuestro crecimiento se ha visto impulsado por nuestro enfoque en innovación, la introducción de nuevos productos, cambios en nuestra mezcla de productos, el desarrollo de nuestros formatos y ubicaciones y la eficiencia operativa con crecimiento sustentable. Asimismo, hemos logrado adquirir e integrar exitosamente a otras empresas y marcas que nos han permitido complementar y expandir nuestra presencia geográfica y el portafolio de productos, evolucionando, de ser una empresa regional en México, a convertirnos en una de las compañías de venta al menudeo más importantes en el país. Nuestros formatos poseen un alto reconocimiento por parte del consumidor en el mercado mexicano.

Origen y desarrollo.

En su origen, la Compañía era una sociedad dedicada a la producción de celulosa y papel y se constituyó bajo la denominación de Fábricas de Papel Loreto y Peña Pobre, S.A., el día 31 de diciembre de 1928. Posteriormente, en diciembre de 1997, Grupo Carso concluyó una reestructuración, diseñada para consolidar en una sola entidad las distintas operaciones del grupo en los sectores comercial y de ventas al menudeo. Dicha reestructuración incluyó, entre otros: (i) el cambio de denominación de Fábricas de Papel Loreto y Peña Pobre, S.A. de C.V. a Comercial Carso, S.A. de C.V.; (ii) el cese de las operaciones de fabricación de papel; y (iii) la fusión de la Compañía con una subsidiaria de Grupo Carso. Por otra parte, en 1999, Comercial Carso, S.A. de C.V., se fusionó, como fusionante, con Grupo Sanborns, S.A. de C.V., como fusionada y cambió la denominación de Comercial Carso, S.A. de C.V. a Grupo Sanborns, S.A. de C.V.

En abril de 1999 listamos nuestras acciones en la BMV. En octubre de 2006 Grupo Carso llevó a cabo una oferta pública de adquisición de nuestras acciones y, como resultado de dicha oferta así como de compras adicionales sucesivas en el mercado, Grupo Carso incremento su participación en Grupo Sanborns a 99.9%. En enero de 2007, debido a la amplia tenencia accionaria de Grupo Carso en Grupo Sanborns, cancelamos nuestra inscripción en el RNV y nuestro listado en la BMV. Posteriormente nosotros junto con Grupo Carso adquirimos el resto de las acciones a través de una oferta pública de adquisición subsecuente.

Integración de Sears y Boutiques.

Sears Operadora México, S.A. de C.V. o "Sears México" se fundó en 1945, pero no fue sino hasta abril de 1997, cuando Grupo Carso adquirió de Sears Roebuck una participación accionaria del 60.0% en Sears México, y en agosto del mismo año, se adquirió una participación adicional del 24.9% a través de una oferta pública de compra de acciones; con lo que la participación de Grupo Sanborns asciende al 84.94% al cierre de diciembre de 2012.

En 2003 adquirimos el 100% de las acciones de la empresa propietaria de seis tiendas departamentales que operaban en México bajo la marca *JC Penney*, y actualmente han sido ya sea cerradas o convertidas al formato *Sears*.

Adquirimos, en 2004, el 100% de las acciones de Dorian's Tijuana y de sus filiales, que operaba con cuatro formatos de tiendas, *Dorian's* departamental, *MAS* tiendas de ropa, *Solo un Precio* tiendas especializadas, y *DAX* tiendas. De dicha operación, al 31 de diciembre de 2012, operamos 7 tiendas departamentales bajo el formato de *Sears* y 26 unidades bajo la marca comercial *DAX*.

Integración de Sanborns y Sanborns Café

Nuestra subsidiaria, Sanborns Hermanos se fundó como farmacia en 1903. Poco a poco fueron extendiéndose en el mercado, instalando la primera fuente de sodas en la capital del país y desarrollando el concepto de tienda-restaurante, ofreciendo una amplia variedad de productos. Su éxito los llevó a abrir

3 sucursales en la Ciudad de México y una en la ciudad de Tampico, la cual cerró poco tiempo después. No fue sino hasta 1919 que cerraron las tres pequeñas sucursales para trasladarse a un mejor sitio, a la famosa *Casa de los Azulejos*. En aquellos tiempos la *Casa de los Azulejos* fue considerada el restaurante y la tienda más elegante de México y al día de hoy es un ícono de la Ciudad de México. Grupo Carso es titular del 99.94% de las acciones de Sanborns Hermanos.

En 1976 adquirimos de Denny's Inc. una participación mayoritaria en el operador de una cadena de restaurantes en México conocida con el nombre de *Denny's* y, posteriormente, en 1995 se adquirió el 20.0% restante. Transformamos este formato por el de Sanborns Café, remodelándolos para ofrecer el mismo menú de los restaurantes Sanborns en un ambiente moderno.

Integración de nuestras tiendas de música y iShop y nuestros centros eduMac.

El origen de Promotora Musical, S.A. de C.V. o "Promusa" se remonta a 1994, cuando adquirimos el 51.0% de las acciones de la empresa propietaria de las tiendas de música conocidas como *Mixup*, lo que resulta en la asociación con el fundador de dichas tiendas, el señor Isaac Massry, asociación que continua a la fecha dado que la familia Massry mantiene el 49.0% del capital social de Promusa. En 2008 abrimos dos nuevos formatos de entretenimiento y tecnología: nuestras tiendas *iShop* y centros *eduMac*. Al 31 de diciembre de 2012 operamos un total de 109 puntos de venta en todos los formatos.

Integración de otros negocios.

Saks Fifth Avenue

Durante 2006, alcanzamos un acuerdo con Saks & Company, que incluye una licencia exclusiva para abrir tiendas *Saks Fifth Avenue* en México. En noviembre de 2007, abrimos la primera tienda *Saks Fifth Avenue*, ubicada en el Centro Comercial Santa Fe. Actualmente, operamos dos tiendas departamentales en la Cd. de México, una dentro del Centro Comercial Santa Fe y otra ubicada en la zona de Polanco.

Expansión Internacional.

En 2005, iniciamos operaciones en El Salvador, con la apertura de una tienda-restaurante *Sanborns*, una tienda departamental *Dorian's* (actualmente *Sears*) y una tienda de música *Mixup* (la cual fue posteriormente cerrada). Actualmente operamos una tienda departamental *Sears* y dos tiendas-restaurantes *Sanborns* en El Salvador. En 2007 iniciamos operaciones en Panamá con la apertura de una tienda-restaurante *Sanborns* que actualmente operamos.

Negocios inmobiliarios.

Actualmente contamos con dos centros comerciales, Plaza Loreto y Plaza Inbursa, las cuales tienen 73,725 m2 de área rentable. Rentamos aproximadamente 136 unidades comerciales a una variedad de negocios y nuestras tiendas anclan incluyen a Sanborns, Mixup, iShop, así como salas de cine.

El domicilio social de la Compañía es la Ciudad de México y sus oficinas principales se encuentran en Lago Zurich No. 245, Edificio Presa Falcón Piso 7, Colonia Ampliación Granada, C.P.11529, teléfono (525) 5325-99-00.

B. Descripción del Negocio

i) Actividad Principal.

Somos una empresa mexicana líder de ventas al menudeo que opera múltiples formatos, así como restaurantes, con operaciones principalmente en México. Operamos tiendas y restaurantes bajo nuestros formatos y marcas altamente reconocidas por los consumidores, incluyendo la segunda cadena de tiendas departamentales tradicional (*Sears*) en términos de ventas y número de tiendas, boutiques de última moda (*Pier 1*, *Jeanious*, *Palacio de los Perfumes* y *Seven*), un concepto único pero altamente exitoso de venta al menudeo (tiendas *Sanborns*), una cadena de distribución al menudeo y servicios de tecnología de última generación (marca *Apple*: *iShop* y *eduMac*), la cadena minorista más grande de música y video (*Mixup*, *Mx Mixup*, *Discolandia* y *Tower Records*), una cadena de tiendas departamentales de lujo (*Saks Fifth Avenue*), una cadena minorista regional de cosméticos y perfumes (*DAX*), una gran cadena de restaurantes tradicionales de comida mexicana a precios accesibles (*Sanborns* y *Sanborns Café*), así como una cadena de comedores industriales (*Pam Pam*).

Nos enfocamos en operar formatos minoristas que tienen mercados finales los cuales consideramos ofrecen un potencial de crecimiento sólido y gozan de altos márgenes de utilidad y flujos de efectivo estables. A través de nuestra red de tiendas, ubicadas en 30 estados de la República Mexicana y el Distrito Federal, vendemos más de 4.3 millones de SKUs, incluyendo artículos electrónicos, artículos para el hogar, muebles, ropa, productos farmacéuticos, productos de salud y belleza, libros, videos, música, productos marca *Apple*, juguetes, artículos deportivos, teléfonos celulares y diversos productos de tecnología, entre otros bienes de consumo y de tecnología para el consumidor, dirigidos a todos los segmentos de la población, con énfasis en los sectores de ingreso medio, medio-alto y alto. Adicionalmente, a través de nuestra red de restaurantes ubicada en 30 estados de la República Mexicana y el Distrito Federal ofrecemos comida tradicional mexicana a precios accesibles.

A 31 de diciembre de 2012, operábamos 414 tiendas y restaurantes en México, dos tiendas-restaurantes y una tienda *Sears* en El Salvador y una tienda-restaurante en Panamá, con un área de piso de ventas de 973,876m². Para los doce meses concluidos el 31 de diciembre de 2012, tuvimos ingresos totales de \$39,411.3 millones, utilidad integral consolidada del año de \$3,164.2 millones y EBITDA de \$5,225.7 millones. Al 31 de diciembre de 2012, teníamos activos totales por \$31,201.5 millones y un capital contable de \$15,228.8 millones. En el año 2011, tuvimos ingresos totales de \$36,416.0 millones, utilidad integral consolidada de \$2,904.4 millones y EBITDA de \$4,916.5 millones.

Formatos de tiendas y restaurantes

***Sears* y Boutiques**

Nuestras tiendas *Sears*, que al 31 de diciembre de 2012, representaban el 51.7% de nuestros ingresos totales, tienen un alto reconocimiento de marca en México y han sido históricamente asociadas con una amplia variedad de productos para los segmentos de ingreso medio y medio alto de la población mexicana. La línea de productos de *Sears* en México abarca desde ropa de marca a precios accesibles, hasta artículos electrónicos de última generación y artículos para el hogar, que cuentan con la garantía de calidad *Sears* y nuestros planes de servicio. La mayoría de nuestras tiendas *Sears* están localizadas dentro de centros comerciales con alta afluencia de clientes y operan como tiendas departamentales tradicionales, mientras que nuestras boutiques operan como tiendas exclusivas de una sola marca. Al 31 de diciembre de 2012, *Sears* operaba 79 tiendas departamentales y 4 boutiques en México y El Salvador, con más de 616,000 m² de área de ventas. A la misma fecha, de las 2.9 millones de cuentas activas bajo nuestros programas de tarjetas de crédito propias, 2.5 millones de cuentas estaban bajo nuestro programa de tarjetas de crédito *Sears*.

Sanborns

Nuestras tiendas *Sanborns*, que al 31 de diciembre de 2012 representaban el 31.8% de nuestros ingresos totales (22.9% de los cuales fueron de los restaurantes *Sanborns* y el 73.9% restante de las tiendas, y el 3.2% que derivó de nuestros servicios de aceptación de pagos). Este formato representa un concepto único de tiendas de conveniencia especializada en México, que ofrece una experiencia integral para nuestros clientes, con amplia gama de productos disponibles para la compra, incluyendo una gran variedad de libros, revistas, música, productos farmacéuticos, productos de salud y belleza, artículos electrónicos, joyería, regalos, dulces y juguetes, mientras que ofrece la comodidad de realizar pagos a distintos servicios de terceros. Además, todas nuestras tiendas *Sanborns* cuentan con servicio completo de restaurante y bar. Al igual que nuestras tiendas *Sears*, la mayoría de nuestras tiendas *Sanborns* se encuentran localizadas dentro de centros comerciales con alta afluencia de clientes, aunque también contamos con tiendas fuera de centros comerciales en distintos puntos del país. Al 31 de diciembre de 2012, *Sanborns* operaba 169 tiendas y restaurantes principalmente en México, con 256,375m² de área total de ventas (incluyendo los restaurantes) y más de 54,000 asientos.

Música, iShop y eduMac

A través de nuestras tiendas *Mixup*, *Mx Mixup*, *Discolandia*, *Tower Records*, *iShop* y *eduMac* que al 31 de diciembre de 2012, representaban el 10.9% de nuestros ingresos totales, operamos la cadena minorista más grande de música y video en México, con un catálogo de más de 125,000 títulos, así como la cadena de tiendas más grande de venta de productos marca *Apple* y sus accesorios en México, atendiendo así a diferentes segmentos de la población. Al 31 de diciembre de 2012, operábamos 109 tiendas en México bajo 6 formatos, con 41,564m² de área total de ventas.

Otros

Nuestras tiendas *DAX*, *Sanborns Café* y *Saks Fifth Avenue*, que conjuntamente con nuestras otras fuentes de ingresos al 31 de diciembre de 2012 representaban el 5.9% de nuestros ingresos totales, completan nuestro portafolio diversificado. A la misma fecha contábamos con 26 tiendas *DAX* ubicadas en el noreste de México, con un área total de ventas 31,658m², así como 28 restaurantes *Sanborns Café* (16 localizados en la Ciudad de México), con más de 5,400 asientos y 2 tiendas *Saks*, ubicadas en la Ciudad de México, con un área total de ventas de 18,282m². Nuestras tiendas bajo el formato *Saks Fifth Avenue* ofrecen productos y servicios similares a las tiendas *Saks Fifth Avenue* de Estados Unidos, las cuales se han adaptado a las preferencias locales. Mientras nuestras tiendas *DAX* ofrecen artículos de conveniencia, artículos de oportunidad, perfumes, cosméticos, cuidado para el cuerpo y artículos para el hogar, a través de la venta directa a consumidores finales. Adicionalmente, somos propietarios de dos centros comerciales altamente exitosos, ubicados en la Ciudad de México, Plaza Loreto y Plaza Inbursa con un área rentable total de 73,725m² operando al 100% de capacidad. El 7.4% de nuestra área total rentable está ocupada por varios de nuestros distintos formatos de tiendas y restaurantes.

Con relación a nuestras operaciones de venta al menudeo y dada nuestra mezcla de productos de alto valor y el mercado objetivo, ofrecemos financiamiento a clientes que elijen comprar productos a crédito. Nuestra oferta de crédito al consumo incluye: compras realizadas con nuestras propias tarjetas *Sears*, *Sanborns* y *Mixup*. Al 31 de diciembre de 2012, nuestro portafolio de créditos alcanzó \$8,858.8 millones con más de 1.8 millones de tarjetahabientes activos, con un bajo porcentaje de cartera vencida que representa el 2.2%. Durante los doce meses de 2012, las ventas a crédito de nuestras tarjetas propias representaron 24.5% de nuestras ventas totales. Consideramos que nuestros productos de crédito combinados con nuestra experiencia de financiamiento al consumidor continuarán atrayendo gente a nuestras tiendas y aumentarán el poder adquisitivo de nuestros clientes actuales, mientras que incrementan la rentabilidad de nuestras operaciones de ventas al menudeo y sustentan nuestras expectativas de crecimiento.

La siguiente tabla resume los porcentajes de ingresos totales y EBITDA de nuestros diferentes formatos de tiendas y restaurantes para el periodo de doce que termina el 31 de diciembre de 2012, así como una descripción de los principales productos vendidos:

Al 31 de diciembre de 2012

<i>Formato</i>	<i>Tienda correspondiente</i>	<i>No. De Tiendas</i>	<i>% de ingresos</i>	<i>% de EBITDA</i>	<i>Principales categorías de productos</i>
Tiendas departamentales Sears y boutiques	Sears	78	51.7%	52.7%	<ul style="list-style-type: none"> • Línea blanca y electrodomésticos, muebles, mejora del hogar, electrónicos y ropa
	Pier 1	3			
	Palacio de los Perfumes	1			
Tiendas-restaurantes Sanborns	Sanborns	166	31.8%	24.2%	<ul style="list-style-type: none"> • Libros, revistas, salud y belleza, farmacia, electrónicos, juguetes , música, videos, joyería, fotografía, teléfonos celulares, dulces y regalos • Servicios de pago a terceros • Servicio de bar y restaurante
		39			
Música, iShop y eduMac	Mixup	21	10.9%	5.2%	<ul style="list-style-type: none"> • Productos Apple y accesorios relacionados
	Mx Mixup				
	iShop	37			<ul style="list-style-type: none"> • Música, videos, películas y videojuegos
	eduMac				
	Tower Records Discolandia	6 4 2			<ul style="list-style-type: none"> • Productos y cursos relacionados con Apple
Otros	Saks Fifth Avenue	2	5.6%	17.9% ⁽¹⁾	<ul style="list-style-type: none"> • Perfumería y cosméticos • Comida mexicana tradicional accesible • Ropa de alta calidad y accesorios
	DAX	26			
	Sanborns Café	28			
	Sanborns				
	Centroamérica	3			
	Sears Centroamérica	1			
	Seven	1			
	Pam Pam	33			
	Plaza Loreto	1			
Plaza Inbursa	1				
Total			100%	100%	

⁽¹⁾ Incluye regalías pagadas por nuestras subsidiarias a Grupo Sanborns.

A través de nuestro portafolio de tiendas minoristas, ofrecemos una amplia gama de marcas líderes de reconocido prestigio y otros productos duraderos de terceros y constantemente expandimos y optimizamos nuestro portafolio de productos y servicios.

Entre nuestras marcas propias y otras marcas líderes a nivel internacional y local que integran nuestro portafolio, la siguiente tabla indica algunas de nuestras marcas de mayor venta, incluyendo: (i) las marcas que ofrecemos a través de nuestro formato *Sears* que incluyen artículos para el hogar, así como artículos de moda como ropa, calzado y accesorios; (ii) las marcas que ofrecemos a través de nuestro formato *Sanborns* que incluyen principalmente productos electrónicos; (iii) la marca *Apple* que ofrecemos a través de nuestro exitoso formato *iShop*; y (iv) las marcas de lujo que ofrecemos a través de nuestro formato *Saks Fifth Avenue* que incluyen artículos de lujo, entre otras.

Productos	Marcas
Moda	<i>Adidas, Armani, BCBG, Burberry, Benetton, Calvin Klein, Carolina Herrera, DKNY, Dockers, Dolce & Gabbana, Gucci, Guess, Kate Spade, Kenneth Cole, Lacoste, Levis, Michael Kors, Nautica, Nike, Ralph Lauren, Tommy Hilfiger, Tory Burch y Yves Saint Laurent</i>
Artículos para el hogar y electrodomésticos	<i>Electrolux, GE, Kitchen Aid, Mabe, Maytag, Nespresso, Pier 1, Sunbeam y Whirlpool</i>
Mejoras para el hogar	<i>Black & Decker, Bosch, Craftsman y Dewalt</i>
Electrónicos	<i>Apple, Blackberry, Bose, Dell, Kenwood, Koblenz, Lenovo, Microsoft, Nikon, Nintendo, Panasonic, Phillips, Pioneer, RCA, Samsung, Sharp, Sony y Toshiba.</i>

La siguiente tabla muestra cierta información financiera y operativa clave para cada formato de nuestras tiendas y restaurantes:

Al y por los años terminados el 31 de diciembre de

	2011	2012
Consolidado		
Número de tiendas	419	418
Superficie de ventas (m ²)	978,102	973,876
Número de asientos	59,906	60,331
Número de centros comerciales.....	2	2
Superficie rentable (m ²).....	59,722	73,725
Ingresos totales (millones).....	36,416.0	39,411.3
EBITDA (millones).....	4,916.5	5,225.7
Margen EBITDA (%).....	13.5	13.3
Sears y Boutiques		
Número de tiendas	79	78
Número de boutiques ⁽¹⁾	5	4
Superficie de ventas (m ²)	616,732	609,063
Ventas por m ² ponderado (miles)	29.6	29.7
Ingresos totales (millones).....	18,753.8	20,383.0
Aumento Ventas Mismas-Tiendas		
Sears (%).....	5.3	5.7
Ventas a crédito como % de ingresos		
totales	50.5	52.2
EBITDA (millones).....	2,657.1	2,781.3
Margen EBITDA (%).....	14.2	13.6

Al y por los años terminados el 31 de diciembre de

	2011	2012
Sanborns		
Número de tiendas	165	166
Superficie total de ventas (m ²)	247,308	251,031
Superficie de ventas de mercancía (m ²) ..	157,430	160,171
Número de asientos	53,420	53,887
Ventas por m ² ponderado (miles)	57.0	59.0
Ventas por asiento ponderado (miles).....	46.1	46.9
Ingresos totales (millones).....	11,858.0	12,535.1
Aumento Ventas Mismas-Tiendas (%).....	5.0	4.2
EBITDA (millones).....	1,103.8	1,175.0
Margen EBITDA (%).....	9.3	9.4

Al y por los años terminados el 31 de diciembre de

	2011	2012
Musica, iShop y eduMac		
Número de tiendas de música ⁽²⁾	69	66
Número de tiendas iShop	37	37
Número de centros eduMac	7	6
Superficie de ventas (m ²)	42,098	41,564
Ventas por m ² ponderado (miles)	88.3	102.9
Ingresos totales (millones)	3,664.3	4,281.4
Aumento Ventas Mismas-Tiendas (%).....	17.5	10.0
EBITDA (millones).....	174.7	262.9
Margen EBITDA (%).....	4.8	6.1
Otros⁽³⁾		
Número de tiendas ⁽⁴⁾	62	61
Superficie de ventas (m ²)	72,089	72,218
Número de asientos	6,486	6,444
Número de centros comerciales.....	2	2
Superficie rentable (m ²).....	59,722	73,725
Ingresos totales (millones)	2,139.9	2,211.8
EBITDA (millones).....	980.9	1,006.5
Margen EBITDA (%).....	45.8	45.5

⁽¹⁾ Boutiques incluyendo Pier 1 Boutique, Jeanious y *Palacio de los Perfumes*.

⁽²⁾ Tiendas de música incluyendo Mixup, Mx Mixup, Tower Records y Discolandia.

⁽³⁾ Otros incluye nuestras tiendas DAX, nuestros restaurantes Sanborns Café, nuestras tiendas departamentales Saks Fifth Avenue, nuestras tiendas Sears y nuestras tiendas-restaurante Sanborns en Centroamérica, nuestras boutiques Seven y nuestros comedores industriales Pam Pam, administración del portafolio de tarjetas de crédito Sanborns y Mixup y nuestros centros comerciales Plaza Loreto y Plaza Inbursa.

⁽⁴⁾ Incluye 26 tiendas DAX, 28 restaurantes Sanborns Café, 2 tiendas departamentales Saks Fifth Avenue, una tienda departamental Sears y 2 tiendas restaurantes Sanborns en El Salvador, un restaurante-tienda Sanborns en Panamá, una boutique Seven y 33 comedores industriales Pam Pam.

Oportunidad en el sector de ventas al menudeo

Consideramos que estamos en una posición favorable para capturar atractivas oportunidades de crecimiento, a través de una constante expansión de nuestra área de piso de ventas, portafolio y alcance geográfico, al mismo tiempo fortaleciendo nuestro portafolio de múltiples formatos. También buscamos alcanzar niveles de crecimiento orgánico sólidos y mejorar en ventas-misma-tienda, apoyándonos en factores atractivos para el país y la industria, tales como un ambiente macroeconómico sólido, condiciones demográficas favorables, baja penetración del comercio formal y de centros comerciales, baja penetración del crédito al consumo y bajo endeudamiento, demanda creciente de bienes de consumo duradero, oferta de productos innovadores y modernos, así como menores tarifas en la importación de textiles de Asia, entre otros.

Ciudades con Crecimiento Significativo en Espacios de Venta

El crecimiento generalizado experimentado en años recientes, no sólo en las grandes ciudades, sino a lo largo del territorio mexicano, aunado al auge en el desarrollo de infraestructura y proyectos inmobiliarios comerciales, generan una oferta constante de espacios de venta que nos permitirá capitalizar en las tendencias positivas de consumo a través de la expansión de nuestras plataformas de tiendas. Hoy en día en México existen más de 250 ciudades con poblaciones mayores a 50,000 habitantes que carecen de servicio de cadenas comerciales importantes.

Baja Penetración de Ventas por Internet

Consideramos los formatos tradicionales que tratan con los clientes cara a cara, son más atractivos que las ventas mediante canales electrónicos, lo cual pudiera explicarse por la poca penetración de las ventas por Internet en México comparado con otros países de la región. Aún si estas últimas pudieran representar menores costos operativos, nuestros formatos involucran presencia física y trato directo con los clientes, lo que ofrece una ventaja competitiva y un factor diferenciador. No obstante, a través de nuestras páginas de venta por internet, hemos mantenido atendida dicha área de oportunidad.

Nuestras ventajas competitivas

Posición de liderazgo en el mercado de venta al menudeo en México

Consideramos que somos una de las compañías más grandes de venta al menudeo en México, excluyendo tiendas de abarrotes, y que tenemos una posición de liderazgo en distintas categorías en las que participamos, incluyendo:

- Segundo operador de cadenas de tiendas departamentales en México a través de nuestro formato *Sears*;
- Líder del mercado con un concepto minorista mixto, que es único en México, a través de nuestro formato *Sanborns*;
- Segunda cadena de restaurantes de servicio completo en México a través de nuestro formato *Sanborns*;
- Uno de los principales distribuidores autorizados de productos de la marca *Apple* a través de nuestro formato *iShop*, con excepción de compañías de teléfonos móviles;
- Distribuidor líder de video y música grabada a través de nuestras tiendas de música y *Mixup*, *Sanborns* y *Sears*;
- Principal minorista de libros a través de nuestro formato *Sanborns*;
- Uno de los más importantes proveedores de tarjetas de crédito no bancarias;
- Posición líder en algunas otras categorías de productos y servicios disponibles en nuestros diferentes formatos de tienda, incluyendo teléfonos celulares, equipo fotográfico, cosméticos y perfumería, relojes y juguetes, entre otros productos, así como en servicios de procesamiento de pagos para empresas tales como *American Express*, *Telmex* y *Telcel*.

Portafolio minorista único de formatos múltiples de marcas altamente reconocidas

En nuestros 109 años de historia, hemos creado un portafolio minorista de múltiples formatos único y diversificado, que brinda una amplia oferta a nuestros clientes y proveedores. Consideramos que todos nuestros formatos gozan de un amplio reconocimiento en los mercados en los que operan. Tenemos una larga historia de servicio al mercado mexicano con formatos únicos y exitosos tales como *Sanborns* y con una fuerte relación con marcas tales como *Sears*, *Apple* y *Saks* que nos permiten penetrar el mercado

local con sus marcas. Nuestras marcas están asociadas con una amplia gama de productos a precios competitivos, servicios de valor agregado, un servicio al cliente personalizado y de alta calidad, conveniencia, buenas ubicaciones, promociones y programas de financiamiento atractivos, entre otros atributos.

Amplia cobertura geográfica que atiende a un gran porcentaje de la población mexicana

Tenemos una plataforma ampliamente diversificada, con presencia en 65 ciudades a lo largo de la República Mexicana. Consideramos que estamos bien posicionados para ampliar nuestra presencia geográfica y abrir nuevas tiendas, particularmente a través de nuestros formatos *Sears* y nuestros formatos únicos de *Sanborns* y *iShop*, en regiones que consideramos ofrecen un fuerte potencial de crecimiento.

A través de nuestros distintos formatos, consideramos que atendemos a un gran porcentaje de la población. Consideramos que somos el único vendedor al menudeo, distinto a tiendas de abarrotes, que abarca porciones tan grandes de los hogares mexicanos. Durante 2012, llevamos a cabo aproximadamente 27,756,201 y 66,478,587 transacciones a través de nuestros principales formatos *Sears* y *Sanborns*, respectivamente. Adicionalmente, nuestros formatos más relevantes, *Sears* y *Sanborns*, tienen una amplia cobertura de segmentos socioeconómicos dentro de nuestro portafolio y están bien posicionados dentro del segmento medio-bajo y medio-alto. Nuestro portafolio multi-formato diversificado conlleva además una demanda de consumo estable durante recesiones económicas y nos permite aprovechar los ingresos y rentabilidad en un ambiente económico favorable a través de nuestra exposición a los segmentos de ingresos altos de la población.

Posicionamiento único para capitalizar en oportunidades atractivas de crecimiento

Consideramos que nuestro portafolio de formatos minorista múltiple de tiendas altamente reconocidas, combinado con nuestro historial exitoso de crecimiento orgánico e integración de adquisiciones, continuará siendo una diferencia estratégica y un factor importante para el crecimiento de nuestro negocio. Consideramos que estamos especialmente posicionados para tomar ventaja de las oportunidades de crecimiento que ofrece el mercado mexicano y para capitalizar el ambiente macroeconómico sólido, las condiciones demográficas favorables, la baja penetración del comercio formal, y de crédito al consumo, la demanda creciente de bienes de consumo duradero, así como las menores tarifas en la importación de textiles. Otras oportunidades visibles de crecimiento para incrementar nuestras ventas-mismas tiendas incluyen la remodelación de tiendas y mejorar su presentación, promover el uso de nuestras propias tarjetas de crédito y la posible introducción de tarjetas de crédito compartida con otras marcas, la expansión de programas de lealtad, tales como *Círculo Sanborns*, y el lanzamiento exclusivo de nuevos productos.

Consideramos que somos una de las pocas compañías con la experiencia y capacidad operativa para administrar una amplia variedad de formatos de venta al menudeo y continuar diversificando y mejorando nuestra oferta, mediante la introducción de nuevas categorías de productos con retornos atractivos, así como fuerte potencial para aprovechar sinergias. Adicionalmente, nuestra plataforma operativa, nos posiciona favorablemente para buscar adquisiciones que agreguen valor en los mercados en los que participamos o en nuevos mercados con un fuerte potencial de crecimiento donde podemos implementar nuestro exitoso modelo de negocios.

Historial exitoso en la integración de adquisiciones y en el ingreso a nuevos segmentos de venta al menudeo

A través de nuestra historia hemos tenido un historial favorable en la adquisición de portafolios de venta al menudeo e integrarlos exitosamente y optimizarlos. También hemos tenido gran éxito en sacar adelante formatos no redituables y, en ciertos casos, convertirlos en alguno de nuestros formatos, a través de la mejora en la selección de productos y la presentación de las tiendas, eficiencia operativa, reducción significativa de costos y mejorando el servicio al cliente. Por ejemplo, en 1997 adquirimos una participación mayoritaria en Sears México, que operaba un portafolio de 40 tiendas que constantemente generaban pérdidas financieras. En 1998, después de un año de adquiridas, comenzamos a generar utilidades mediante la reducción significativa de gastos generales, mejorando el manejo de inventarios, enfocándonos en incrementar la penetración de tarjetas de crédito y explotando sinergias, de entre otras iniciativas para incrementar los ingresos y reducir los costos. De manera similar en 2003, adquirimos seis tiendas *JC Penney* y para 2009 las habíamos convertido en tiendas Sears y habíamos alcanzado márgenes operativos de equilibrio.

También hemos sido capaces de incorporar nuevas categorías de productos atractivas a nuestro portafolio de venta al menudeo que complementan nuestra oferta de valor agregado y nos brinda un fuerte potencial de crecimiento. Por ejemplo, en 2007 alcanzamos un acuerdo con Saks & Company en Estados Unidos para operar su formato departamental en México y en 2010 obtuvimos una licencia para distribuir productos marca *Apple* y sus accesorios en México. En años recientes, como resultado de la constante evolución de los mercados de música y video, hemos convertido exitosamente varias de nuestras tiendas *Mixup* al formato *iShop*, lo cual nos ha permitido reducir nuestra exposición a mercados con tendencias de crecimiento menores, al mismo tiempo que hemos podido tomar ventaja de nuestra amplia cobertura de tiendas para migrar a segmentos con tasas de crecimiento más atractivas. Nuestro método disciplinado se centra en obtener ubicaciones privilegiadas, expandir nuestra cobertura geográfica, diversificar nuestro portafolio de venta al menudeo, lograr economías de escala, realizar sinergias importantes para generación de ingresos y reducción de costos e incrementar el retorno en las inversiones de nuestro portafolio.

Sólido desempeño financiero

Tenemos un historial constante de crecimiento, rentabilidad y generación de flujos de efectivo. Hemos sido capaces de mantener una tasa de crecimiento anual compuesta de ingresos de aproximadamente 8.2% de 2011 a 2012, mientras expandimos geográficamente nuestras tiendas y restaurantes durante el mismo periodo. Consideramos que nuestro enfoque en crecimiento se prueba mediante el desempeño de nuestros resultados de primera línea. Nuestro EBITDA para 2012 fue \$5,225.7 millones, lo cual representa un incremento de 6.3% de nuestro EBITDA en 2011. Como resultado de nuestro sólido desempeño operativo y capital de trabajo, consideramos que también hemos generado un retorno de capital (*ROIC*) por encima del promedio en 2011 y 2012 de 15.3% y 15.8%, respectivamente.

Adicionalmente, consideramos que nuestro sólido desempeño financiero y generación de flujos de efectivo nos permite mantener un perfil de endeudamiento conservador, resultando en una estructura de capital atractiva con una proporción de 1.01x deuda-EBITDA al 31 de diciembre de 2012 con una capacidad de endeudamiento adicional en caso de ser necesario para futuras inversiones de capital o adquisiciones estratégicas. Además, no tenemos riesgos de crédito significativos ya que el 75.5% de nuestras ventas son en efectivo o equivalentes de efectivo, tales como débito o tarjetas de crédito o *vouchers* electrónicos de ventas, y nuestra tasa de morosidad en tarjetas propias ha sido históricamente bajo 2.9% en promedio en los últimos tres años.

Consideramos que el éxito de nuestro modelo de negocios también se debe a nuestra eficiencia en el capital de trabajo, administración de efectivo y retorno sobre activos. Consideramos que nuestro ROIC es un resultado del sólido desempeño operativo de nuestras tiendas junto con un índice de financiamiento con proveedores superior, alta rotación de inventarios e inversiones de capital eficientes. A efecto de mantener un ROIC atractivo, pretendemos continuar enfocándonos en las inversiones de capital y en la generación de flujos de efectivo.

Equipo de administración experimentado y una fuerza de trabajo sustentada en accionistas altamente comprometidos y experimentados

Nuestro equipo ejecutivo tiene amplia experiencia en la industria minorista y consideramos que tiene experiencia, valores y motivación para ejecutar exitosamente nuestra estrategia de crecimiento. Nuestros ejecutivos tienen un historial probado para alcanzar crecimiento sustentable y redituable, así como para integrar adquisiciones de manera exitosa. Consideramos que la experiencia de nuestro equipo nos ha permitido anticipar y responder efectivamente a los cambios en la industria y a una mayor competencia, para desarrollar nuevos proyectos con retornos en inversión atractivos, así como a entender mejor nuestra base de consumidores y crear relaciones sólidas con nuestros proveedores. Nuestra administración enfatiza continuamente una cultura de trabajo basada en la excelencia operativa, trabajo en equipo, innovación, mejores prácticas y un alto grado de responsabilidad social. Nuestro equipo de ejecutivos también han desarrollado programas de entrenamiento y certificación que han resultado en una fuerza de ventas bien capacitada, correctamente incentivada y leal. La experiencia y el compromiso de nuestra administración ha sido un componente crítico en el crecimiento de nuestro portafolio multi-formato de venta al menudeo, así como en el mejoramiento continuo de nuestro desempeño financiero.

Nuestro principal accionista, Grupo Carso, S.A.B. de C.V. o “Grupo Carso”, es un conglomerado mexicano con una establecida cultura de excelencia operativa y altos estándares de gobierno corporativo. Adicionalmente, el Ing. Carlos Slim Helú, principal accionista de Grupo Carso, tiene un historial incomparable en creación de valor a accionistas en diversas industrias y en diversos países.

Nuestra estrategia

Buscamos fortalecer nuestra posición como un minorista mexicano y operador de restaurantes líder mediante el aumento de nuestra presencia en México, a través la construcción y mantenimiento de lealtad del consumidor, adaptándonos a sus preferencias y necesidades y promoviendo y continuando el desarrollo de nuestras ofertas de crédito al consumo. Además, planeamos continuar consolidando nuestras mejores prácticas que nos permitan seguir generando valor a través de un crecimiento rentable y sostenible para nuestros accionistas. Para alcanzar estos objetivos contemplamos seguir las siguientes estrategias clave.

Capitalizar oportunidades de crecimiento de mercado.

El mercado altamente fragmentado de venta al menudeo nos brinda una oportunidad significativa para expandir nuestra cadena de tiendas y restaurantes. De 2005 a 2012 crecimos el número de tiendas y restaurantes en 8.1%, aumentando en 31 tiendas y restaurantes a través de una combinación de apertura de nuevas sucursales, así como adquisiciones.

Dada nuestra acreditada capacidad e historial sólido durante la última década de alcanzar nuestra estrategia de crecimiento orgánico a través de adquisiciones de nuevos formatos, consideramos que podemos adquirir empresas minoristas, implementar exitosamente nuestro modelo operativo y generar sinergias. Esperamos fortalecer nuestra posición en nuestros mercados existentes mediante la expansión de nuestra superficie de ventas (orgánicamente y a través de adquisiciones) y nuestro portafolio de

productos y alcanzar las participaciones deseadas en nuevos mercados, expandiendo nuestra red de tiendas.

Continuamente analizamos el panorama geográfico y hemos identificado diversos mercados con características que consideramos como oportunidades atractivas para conseguir una participación de mercado así como para alcanzar una alta rentabilidad durante un periodo razonable. Basados en nuestro análisis del mercado y soportados por nuestro amplio equipo de portesionales con experiencia significativa en la apertura de nuevas tiendas, consideramos que tenemos la oportunidad de incrementar considerablemente nuestra superficie de ventas en México durante los próximos cinco años, mediante la apertura de un número considerable de tiendas y restaurantes. Además, planeamos expandir nuestro negocio estratégicamente fuera de México durante los siguientes años. Consideramos que nuestros singulares conceptos de formatos y nuestra capacidad de adaptarnos a diversos mercados tendrá un atractivo internacional significativo.

Aumentar el tráfico en tiendas y ventas.

Consideramos que tenemos una oportunidad importante para aumentar dicha participación mediante:

- La apertura de nuevas tiendas y restaurantes, así como la remodelación de las existentes con una distribución atractiva;
- Promoviendo la introducción de mercancía exclusiva, diversificando nuestros productos alimenticios en nuestros menús y manteniendo la calidad de la mercancía, alimentos y bebidas que ofrecemos a nuestros clientes;
- Desarrollando aun más nuestro portafolio de tarjetas de crédito mediante la introducción de nuevos productos y categorías, así como continuando con nuestros esfuerzos publicitarios, buscando el incremento del número de cuentas activas;
- Expandiendo y continuando el desarrollo de nuestra oferta de servicio técnico en nuestras tiendas;
- y
- Continuando nuestro enfoque de capacitación del personal de ventas que son nuestro primer punto de contacto con nuestros clientes y mejorando nuestra aproximación en mercadotecnia para optimizar la experiencia de compra de nuestros clientes.

Consideramos que el continuo mejoramiento de nuestra atención al cliente y mercadotecnia nos llevará a ser la opción predilecta de nuestros clientes en cada uno de nuestros formatos. En línea con nuestras expectativas, durante 2012 incrementamos nuestra presencia en el mercado e implementamos iniciativas para recompensar la lealtad del cliente, lo cual resultó en un incremento en el tráfico de clientes y en las ventas de las tiendas en las que medimos dicho tráfico. Continuaremos adaptándonos a nuestros clientes mediante estrategias dirigidas a incrementar el tráfico de clientes de manera eficiente y efectiva.

Mejoras y eficiencias operativas, tecnológicas y de atención al cliente.

Planeamos continuar mejorando nuestros márgenes de operación aprovechando nuestra infraestructura de bajo costo, sistemas de administración de inventarios e incrementando nuestra eficiencia operativa y expandiendo márgenes de utilidad. Creemos que mejorar continuamente y la logística de las mercancías en nuestros centros de distribución al concentrar la recepción y repartir las mercancías a nuestras tiendas y clientes nos permite verificar que los proveedores cumplen con la calidad y cantidad de productos que se les requieren, lograr ahorros importantes tanto en el costo de traslado como en el manejo de los productos, así como asegurarnos que las mercancías llegan a los

destinos que hemos definido. Asimismo, la concentración, procesamiento y evaluación de la calidad de los alimentos que pasan y se procesan por los comisariatos permite hacer ahorros en el costo de las compras, evitar los desabastos, minimizar considerablemente el desperdicio, reaccionar rápidamente ante materias primas que no satisfacen nuestros estándares y mantener la misma imagen de calidad ante los clientes que visitan nuestros restaurantes. Específicamente creemos que nuestras iniciativas de eficiencia eléctrica y el mayor uso de nuestros sitios de comercio electrónico nos permitirán mejorar nuestra infraestructura de bajo costo. Así mismo, contemplamos continuar mejorando la productividad de nuestra fuerza de venta mediante programas de capacitación más efectivos y sistemas de compensación atractivos, así como mejorar nuestros esfuerzos publicitarios para atraer nuevos clientes e incrementar nuestra participación de mercado. A través de técnicas de venta eficientes, sitios electrónicos bien diseñados e incrementando la demanda por productos de alta calidad en México, esperamos destacar y lograr que las transacciones promedio se incrementen con el tiempo. También planeamos continuar mejorando nuestros sistemas de informáticos, bases de datos y administración de relación con clientes, para fortalecer nuestra habilidad para anticipar la demanda y promover la innovación comercial. Adicionalmente, continuaremos nuestro compromiso de atención y satisfacción del cliente, ofreciendo una combinación de servicio personalizado, productos y servicios de alta calidad a precios competitivos y financiamiento al consumo atractivo. Nos hemos enfocado estratégicamente a desarrollar una posición de mercado sólida en las industrias de venta al menudeo y restaurantes, estando bien posicionados para aprovechar el incremento en ventas y rentabilidad en la medida en que esta categoría continua demostrando tasas de crecimiento atractivas en México.

Mejorar la oferta de financiamiento al consumo

Contemplamos continuar mejorando la oferta de financiamiento al consumo a través de nuestras propias tarjetas de crédito. Consideramos que estas ofertas de financiamiento, no solo generan ingresos financieros a través de la administración efectiva del portafolio y tasas de morosidad históricamente bajas, sino incrementan nuestra base de clientes, fortalecen nuestra capacidad de vender productos adicionales y construyen lazos de confianza y lealtad con nuestros clientes. Además de acelerar el crecimiento futuro de nuestras tiendas y restaurantes, consideramos que nuestras ofertas de financiamiento se convertirán, cada vez más, en una fuente de crecimiento independiente mediante la expansión de nuestro portafolio de tarjetas de crédito y el desarrollo de nuevos productos y servicios de financiamiento. En la medida en que más clientes utilicen nuestras tarjetas de crédito y con el potencial lanzamiento de una tarjeta de crédito compartida, esperamos que nuestras Ventas Mismas-Tiendas se incrementen. Planeamos continuar expandiéndonos y mejorando nuestra ofertas de financiamiento apoyándonos en nuestra experiencia y conocimiento de financiamiento al consumo, así como en la lealtad de los clientes por adquirir más productos duraderos que bancarios.

Operamos algunos de los formatos comerciales más exitosos y reconocidos en México, El Salvador y Panamá. Tenemos una presencia importante en México, con una alta penetración en todos los segmentos de la población mexicana y con la capacidad de adaptarnos a diversos mercados y formatos de tiendas.

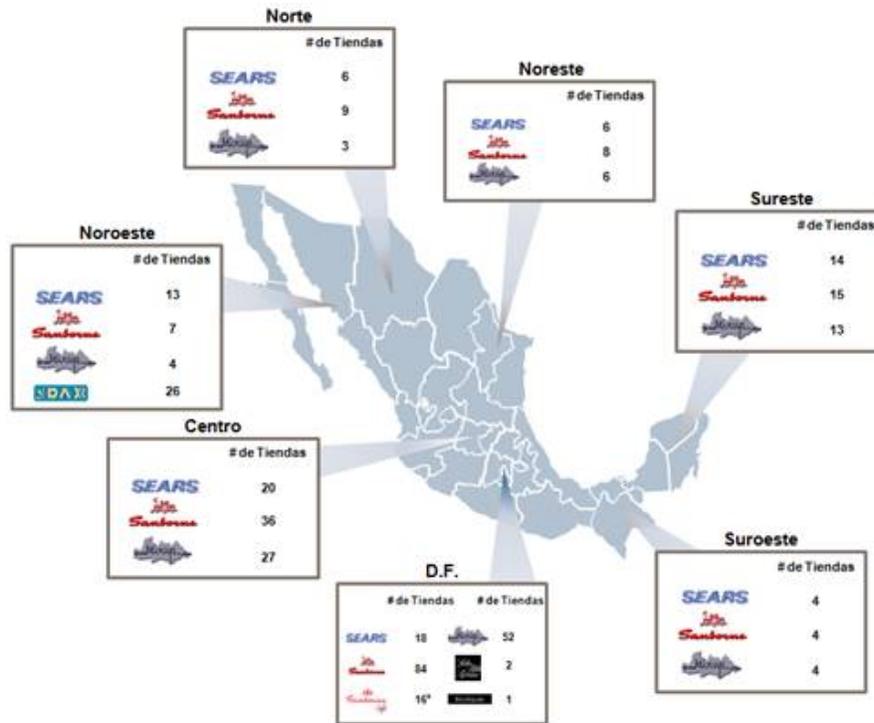
Al 31 diciembre de 2012, la Compañía operaba 414 tiendas y restaurantes en México, tres en El Salvador y una en Panamá. Operamos tiendas *Sears* y boutiques en 42 ciudades; tiendas-restaurantes *Sanborns*, en 43 ciudades; tiendas *iShop*, tiendas de música y videos; y centros *eduMac* distribuidos en 27 ciudades; y tiendas *DAX* distribuidas en 6 ciudades. Adicionalmente operamos tiendas-restaurantes *Sanborns Café* en 8 ciudades. Contamos también con dos tiendas *Saks Fifth Avenue* en la Ciudad de México, así como dos centros comerciales ubicados en la Ciudad de México.

Diversidad Geográfica

Consideramos que la presencia actual de la Compañía en distintos mercados y su experiencia y conocimiento sobre las preferencias y hábitos de consumo en las distintas regiones donde opera, le

proporcionan una ventaja significativa sobre otros competidores que no han penetrado previamente en estos mercados.

A continuación, se incluye un mapa que destaca nuestras principales ubicaciones en México:



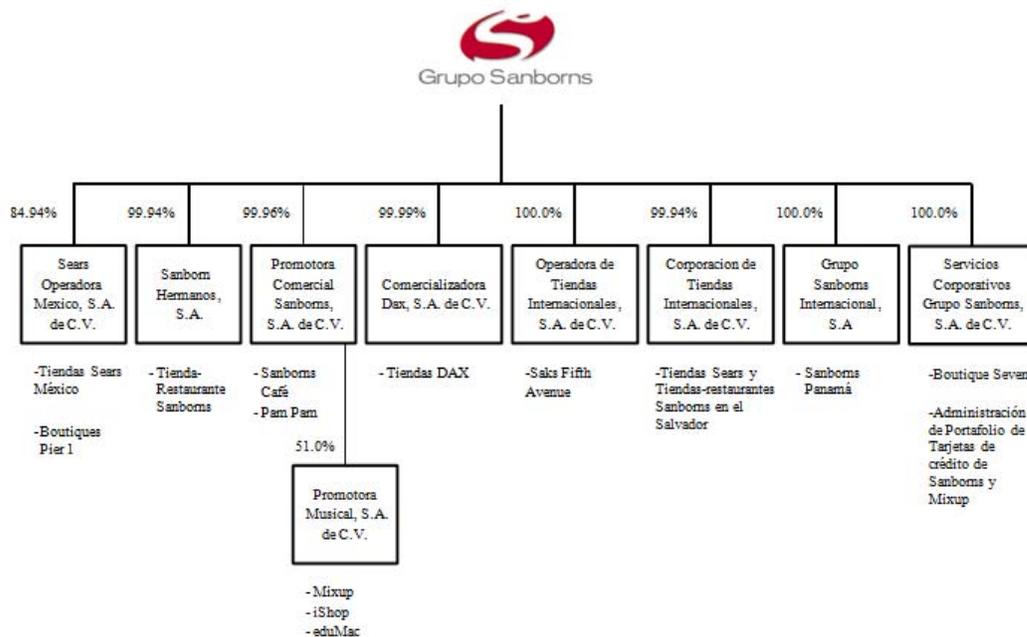
Nota: Grupo Sanborns opera 3 Tiendas Sanborns y 1 Tienda Sears en América Central.
 * No incluye 12 Tiendas Sanborns Café fuera de la Ciudad de México.

La siguiente tabla muestra nuestra diversificación geográfica al 31 de diciembre de 2012:

	Sears y Boutiques	Sanborns	Mixup, iShop, eduMac	DAX	Sanborns Café	Saks Fifth Avenue	Seven boutique	Total	Área de Venta Total
México	81	163	109	26	28	2	1	410	945,800
D.F. y área metropolitana	19	86	52	-	16	2	1	176	349,051
Aguascalientes	1	3	-	-	-	-	-	4	14,480
Baja California Norte	6	3	2	23	6	-	-	40	78,671
Baja California Sur	2	-	-	2	-	-	-	4	15,425
Campeche	-	1	-	-	-	-	-	1	1,359
Chiapas	1	1	2	-	-	-	-	4	11,691
Chihuahua	2	4	2	-	-	-	-	8	25,803
Coahuila	1	3	1	-	-	-	-	5	14,274
Colima	1	1	-	-	-	-	-	2	5,829
Durango	3	1	-	-	-	-	-	4	13,124
Estado de México .	1	3	4	-	-	-	-	8	14,570
Guanajuato	3	4	3	-	-	-	-	10	26,874
Guerrero	2	3	1	-	1	-	-	7	8,863
Hidalgo	2	2	-	-	-	-	-	4	18,193
Jalisco	3	6	8	-	3	-	-	20	39,643
Michoacán	2	3	2	-	-	-	-	7	23,777
Morelos	1	4	2	-	-	-	-	7	11,030
Nayarit	1	1	-	-	-	-	-	2	12,154
Nuevo León	5	6	6	-	-	-	-	17	57,758
Oaxaca	1	-	1	-	-	-	-	2	3,646
Puebla	2	5	3	-	-	-	-	10	22,671
Querétaro	1	3	4	-	-	-	-	8	14,858
Quintana Roo	2	2	3	-	1	-	-	8	18,543
San Luis Potosí	3	3	1	-	-	-	-	7	21,961
Sinaloa	2	2	1	-	-	-	-	5	18,710
Sonora	2	1	1	1	-	-	-	5	15,763
Tabasco	1	4	2	-	-	-	-	7	22,265
Tamaulipas	1	2	-	-	1	-	-	4	7,096
Veracruz	7	5	5	-	-	-	-	17	40,298
Yucatán	4	3	3	-	-	-	-	10	30,962
Zacatecas	-	1	-	-	-	-	-	1	1,532
El Salvador	1	2	-	-	-	-	-	3	11,348
Panama	-	1	-	-	-	-	-	1	1,652
Total	83	169	109	26	28	2	1	418	973,876

Estructura Corporativa

Las operaciones de venta al menudeo y restauranteras, se llevan a cabo a través de diversas subsidiarias. A la fecha de este Prospecto nuestras principales subsidiarias son las siguientes:

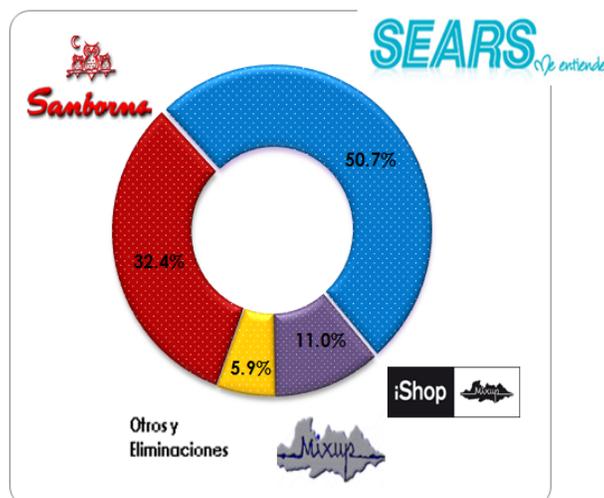


Nuestros Formatos de Negocio

Clasificamos nuestras operaciones en cinco formatos de negocios separados: (i) tiendas departamentales Sears y boutiques, (ii) tiendas-restaurantes Sanborns, (iii) tiendas de música y *iShop* y centros *eduMac*, (iv) tiendas *DAX*, y (v) otras línea de negocio, que incluyen restaurantes *Sanborns Café*, tiendas departamentales *Saks Fifth Avenue* y tiendas *Sears* y tiendas-restaurantes en Centroamérica, boutiques *Seven*, comedores industriales *Pam-Pam*, administración de nuestras tarjetas de crédito *Sanborns* y *Mixup*, así como los centros comerciales *Plaza Loreto* y *Plaza Inbursa*.

Al 31 de diciembre de 2012, contábamos con un total de 418 unidades, bajo nuestros distintos formatos y 2 centros comerciales. Contamos con 79 tiendas *Sears*; 2 tiendas *Saks Fifth Avenue*; 3 boutiques *Pier 1*, 1 boutique *Seven* y 1 boutique *El Palacio de los Perfumes*; 169 tiendas-restaurantes *Sanborns*; 66 tiendas de música; 37 *iShops*; y 6 centros *eduMac*; y 26 tiendas *DAX*. Asimismo, operamos 28 *Sanborns Cafés*, 2 tiendas *Saks Fifth Avenue* y 2 los centros comerciales (*Plaza Loreto* y *Plaza Inbursa*). Consideramos que a futuro no estamos limitados al crecimiento dentro de los formatos antes mencionados, ya que nuestra capacidad de operación, flexibilidad y adaptación nos permiten involucrarnos en, y adaptarnos a, distintos formatos dependiendo de la evolución de la tecnología, medios y los hábitos y preferencias de consumo.

A continuación, se incluye una tabla con la participación en ventas a la que contribuye cada uno de nuestros distintos formatos:



"Otros y eliminaciones" incluye la operación de las tiendas DAX, restaurante Sanborns Café, Saks Fifth Avenue, Sears y tiendas-restaurante Sanborns en Centroamérica, boutique Seven, comedores industriales Pam Pam, ingresos financieros de nuestras tarjetas de crédito Sanborns y Mixup e ingresos por arrendamiento de unidades dentro de nuestros centros comerciales Plaza Loreto y Plaza Inbursa y regalías pagadas por nuestras subsidiarias a Grupo Sanborns y eliminación de operaciones entre subsidiarias.

Tiendas Departamentales Sears y Boutiques

Para el año concluido el 31 de diciembre de 2012, nuestras tiendas departamentales Sears y boutiques, participan con un 51.7% de nuestras ventas netas consolidadas.

La siguiente tabla presenta la evolución de la superficie de ventas de las tiendas departamentales Sears y boutiques y métricas seleccionadas de productividad:

Al y para los años terminados el 31 de diciembre de

	2011	2012
Número de tiendas.....	79	78
Número de boutiques.....	5	4
Superficie de ventas (m ²).....	616,732	609,063
Ventas por metro cuadrado ponderado (miles) (1).....	Ps.29.6	Ps29.7
Crecimiento de ventas mismas-tiendas Sears (%)	5.3	5.7

(1) Calculado como las ventas de las tiendas entre el área de ventas correspondiente al tiempo de operación de la misma durante el periodo analizado, año.

Nuestras tiendas departamentales Sears ofrecen un gran surtido de mercancía que incluye una amplia gama de productos en sus líneas de moda ("softlines") de marcas propias y marcas de reconocido prestigio nacional e internacional, en los departamentos de ropa para dama, caballero y niños, zapatería, joyería, cosméticos, perfumería y accesorios; así como artículos para el hogar ("hardlines"), incluyendo muebles, equipos de audio y video, aparatos electrodomésticos, teléfonos, cámaras, juguetes, artículos

deportivos y herramientas. La mercancía es proveída principalmente por proveedores internacionales y nacionales de prestigio que son seleccionados con base en factores de calidad, servicio y precio.

La mayoría de nuestras tiendas Sears se ubican en centros comerciales. Actualmente, *Sears* es una de las cadenas de tiendas departamentales más grandes en el país con una gran cobertura geográfica. Al 31 de diciembre de 2012, Sears cuenta con una superficie total aproximada de 616,720 m² de piso de venta, 78 tiendas departamentales y cuatro boutiques en México y una tienda en El Salvador

Las tiendas departamentales Sears tradicionalmente tienen mayor volumen de ventas y tráfico de clientes los fines de semana y durante los meses de mayo, junio, noviembre y diciembre, Día de las Madres, Día del Padre, el Buen Fin y por las festividades navideñas. En cuanto a la mercancía de moda, se identifican en forma muy clara dos temporadas, Primavera-Verano, la cual se inicia desde fines de febrero y se prolonga hasta agosto y la temporada de Otoño-Invierno, con colores y texturas más apropiadas, se inicia en septiembre y se concluye en enero del siguiente año.

Nuestras tiendas Sears y boutiques ofrecen una mezcla de artículos de marca propia y marcas reconocidas a nivel nacional e internacional, principalmente en rangos accesibles a la población de ingresos medios y medios-altos. Adicionalmente, Sears regionaliza la mezcla de productos de cada una de sus tiendas dependiendo de los gustos de los consumidores locales, el nivel socio económico de sus clientes y el tamaño de las tiendas.

Crédito al Consumo

Consideramos que Sears ofrece uno de los programas de crédito al consumidor más comprensivos del país, debido a la amplia gama de opciones de financiamiento que ofrecemos. Dada la importancia que tiene el crédito al consumo y los incentivos para la venta de productos comerciales, otorgamos financiamiento a nuestros clientes a través de nuestra tarjeta de crédito *Sears*, con la cual, los clientes pueden comprar en las tiendas *Sears*, restaurantes *Sanborns*, tiendas *DAX* y tiendas *iShop* en México. Adicionalmente aceptamos las principales tarjetas de crédito, tales como Master Card, Visa y American Express.

Al 31 de diciembre de 2012, teníamos aproximadamente 1,636,334 tarjetas de crédito *Sears* activas y el 52.2% de las ventas se liquidaron con nuestras tarjetas de crédito *Sears*. Expedimos dos tipos de tarjetas de crédito, dependiendo de la calidad crediticia y frecuencia de consumo de nuestros clientes: la tarjeta "*Sears Gold Card*" y la tarjeta "*Sears*". Ambas causan los mismos intereses y tienen las mismas condiciones de pago, aunque los límites de crédito autorizados varían de una tarjeta a otra. Los intereses que cobramos a nuestros cuentahabientes *Sears*, se basan en la tasa de interés que establecen nuestros competidores, el costo de fondeo y las tasas de interés cobradas por la competencia.

Nuestra política con respecto a pagos vencidos, consiste en clasificar las cuentas como morosas cuando registran 30 o más días de retraso y en afectar en resultados la posible pérdida de las cuentas con más de 180 días de retraso dependiendo de la circunstancia de la cuenta. Adicionalmente contamos con reservas preventivas con una cobertura del 100% del saldo de todas las cuentas morosas con más de 90 días de retraso. Históricamente hemos experimentado bajas tasas de morosidad en nuestras tarjetas de crédito *Sears*. La tasa de morosidad de nuestro crédito al consumo se mantiene en niveles bajos, al 31 de diciembre de 2012, fue de 2.2%.

Servicios Sears

Ofrecemos servicios post-venta, de reparación, mantenimiento e instalación en nuestras tiendas departamentales *Sears*. Fuimos la primer cadena comercial en ofrecer pólizas de extensión de garantía a sus clientes, en México. Además de ser una línea de negocio rentable, consideramos que nuestra división de servicio técnico nos ayuda a mejorar nuestra relación con nuestros clientes, generando lealtad a largo plazo y es un importante diferenciador con nuestros competidores.

Al 31 de diciembre de 2012, éramos propietarios y operadores de 18 centros de servicio automotriz. Además de ser rentables por sí mismos, consideramos que estos centros generan un tráfico significativo de clientes para las tiendas departamentales correspondientes. Estos centros venden

acumuladores, llantas y otros productos automotrices, además de ofrecer servicios de mantenimiento preventivo que incluyen, afinaciones, reparación y mantenimiento de sistemas de frenos y cambios de aceite.

Concesiones y Servicios a terceros

Dentro de nuestras tiendas departamentales *Sears*, rentamos espacio de venta para servicios tales como reparación de relojes, ópticas y venta de aparatos electrónicos. Recibimos un porcentaje preestablecido de los ingresos del concesionario y este último es responsable de sus propios gastos de operación. Seleccionamos a estos concesionarios de acuerdo con el perfil de los clientes de cada tienda.

Adicionalmente, en nuestras tiendas, se aceptan pagos de servicios de teléfono, recibos de televisión de paga, tarjetas de crédito y servicios American Express, boletos de avión, entre otros.

Opción de venta de Sears Roebuck

De conformidad con el contrato mediante el cual Grupo Carso adquirió de Sears Roebuck una participación accionaria en Sears México, Sears Roebuck puede exigir a Grupo Carso, en cualquier momento, que le compre hasta el 15.0% del capital social de Sears México. El ejercicio de esta opción sería benéfico para Grupo Carso dados que las condiciones y el precio son favorables para esta última. Nosotros no obtendríamos participación alguna o beneficio si dicha opción se ejerce y la adquisición por parte de Grupo Carso tiene lugar.

Tiendas-restaurantes Sanborns

Para el año terminado el 31 de diciembre de 2012, las tiendas-restaurantes *Sanborns* representaban 31.8% de nuestras ventas netas consolidados.

La siguiente tabla presenta la evolución de la superficie de ventas de nuestras tiendas *Sanborns* y del número de asientos disponibles en nuestros restaurantes *Sanborns*, así como métricas seleccionadas de productividad:

	Al y para los años terminados el 31 de diciembre de	
	2011	2012
Número de tiendas-restaurante.....	165	166
Superficie total de ventas (m ²).....	247,308	251,031
Superficie de ventas de tienda (m ²).....	157,430	160,171
Asientos.....	53,420	53,887
Ventas por metro cuadrado ponderado (miles) ⁽¹⁾	Ps.57.0	Ps.59.0
Ventas por asiento ponderado (miles) ⁽²⁾	Ps.46.1	Ps.46.9
Crecimiento de ventas mismas-tiendas (%).....	5.0%	4.2%

⁽¹⁾ Calculado como las ventas de las tiendas entre el área de ventas correspondiente al tiempo de operación de la misma durante el periodo analizado.

⁽²⁾ Calculado como como las ventas de las restaurantes entre el número de asientos correspondiente al tiempo de operación del mismo durante el periodo analizado.

Nuestro formato *Sanborns* es un concepto único en México. Cada tienda-restaurante *Sanborns* es una combinación entre una tienda departamental especializada de pequeña escala, con un restaurante y un bar. La mayoría de las tiendas-restaurantes *Sanborns* son tiendas de un piso, independientes, y que no necesariamente se ubican en centros comerciales.

Al 31 de diciembre de 2012, contamos con 166 tiendas-restaurantes en México con aproximadamente 251,031m² de superficie total de ventas, 160,171m² de superficie de ventas de tienda, 53,887 asientos, es decir, un promedio de 327 asientos por restaurante *Sanborns*. También contamos

con una tienda-restaurant *Sanborns* en Panamá y dos en El Salvador, que representan aproximadamente 5,344m² y 1,033 asientos.

Las tiendas-restaurantes *Sanborns* tradicionalmente tienen mayor volumen de ventas y tráfico de clientes, durante el año, los meses de febrero, mayo, junio, noviembre y diciembre, debido al Día de la Amistad, Día de las Madres, Día del Padre, el Buen Fin y por las festividades de navideñas.

Para promover el tráfico de clientes publicamos y distribuimos la revista “Solo” con productos populares y artículos populares.

Operaciones de Venta al Menudeo.

Las tiendas-restaurantes *Sanborns* ofrecen una amplia variedad de mercancías, tales como libros, revistas, artículos de farmacia, dulces, artículos de tabaquería, juguetes, novedades, regalos, discos, equipo de audio, video y cómputo, teléfonos celulares, relojes de pulsera y pared, cámaras y equipos fotográficos, bisutería, joyería fina o de moda, mascadas, bolsas, guantes, sombrillas, perfumes, cosméticos y algunas prendas de vestir para caballero tales como cinturones y corbatas. Al 31 de diciembre de 2012, las tiendas *Sanborns* son la cadena de librerías más grande de México y una de las cadenas más grandes de productos farmacéuticos. Constantemente procuramos ajustarnos a las necesidades de nuestros clientes, ofreciendo los productos más nuevos y ajustando nuestra mezcla de productos de acuerdo con la ubicación y las preferencias de los clientes de la tienda de que se trate.

Adicionalmente, en nuestras tiendas *Sanborns*, se aceptan pagos de servicios de teléfono, recibos de televisión de paga, tarjetas de crédito American Express, servicios, boletos de avión, entre otros. Además contamos con cajeros automáticos y sucursales bancarias en la mayoría de nuestras tiendas *Sanborns*.

En septiembre de 1999 lanzamos nuestra primera página de comercio electrónico, www.sanborns.com.mx, la cual ofrece una amplia variedad de nuestros productos más populares.

Operaciones de Restaurantes

Cada tienda *Sanborns* cuenta con un restaurante de servicio completo que atiende a todo tipo de clientes y ofrece un menú diverso con especialidades mexicanas a precios accesibles. Nuestros restaurantes *Sanborns* tienen horarios flexibles y sirven desayunos, comidas, cenas, postres, botanas, panadería, pastisería, bebidas preparadas, cerveza y vino. Además de sus operaciones restauranteras, *Sanborns* también opera bares en la mayoría de sus ubicaciones.

En general, los restaurantes *Sanborns* ofrecen un menú uniforme con especiales del día que varían de una región a otra. Sus menús ofrecen una amplia variedad de platillos tradicionales, opciones saludables, menús infantiles, y especialidades de temporada. Consideramos que los restaurantes *Sanborns* son reconocidos por la alta calidad de sus alimentos, precios razonables y buen servicio. Asimismo, consideramos que hemos sido capaces de estandarizar los procesos y operaciones de nuestros restaurantes de manera tal que nos permite mantener la lealtad de nuestros clientes.

Proveeduría

Todas las compras de los productos, alimentos y bebidas que se venden en las tiendas-restaurantes *Sanborns*, se coordinan a través de compradores ubicados en las oficinas generales, de acuerdo a los parámetros de venta de cada tienda-restaurantes.

Las carnes, el café, los helados y algunos de los dulces y chocolates que se venden en las tiendas-restaurantes *Sanborns* de todo el país, provienen de nuestros centros de procesamiento ubicados en la Ciudad de México, en tanto que el centro ubicado en Tlalneantla suministra las sopas y salsas. Los productos que se procesan en estos centros se distribuyen a toda la red nacional de restaurantes *Sanborns* a través de una flotilla de camiones refrigerados de nuestra propiedad. Los centros de procesamiento ubicados en la Ciudad de México y Tlalneantla, suministran la panadería a los restaurantes *Sanborns* ubicados en la Ciudad de México y sus alrededores, mientras que el centro de procesamiento ubicado en Guadalajara, Jalisco, suministra la panadería a los restaurantes *Sanborns* ubicados en la zona aledañas. El pan que se vende en las tiendas ubicadas fuera de la Ciudad de

México y Guadalajara se elabora en panaderías propiedad de Sanborns que se ubican dentro de dichas tiendas o cerca de las mismas.

Crédito al Consumo

Dada la importancia del financiamiento para incentivar la venta de productos, alimentos y bebidas, otorgamos financiamiento a nuestros clientes para sus compras a través de nuestra tarjeta de crédito *Sanborns*, con la cual, los clientes pueden comprar exclusivamente en las tiendas-restaurantes *Sanborns* y *Sanborns Café* en México. También aceptamos las principales tarjetas de crédito, incluyendo Master Card, Visa y American Express.

Al 31 de diciembre de 2012 contábamos con aproximadamente 113,292 cuentas activas y el 3.7% de nuestras ventas se pagaron utilizando nuestra tarjeta de crédito *Sanborns*: la “Tarjeta de Crédito Sanborns”. Los intereses que cobramos a nuestros tarjetahabientes Sanborns se basan en una tasa de interés que establecen nuestros competidores y el costo de financiamientos.

Nuestra política con respecto a pagos vencidos, consiste en clasificar las cuentas como morosas cuando registran 30 o más días de retraso y en afectar en resultados la posible pérdida de las cuentas con más de 180 días de retraso dependiendo de la circunstancia de la cuenta. Adicionalmente contamos con reservas preventivas con una cobertura del 100% del saldo de todas las cuentas morosas con más de 90 días de retraso. Históricamente hemos experimentado bajas tasas de morosidad en nuestras tarjetas de crédito *Sanborns*. La tasa de morosidad de nuestro crédito al consumo se mantiene en niveles inferiores al 4.0%.

Música

iShop y *eduMac*

Para el año concluido el 31 de diciembre de 2012, nuestras tiendas de música y *iShop*, así como nuestros centros *eduMac* representaron el 11.0% de nuestras ventas netas consolidadas.

La siguiente tabla presenta la evolución de la superficie de ventas de las tiendas de música, tiendas *iShop* y centros *eduMac* y métricas seleccionadas de productividad:

	Al y para los años terminados el 31 de diciembre de	
	2011	2012
Número de tiendas de música ⁽¹⁾	69	66
Número de tiendas <i>iShop</i>	33	37
Número de centros <i>eduMac</i> ..	7	6
Superficie de ventas (m ²)	42,098	41,564
Ventas por metro cuadrado ponderado (miles) ⁽²⁾	Ps.88.3	Ps.102.9
Crecimiento de ventas mismas-tiendas	17.5%	10.0%

⁽¹⁾ Tiendas de Música incluye *Mixup*, *Mx Mixup*, *Tower Records* y *Discolandia*.

⁽²⁾ Calculado como las ventas de las tiendas entre el área de ventas correspondiente al tiempo de operación de la misma durante el periodo analizado.

Operamos *Mixup*, *Mx Mixup*, *Tower Records* y *Discolandia* tiendas de músicas, tiendas *iShop* y centros *eduMac* así como tiendas adicionales que combinan estos formatos. Al 31 de diciembre de 2012 tenemos con 39 tiendas *Mixup*, 21 *Mx Mixup*, 2 *Discolandias*, y 4 *Tower Records*, 37 *iShops* y 6 *eduMac*, con aproximadamente 41,564m² de superficie de ventas.

Estrategia de ventas

Nuestras tiendas Mixup y Tower Records se localizan principalmente en centros comerciales; su imagen se encuentra orientada hacia clientela con niveles de ingreso medio y alto. Nuestras tiendas *Discolandia* se localiza en lugares estratégicos de gran afluencia y cuya imagen va dirigida a clientela con niveles de ingreso bajo y medio. En su conjunto, las tiendas de venta de música cuentan con un catálogo de proveedores compuesto por aproximadamente 125,816 SKUs de los cuales 61,360 se encuentran activos.

Los productos musicales de las tiendas de música incluyen música, películas y musicales. Están orientados a consumidores preferentemente jóvenes. Estas tiendas mantienen un inventario de aproximadamente 150,106 SKUs.

Para promover el tráfico de clientes en nuestras tiendas de música distribuimos nuestra revista "Círculo Mixup" con artículos de actualidad y sobre eventos. Adicionalmente, nuestras tiendas *Mixup* y *Mx Mixup* se benefician del tráfico de clientes generado por la aceptación de pago de boletos para conciertos y eventos en vivo a través de los mostradores Ticketmaster, ubicados en nuestras sucursales.

Nuestras tiendas *iShop* están generalmente localizadas en centros comerciales y su imagen y diseño está enfocada para consumidores de clase media y alta. Ofrecemos productos de la marca *Apple*, tales como iPods, iPads, iPhones, computadoras, *software* y varios accesorios, así como servicios de mantenimiento. Nuestros centros *eduMac* ofrecen a los clientes seminarios en artes digitales, utilizando equipo marca *Apple* como plataforma.

En el año 2000 lanzamos nuestra página de comercio electrónico, www.mixup.com.mx, la cual ofrece una amplia variedad de CDs, DVDs y videojuegos, y en el 2008 lanzamos nuestra página de comercio electrónico, www.ishopmixup.com, la cual ofrece una gran variedad de nuestros productos más populares.

Crédito al Consumo

Dada la importancia del financiamiento para incentivar la venta de productos, otorgamos financiamiento a nuestros clientes para sus compras a través de nuestra tarjeta de crédito *Mixup*, con la cual, los clientes pueden comprar en nuestras tiendas *iShop* y *Mixup*. También aceptamos las principales tarjetas de crédito, incluyendo Master Card, Visa y American Express.

Al 31 de diciembre de 2012 contábamos con aproximadamente 9,895 cuentas activas y el 0.4% de nuestras ventas se pagaron utilizando nuestra tarjeta de crédito *Mixup*: la "Tarjeta de Crédito Mixup". Los intereses que cobramos a nuestros tarjetahabientes Mixup se basan en una tasa de mercado con base en las tasas de interés cobradas por nuestros competidores.

Nuestra política con respecto a pagos vencidos, consiste en clasificar las cuentas como morosas cuando registran 30 o más días de retraso y en afectar en resultados la posible pérdida de las cuentas con más de 180 días de retraso dependiendo de la circunstancia de la cuenta. Adicionalmente contamos con reservas preventivas con una cobertura del 100% del saldo de todas las cuentas morosas con más de 90 días de retraso. Históricamente hemos experimentado bajas tasas de morosidad en nuestras tarjetas de crédito *Mixup*. Al 31 de diciembre de 2012 la tasa de morosidad de nuestro crédito al consumo era del 4.1%.

Otros formatos

Para el año concluido el 31 de diciembre de 2012, otros formatos representaron el 5.6% de nuestras ventas netas consolidadas.

Nuestras otras líneas de negocio consisten en los restaurantes *Sanborns Café*, las tiendas departamentales *Saks Fifth Avenue*, las tiendas departamentales *Sears* en Centroamérica y las tiendas-restaurante *Sanborns* en Centroamérica, boutiques *Seven*, comedores industriales Pam Pam, la

administración de un portafolio de tarjetas de crédito para nuestras tiendas *Sanborns* y *Mixup* y los centros comerciales Plaza Loreto y Plaza Inbursa.

DAX

Al 31 de diciembre de 2012, mantenemos 26 unidades bajo la marca comercial *DAX* con una superficie de ventas de 31,658m² y ventas por metro cuadrado ponderado equivalente a \$30.9 mil pesos.

Nuestras tiendas *DAX* ofrecen artículos de conveniencia, de oportunidad, perfumes, cosméticos, cuidado para el cuerpo y artículos para el hogar, a través de la venta directa a consumidores finales. La mayoría de las tiendas *DAX* son tiendas independientes de un solo piso. Operamos las tiendas *DAX* principalmente en el norte del país y atrayendo clientes, incluso del sur de California por ser tiendas fronterizas.

Al 31 de diciembre de 2012, el abastecimiento de mercancías se obtiene en un 44.0% de proveedores de Estados Unidos y 53.0% de proveedores nacionales y el resto de otras partes del mundo, y se realiza con base en factores de calidad, servicio y precio. La mercancía proveniente de Estados Unidos la envían por transporte terrestre al Centro de Distribución de Bodega Otay. Contamos con nuestra propia flotilla de camiones que traslada del Centro de Distribución Otay al Centro de distribución Integral en la Ciudad de Tijuana, Baja California, para posteriormente distribuir la mercancía a cada tienda *DAX*. Adicionalmente, tenemos contratos de abastecimiento de mercancías directas del proveedor a nuestras tiendas *DAX*, los cuales no requieren pasar por el centro de distribución.

Restaurantes Sanborns Café

Al 31 de diciembre de 2012, contábamos con 28 *Sanborns Café* que representan 9,203m² de superficie de ventas, con un promedio de 193 asientos por restaurante y un total de 5,411 asientos. Durante el periodo de doce meses concluido el 31 de diciembre de 2012 tenemos ventas por asiento de \$47.5 mil.

Saks Fifth Avenue

Nuestras tiendas bajo el formato *Saks Fifth Avenue* ofrecen productos y servicios similares a las tiendas *Saks Fifth Avenue* de Estados Unidos, buscando a la vez, adaptarse a las preferencias locales. Al 31 de diciembre de 2012, contamos con dos tiendas departamentales *Saks Fifth Avenue* ubicadas en la Ciudad de México con aproximadamente 18,282m² de superficie de ventas. Durante el año concluido el 31 de diciembre de 2012 tuvimos con un promedio de ventas de \$19.6 mil por metro cuadrado.

Operaciones internacionales

Al 31 de diciembre de 2012, contamos con una tienda departamental *Sears* y dos tiendas-restaurantes *Sanborns* en El Salvador y una tienda-restaurante *Sanborns* en Panamá, con un total de 13,001m² de superficie de ventas. Durante el ejercicio 2012 tuvimos un promedio de ventas de \$32.1 mil por metro cuadrado.

Boutique Seven

Al 31 de diciembre de 2012, contamos con una boutique *Seven* ubicada en el centro comercial Parque Duraznos de la Ciudad de México con 75m² de superficie de ventas. Durante 2012 tuvimos un promedio de venta de \$14.5 mil por metro cuadrado. La cual fue cerrada durante el primer trimestre de 2013.

Comedores industriales Pam Pam

Al 31 de diciembre de 2012, nuestros comedores industriales Pam Pam ofrecen servicio de comida a 33 compañías de México, que generaron ventas por \$128.6.

Administrador del portafolio de nuestras tarjetas de crédito

Al 31 de diciembre de 2012, teníamos 123,187 cuentas activas de nuestras tarjetas de crédito *Sanborns* y *Mixup*, que generaron utilidades por \$122.6 millones durante dicho periodo.

Centros comerciales

Somos propietarios de dos centros comerciales ubicados en la Ciudad de México: Plaza Loreto y Plaza Inbursa. Al 31 de diciembre de 2012, contábamos con un total de 73,725m² de superficie rentable, con arrendadores de alta calidad y operando al 100% de su capacidad. Rentamos aproximadamente 136 unidades comerciales a una variedad de negocios, y nuestras tiendas ancla incluye *Sanborns*, *Mixup*, *iShop*, así como salas de cine.

Los locales ubicados en Plaza Loreto y Plaza Inbursa son arrendados por la Compañía a través de un contrato marco de arrendamiento. Dicho contrato cuenta con una vigencia forzosa convenida por las partes, es intransferible a terceros, requiere de un depósito en garantía y no contempla la posibilidad de subarrendar el local por parte del arrendatario en turno. La base para calcular el monto a pagar por el arrendatario por concepto de renta son las ventas netas obtenidas en cada mes. La renta a pagar estará comprendida por una renta mínima garantizada la cual se cubre por mensualidades adelantadas; en adición a una renta porcentual, misma que deberá cubrirse por meses vencidos cuando el porcentaje de las ventas netas obtenidas por el arrendatario mensualmente supere los montos correspondientes a la renta mínima garantizada.

Plaza Loreto. El centro comercial Plaza Loreto está orientado al entretenimiento y enfocado a jóvenes consumidores de clase media y alta. Plaza Loreto, ubicada en las instalaciones de una antigua fábrica de papel, utiliza el inmueble que se convirtió en centro comercial en 1993 y abrió sus puertas en diciembre del mismo año. Plaza Loreto cuenta con 66 locales y ha mantenido un nivel de ocupación del cien por ciento en todo momento, desde su inauguración. Plaza Loreto también cuenta con restaurantes y un museo de arte operado por una asociación civil afiliada a la Compañía. Durante 2001, se concretó la incorporación de Plaza Opción, ubicada esta última junto a Plaza Loreto, con la cual aumentó áreas de estacionamiento y otras instalaciones, incluyendo restaurantes, un club deportivo y salas de cine comercial.

Plaza Inbursa. Fue inaugurada a finales de 1997 este centro comercial (antes *Plaza Cuicuilco*), que al igual que Plaza Loreto, está enfocado al entretenimiento. Plaza Inbursa atrae al mismo tipo de consumidores que Plaza Loreto. Plaza Inbursa, que alberga 71 locales, cuenta también con salas de cine comercial, además de un gimnasio, varios restaurantes, un teatro, una amplia área de exposición de tecnología, ocupada por Telmex y un centro de entretenimiento infantil. Los locales se encontraban rentados totalmente antes de su inauguración. La Compañía considera que las ventas en este centro comercial son impulsadas por su ubicación al lado de las oficinas principales de Grupo Financiero Inbursa, S. A.B. de C. V. y de un edificio de oficinas propiedad de Telmex.

Otras oportunidades y desinversiones.

Adicionalmente a los formatos que generalmente operamos, hemos explorado otras oportunidades de negocio. Consideramos que estas adquisiciones aunque posteriormente desinvertidas demuestran nuestro enfoque pragmático y nos abre nuevas oportunidades de negocio e industrias. A través de estas inversiones hemos adquirido participación en la cadena *CompUSA*, panaderías *El Globo* en 1999; así como la cadena de panaderías "*Pastelerías Monterrey*", tiendas minoristas *Solo un Precio*, *MAS* y la fábrica de papel Loreto y Peña Pobre. A la fecha del presente Reporte hemos vendido nuestra participación en dichos negocios o concluido operaciones cuando estos se tornaron menos rentables.

Proveedores

Adquirimos nuestros productos de más de 4,194 proveedores. Para el 31 de diciembre de 2012, ninguno de nuestros proveedores o grupo de ellos representa más del 10% del total de los productos que adquirimos. Consideramos que nuestros proveedores actuales son capaces de adecuarse a nuestros

requerimientos de productos por lo que no anticipamos tener dificultades en nuestros requerimientos futuros. No hemos experimentado dificultades para obtener el tipo o cantidad de mercancía, alimentos o bebidas que requerimos para la operación de nuestras tiendas o restaurantes. Consideramos que seremos capaces de encontrar fuentes alternativas sin mayor dificultad para nuestro negocio si nuestros proveedores dejaran de ser capaces de proporcionarnos los productos que requerimos.

La siguiente tabla muestra información de nuestros principales proveedores en México al 31 de diciembre de 2012:

Nombre del proveedor	Porcentaje total de nuestras compras
Apple Operations México, S. A. de C. V.	9.94%
Radiomóvil Dipsa, S. A. de C. V.	5.24%
Samsung Electronics, México, S. A. de C. V.	3.98%
Sony de México, S. A. de C. V.	3.05%
LG Electronics México, S.A. de C.V.	2.02%

En 2012, el 8.4% de nuestras ventas en México provienen de productos importados. Adicionalmente, vendemos ciertos productos importados que adquirimos de empresas transnacionales, distribuidores y mayoristas en México a precios denominados en Pesos. No consideramos que nuestra relación con nuestros proveedores se dé en términos menos favorables que aquellos de nuestra competencia.

Pagamos a nuestros proveedores locales en Pesos conforme a los términos pactados con cada uno de ellos. Algunas veces pagamos a ciertos proveedores extranjeros en Dólares o, con menor frecuencia, en otras monedas.

ii) Canales de Distribución

Nuestros canales de distribución son nuestros establecimientos o puntos de venta, ubicados en gran parte de la República Mexicana y, en menor medida en El Salvador y Panamá.

Operamos preponderantemente a través de la venta directa a consumidores finales y utilizando como medios de pago las tarjetas de crédito de la Compañía, tarjetas bancarias, tarjetas American Express, efectivo y otras formas de pago como vales, certificados y monederos.

Grupo Sanborns cuenta además con páginas electrónicas a través de las cuales se promocionan y venden nuestros productos. Estas páginas incluyen: www.sanborns.com.mx, www.mixup.com.mx, <http://www.ishopmixup.com> and www.edumac.com.mx. Por otra parte, contamos con ciertos productos de mayoreo, que distribuimos en diversas ubicaciones que no necesariamente son nuestras afiliadas, tales como chocolates que producimos en nuestra propia fábrica de chocolates ubicada en la Ciudad de México, que distribuimos a través de cines, cadenas de farmacias y tiendas de autoservicio.

Las compras de los productos que se venden en todos nuestros formatos se coordinan a través de compradores ubicados en las oficinas generales, quienes llevan a cabo las compras de manera centralizada, en su mayoría.

Contamos con un sistema de intercambio electrónico de datos con la mayoría de nuestros proveedores, que nos permite emitir órdenes de compra e instrucciones de etiquetado de precios electrónicamente a nuestros proveedores, lo cual reduce el costo de las órdenes de compra e incrementa

la eficiencia del manejo de inventarios. Asimismo, se tienen celebrados contratos con algunos de los principales transportistas en el país, con el objeto de transferir mercancías a nuestras diferentes tiendas.

La Compañía cuenta con 5 centros de recepción y distribución de mercancía para nuestras tiendas, dos en la Ciudad de México, uno en Tijuana, Baja California, uno en Monterrey, Nuevo León, y uno en Mérida, Yucatán. Asimismo, contamos con tres comisariatos, o centros de procesamiento de alimentos, uno en la Ciudad de México, uno en Tlalnepantla, Estado de México y otro en Guadalajara, Jalisco y los productos elaborados que se procesan en estos centros se distribuyen a toda la red nacional de restaurantes *Sanborns* a través de una flotilla de camiones refrigerados propiedad de Sanborns.

Publicidad

Anunciamos nuestros formatos Sears, Sanborns y Saks Fifth Avenue en los principales medios, incluyendo periódicos, radio, revistas, televisión, anuncios espectaculares, salas de cine, internet y otros. La publicidad de Sears se enfoca hacia la moda de temporada, artículos para el hogar, artículos de novedad exclusivos, las ofertas y la disponibilidad de crédito. En Sears, diversificamos tanto los medios como el volumen de nuestros esfuerzos publicitarios dependiendo del tamaño y los segmentos de sus mercados. Para atraer consumidores más jóvenes y a la población femenina, dichas campañas publicitarias se basan en las estrategias publicitarias “Colección Primavera-Verano” y “Colección Otoño-Invierno”. La publicidad de *Sanborns* se enfoca a su imagen y productos más populares como libros, artículos electrónicos, artículos de novedad, artículos exclusivos, programas de lealtad, festivales gastronómicos, menús infantiles y ligero. Las tiendas-restaurantes *Sanborns* también llevan a cabo actividades promocionales, cuentan además con la revista “Solo”, para promocionar los artículos populares. La publicidad de Saks se enfoca hacia la exclusividad de sus productos de moda y accesorios y el alto reconocimiento de las marcas que ofrece.

Las tiendas de música y video y unidades *iShop* se anuncian en revistas y periódicos, así como en la radio y se enfoca principalmente en el lanzamiento de sus productos y el reconocimiento de las marcas que ofrece. Las tiendas de música también llevan a cabo actividades de promoción y cuentan con su revista “Círculo Mixup” que promueve los productos más populares y de moda.

Un elemento clave del fortalecimiento de imagen de nuestros formatos, consiste en adaptar la mezcla de nuestros productos al mercado local de cada una de sus tiendas. Los cambios en la mezcla de productos incluyen el diseño de estilos, colores y texturas suaves, así como una selección de productos, niveles de inventario y precios que consideran el gusto y las expectativas del mercado local. También diseñamos nuestras campañas publicitarias y eventos promocionales de acuerdo con los mercados locales. En general, los precios al menudeo se establecen en forma uniforme para todas las tiendas.

Como cualquier otro minorista en México, ofrecemos ventas a meses sin intereses en nuestras mercancías de precios más elevados, en coordinación con las compañías de tarjetas de crédito. Bajo estos programas de promoción, llamados “Meses sin intereses” los clientes pagan el total del precio a través de su compañía de tarjeta de crédito y van pagando el saldo durante periodos de 3 a 20 meses, a través de pagos iguales, mensuales y libres de intereses. El riesgo crediticio es asumido por las compañías de tarjetas de crédito y no por nosotros. Al momento de la venta, nosotros generalmente recibimos el precio de compra menos un descuento negociado con la compañía de tarjetas de crédito. La disponibilidad de las políticas crediticias de cada una de las compañías de tarjetas de crédito. Los términos del descuento con nosotros son negociados con cada una de ellas.

iii) Patentes, licencias marcas y otros contratos

Marcas

Las principales marcas que utilizamos en nuestro negocio son *Sears, Saks Fifth Avenue, Sanborns, Sanborns Café, Sólo Sanborns, iShop, Mixup, Pier 1, Seven, Palacio de los Perfumes, y DAX.*

Nuestras principales marcas que reconocen a los negocios que operamos son:



De las principales marcas que utilizamos *Sanborns*, *Sanborns Café*, *Sólo Sanborns*, *iShop*, *Mixup*, y *DAX*, son marcas propias. Además de contar con una licencia de uso respecto a las marcas *Sears*, *Saks Fifth Avenue*, *Pier 1*, *Seven*, y *Palacio de los Perfumes*.

Sanborns es propietaria y utiliza marcas de productos propios elaborados en sus fábricas, asimismo, en los productos de dulces y chocolates, *Sanborns* fabrica y comercializa sus marcas conocidas en el mercado como los chocolates *Capitán*, *Tecolote*, *Manicero*, así como los dulces *Ponpons*, *Gomitas* y sus tradicionales cajas de chocolates *Azulejos*.

En junio de 2009 *Sanborns* vendió la marca de lociones Flor de Naranja, de cremas Teatrical y de tintes para cabello Henna Egipcia, por aproximadamente \$300 millones.

La marca *Sanborns* y diseño se encuentra registrada en diversos países del mundo entre los cuales se encuentran: México, Argentina, Costa Rica, Chile, Estados Unidos de América, España, Perú, Venezuela, Unión Europea, Ecuador, Honduras, Nicaragua, El Salvador, entre otros.

La marca *Mixup* y diseño, se encuentra protegida en diferentes partes del mundo como: México, Estados Unidos de América, Nicaragua, Panamá, Perú, la Comunidad Europea, Costa Rica, Argentina, Chile, Brasil, entre otros.

A continuación se presenta una relación de las marcas registradas de la Compañía:

No.DE REGISTRO	TIPO	SIGNO DISTINTIVO	CLASE	PRODUCTOS		VENCIMIENTO
799652	Marca Mixta	CANNUBI Y DISEÑO	14	Relojes	Comercializadora Dax S.A. de C.V.	12-Mar-23
825948	Marca Mixta	DAX Y DISEÑO	42	Tienda de autoservicio, excluyendo expresamente servicios de comercialización de equipos y materiales de cómputo.	Comercializadora Dax S.A. de C.V.	18-Sep-22
874500	Marca Nominativa	DORIAN'S	36	Seguros, asuntos financieros, asuntos monetarios, asuntos inmobiliarios.	Comercializadora Dax S.A. de C.V.	31-01-15
469421	Marca Mixta	DORIAN'S Y DISEÑO	25	Toda clase de vestuario.	Comercializadora Dax S.A. de C.V.	18-Ene-14
822852	Marca Mixta	DORIAN'S Y DISEÑO	35	Tienda departamental.	Comercializadora Dax S.A. de C.V.	18-Sep-22
793738	Marca Mixta	LA BOLA Y DISEÑO	35	Tienda departamental.	Comercializadora Dax S.A. de C.V.	18-Sep-22
832904	Marca Mixta	SUPER DAX Y DISEÑO	35	Tienda de autoservicio.	Comercializadora Dax S.A. de C.V.	18-Sep-22
563067	Marca Nominativa	PLAZA CUICUILCO	41	Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales.	Grupo Sanborns S.A. de C.V.	24-sep-17
663821	Marca Mixta	PLAZA CUICUILCO Y DISEÑO	35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina	Grupo Sanborns S.A. de C.V.	09-May-20
625696	Marca Mixta	PLAZA LORETO Y DISEÑO	35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina	Grupo Sanborns S.A. de C.V.	27-feb-18
1157177	Marca Nominativa	PLAZA SAN LUIS	35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina	Grupo Sanborns S.A. de C.V.	21-abr-20
52693	Aviso Comercial	BEAUTY KEY	35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina	Operadora de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V.	03-Abr-19
853685	Marca Nominativa	CHRISTIE & JILL	25	Vestidos, calzados, sombrerería.	Operadora de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V.	23-Ago-14
1320995	Marca nominativa	NAHIA	44	Servicios médicos; servicios veterinarios; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.	Operadora de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V.	06-jun-22
1330489	Marca mixta	NAHIA INSTITUTE	3	Jabones, productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares, dentífricos	Operadora de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V.	16-jun-22
1324247	Marca mixta	NAHIA INSTITUTE	5	Productos farmacéuticos, productos higiénicos y sanitarios para uso medico, alimentos y sustancias dietéticas para uso medico, complementos nutricionales para seres humanos.	Operadora de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V.	26-jun-22
867218	Marca Nominativa	NEW GIRLS	25	Vestidos, calzados, sombrerería.	Operadora de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V.	10-Dic-14
55035	Aviso Comercial	SHINY PEOPLE	25	Vestidos, calzados, sombrerería.	Operadora de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V.	02-Sep-19

No.DE REGISTRO	TIPO	SIGNO DISTINTIVO	CLASE	PRODUCTOS		VENCIMIENTO
806413	Marca Nominativa	TRAD CLUB	25	Vestidos, calzados, sombrerería.	Operadora de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V.	09-Jul-13
51238	Aviso Comercial	WANT IT	35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina	Operadora de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V.	19-Dic-18
420842	Marca Mixta	DISCOLANDIA Y DISEÑO	35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina	Promotora Musical, S.A. de C.V.	06-May-22
1073552	Marca Nominativa	ISHOP	35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina	Promotora Musical, S.A. de C.V.	31-Oct-18
1057687	Marca Nominativa	ISHOP MIXUP	35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina	Promotora Musical, S.A. de C.V.	11-Ago-18
425259	Marca Nominativa	MIXUP	16	Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés.	Promotora Musical, S.A. de C.V.	10-Ago-22
604624	Marca Nominativa	MIXUP	9	Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesar, de medida, de señalización, de control (inspección), de socorro (salvamento) y de enseñanza; aparatos para la conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos para el registro, transmisión, reproducción del sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; distribuidores automáticos y mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas calculadoras, equipos para el tratamiento de la información y ordenadores; extintores.	Promotora Musical, S.A. de C.V.	23-Feb-19
399002	Marca Nominativa	MIXUP	35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina	Promotora Musical, S.A. de C.V.	26-Mar-20
420049	Marca Mixta	MIXUP DISEÑO Y	35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina	Promotora Musical, S.A. de C.V.	06-May-22
845437	Marca Mixta	MX MIXUP	35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina	Promotora Musical, S.A. de C.V.	19-May-14
1217309	Marca Nominativa	TECHPEOPLE	37	Servicios de construcción, servicios de reparación, servicios de instalación.	Promotora Musical, S. A. de C. V.	01-Feb-21

No.DE REGISTRO	TIPO	SIGNO DISTINTIVO	CLASE	PRODUCTOS		VENCIMIENTO
1218338	Marca Nominativa	TECHPEOPLE	42	Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.	Promotora Musical, S. A. de C. V.	01-Feb-21
451824	Marca Nominativa	LOS TECOLOTES	30	Café, te, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagu, sucedáneo del café, harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles, miel, jarabe de menta, levaduras, polvos para esponjar, sal, mozzarella, vinagre, especias y salsas (excepto para ensaladas)	Sanborn Hermanos, S.A.	14-May-13
451825	Marca Nominativa	LOS TECOLOTES	43	Servicios prestados por establecimientos que se encargan Escencialmente, de procurar alimentos o bebidas preparadas para el consumo	Sanborn Hermanos, S.A.	24-May-13
1159869	Marca Nominativa	LOS TECOLOTES	16	Papel, cartón y artículos de estos materiales, no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción y de enseñanza (excepto aparatos); materiales plásticos para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés.	Sanborn Hermanos, S.A.	04-may-20
1159870	Marca Nominativa	LOS TECOLOTES	28	Juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de Navidad.	Sanborn Hermanos, S.A.	04-may-20
578308	Marca Mixta	AZULEJOS Y DISEÑO	30	dulces, chocolates y confitería	Sanborn Hermanos, S.A.	11-Mar-18
82046	Marca Innominada	BUHOS (LOGO)	25	Todo Tipo de Vestuario	Sanborn Hermanos, S.A.	10-May-15
81933	Marca Innominada	BUHOS (LOGO)	34	Artículos para fumadores (excluyendo productos de tabaco, cerillos y fosforos) excepto de metales preciosos y sus aleaciones	Sanborn Hermanos, S.A.	06-May-15
81934	Marca Innominada	BUHOS (LOGO)	14	Solo productos de metales preciosos, metales preciosos, joyería, bisutería fina y piedras preciosas.	Sanborn Hermanos, S.A.	06-May-15
81935	Marca Innominada	BUHOS (LOGO)	16	Solo papel, carton y artículos de estas materias, papelería y artículos de oficina (excepto muebles)	Sanborn Hermanos, S.A.	09-May-15
279764	Marca Innominada	BUHOS (LOGO)	30	Alimentos y sus ingredientes, Dulces y chocolates	Sanborn Hermanos, S.A.	04-Ago-22
403321	Marca Innominada	BUHOS (LOGO)	43	Servicios de Restaurantes	Sanborn Hermanos, S.A.	25-May-20
395650	Marca Mixta	COCOLETE Y DISEÑO	30	Chocolates	Sanborn Hermanos, S.A.	10-Ene-16
340498	Marca Mixta	EL CAPITÁN Y DISEÑO	30	Chocolate y todas sus clases	Sanborn Hermanos, S.A.	08-Abr-22
65171	Marca Nominativa	EL CAPITÁN	30	Toda clase de Chocolates	Sanborn Hermanos, S.A.	23-Feb-16

No.DE REGISTRO	TIPO	SIGNO DISTINTIVO	CLASE	PRODUCTOS		VENCIMIENTO
975715	Marca Nominativa	FESTIVAL GOMET SANBORNS	43	Servicios para proveer alimentos y bebidas.	Sanborn Hermanos, S.A.	15-Feb-17
936000	Marca Mixta	CRAN CACIONERO MEXICANO	9	Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, topográficos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesar, de medir, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos para conducir, interrumpir, transformar, acumular, regular o controlar la electricidad; aparatos para la grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos para grabar; máquinas expendedoras automáticas y mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, maquinas calculadoras, equipo para el procesamiento de información y computadoras; extintores.	Sanborn Hermanos, S.A.	16-Mar-16
933424	Marca Mixta	GRAN CACIONERO MEXICANO	16	Papel, cartón y artículos de estos materiales, no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción y de enseñanza (excepto aparatos); materiales plásticos para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés.	Sanborn Hermanos, S.A.	16-Mar-16
731404	Marca Mixta	GRUPO SANBORNS Y DISEÑO	35	Publicidad; gestion de negocios comerciales, administracion comercial, trabajos de oficina.	Sanborn Hermanos, S.A.	10-Jul-21
896805	Marca Mixta	GRUPO SANBORNS Y DISEÑO	42	Restauración (alimentacion), alojamiento temporal, cuidados medicos, de higiene y de belleza, servicios veterinarios y de agricultura, servicios juridicos, investigacion juridicos, investigacion cientifica e industrial, programacion de ordenadores	Sanborn Hermanos, S.A.	10-Jul-21
1164304	Marca Innominada	LOGO BUHO OJOS	43	Servicios de Restauración (alimentación); hospedaje temporal.	Sanborn Hermanos, S.A.	21-abr-20
1170204	Marca Innominada	LOGO BUHO OJOS	30	Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.	Sanborn Hermanos, S.A.	18-may-20
1065296	Marca Innominada	LOGO FAMILIA TECOLOTES	43	Servicios de Restauración (alimentación); hospedaje temporal.	Sanborn Hermanos, S.A.	23-abr-20

No.DE REGISTRO	TIPO	SIGNO DISTINTIVO	CLASE	PRODUCTOS		VENCIMIENTO
1190153	Marca Innominada	LOGO FAMILIA TECOLOTES	21	Utensilios y recipientes para el menaje y la cocina; peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases.	Sanborn Hermanos, S.A	18-may-20
451824	Marca Nominativa	LOS TECOLOTES	30	Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagu, sucedánea del café, harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles, miel, jarabe de menta, levaduras, polvos para esponjar, sal, moztaza, vinagre, especias y salsas (excepto para ensaladas)	Sanborn Hermanos, S.A.	14-May-13
451825	Marca Nominativa	LOS TECOLOTES	43	Servicios prestados por establecimientos que se encargan esencialmente, de procurar alimentos o bebidas preparadas para el consumo	Sanborn Hermanos, S.A.	24-May-13
1159869	Marca Nominativa	LOS TECOLOTES	16	Papel, cartón y artículos de estos materiales, no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción y de enseñanza (excepto aparatos); materiales plásticos para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés.	Sanborn Hermanos, S.A.	04-may-20
1159870	Marca Nominativa	LOS TECOLOTES	28	Juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de Navidad.	Sanborn Hermanos, S.A.	04-may-20
628679	Marca Mixta	S Y DISEÑO	35	Publicidad; dirección de negocios; administración de negocios; trabajos de oficina.	Sanborn Hermanos, S.A.	18-Ago-19
630541	Marca Mixta	S Y DISEÑO	42, 43 y 44	Servicios Jurídicos, Investigación Científica e industrial, programación de órdenes, servicios que no pueden ser clasificados en otras clases. Restauración (alimentación), alojamiento temporal. Cuidados médicos, de higiene y belleza, servicios veterinarios y de agricultura.	Sanborn Hermanos, S.A.	18-Ago-19
1145877	Marca Mixta	S Y DISEÑO	25	Vestido, calzado y sombrería.	Sanborn Hermanos, S.A.	14-ene-20
82544	Marca Nominativa	SANBORNS	8	Artículos para fumadores, incluyendo productos de tabaco	Sanborn Hermanos, S.A.	03-May-20
82214	Marca Nominativa	SANBORNS	16	Solo papel, cartón y artículos de estas materias, papelería y artículos de oficina (excepto muebles)	Sanborn Hermanos, S.A.	03-May-15
81855	Marca Nominativa	SANBORNS	39	Vestuario	Sanborn Hermanos, S.A.	03-May-20

No.DE REGISTRO	TIPO	SIGNO DISTINTIVO	CLASE	PRODUCTOS		VENCIMIENTO
13353	Nombre Comercial	SANBORNS		MANUFACTURAR, COMPRAR, VENDER, IMPORTAR, EXPORTAR Y COMERCIAR EN GENERAL TODA CLASE DE ARTICULOS	Sanborn Hermanos, S.A.	19-Dic-13
793168	Marca Nominativa	SANBORNS	43	Servicios de Restaurantes	Sanborn Hermanos, S.A.	30-Abr-13
847879	Marca Nominativa	SANBORN BOUTIQUE	35	Publicidad; gestion de negocios comerciales, administracion comercial, trabajos de oficina.	Sanborn Hermanos, S.A.	05-Ago-14
513950	Marca Mixta	SANBORNS CAFÉ Y DISEÑO	43	Los servicios prestados por establecimientos que se encargan esencialmente de procurar alimentos o bebidas preparadas para el consumo; tales servicios pueden ser prestados por restaurantes.	Sanborn Hermanos, S.A.	13-Nov-15
635359	Marca Mixta	SANBORNS Y DISEÑO	38	Telecomunicaciones	Sanborn Hermanos, S.A.	02-Ago-19
627074	Marca Mixta	SANBORNS Y DISEÑO	35	Publicidad; gestion de negocios comerciales, administracion comercial, trabajos de oficina.	Sanborn Hermanos, S.A.	26-Jul-19
843170	Marca Mixta	SOLO PARA TI Y DISEÑO	16	Revistas	Sanborn Hermanos, S.A.	25-Sep-22
1157422	Marca Nominativa	TECOLUNCH	43	Servicios de Restauración (alimentación); hospedaje temporal.	Sanborn Hermanos, S.A.	22-abr-20
1162242	Marca Nominativa	TECOLUNCH	28	Juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de Navidad.	Sanborn Hermanos, S.A.	18-may-20
1161774	Marca Nominativa	TECOLUNCH	16	Papel, cartón y artículos de estos materiales, no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción y de enseñanza (excepto aparatos); materiales plásticos para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés.	Sanborn Hermanos, S.A.	18-may-20
736327	Marca Nominativa	BRUNO MAGNANI	25	Vestidos, calzado y sombrería.	Sears Operadora México S.A. de C.V	19-Nov-21
1095824	Marca Nominativa	HOME NATURE	18	Cuero e imitaciones de cuero, y productos hechos de estos materiales no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; látigos, arneses y talabartería.	Sears Operadora México S.A. de C.V	19-Mar-19
1059235	Marca Nominativa	HOME NATURE	21	Utensilios y recipientes para la casa o la cocina (que no sean de metales preciosos, ni chapeados); peines y esponjas; cepillos o brochas (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de cepillos o brochas; artículos de limpieza; estropajos de acero; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio usado en la construcción);	Sears Operadora México S.A. de C.V	31-Jul-17

No.DE REGISTRO	TIPO	SIGNO DISTINTIVO	CLASE	PRODUCTOS		VENCIMIENTO
1026309	Marca Nominativa	HOME NATURE	20	Muebles, espejos, marcos; productos (no comprendidos en otras clases) de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, hueso de ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar y sustitutos de todos estos materiales o plásticos.	Sears Operadora México S.A. de C.V	31-Jul-17
1098210	Marca Nominativa	HOME NATURE	27	Alfombras, tapetes, esteras, linoleum y otros materiales para recubrir los pisos existentes; tapices colgantes para pared (no textiles).	Sears Operadora México S.A. de C.V	19-Sep-18
1318926	Marca Nominativa	LIFE STYLER	28	Juegos y juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; adornos para árboles de Navidad.	Sears Operadora México S.A. de C.V	18-may-22
1314878	Marca Nominativa	LIFE STYLER	24	Tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases; ropa de cama; ropa de mesa.	Sears Operadora México S.A. de C.V	18-may-22
572058	Marca Mixta	JEANIOUS JEAN Y DISEÑO	25	Vestidos, calzado y sombrería.	Sears Operadora México S.A. de C.V	22-Ene-18
580681	Marca Mixta	JEANIOUS JEAN Y DISEÑO	42	Servicios de comercialización de todo tipo de vestuario, calzado, sombrería y perfumería, artículos de piel, ropa de cama, telas blancos, artículos de deporte, regalos, artículos de fantasía, bisutería fina y joyería fina, lentes, relojes, artículos de fotografía, aparatos electrónicos y eléctricos, computadoras y sus accesorios, muebles, línea blanca.	Sears Operadora México S.A. de C.V	18-Mar-18
565074	Marca Mixta	JEANIOUS Y DISEÑO	25	Vestidos, calzado y sombrería.	Sears Operadora México S.A. de C.V	13-Oct-17
565420	Marca Mixta	JEANIOUS Y DISEÑO	42	Servicios de comercialización de todo tipo de vestuario, calzado, sombrería y perfumería, artículos de piel, ropa de cama, telas blancos, artículos de deporte, regalos, artículos de fantasía, bisutería fina y joyería fina, lentes, relojes, artículos de fotografía, aparatos electrónicos y eléctricos, computadoras y sus accesorios, muebles, línea blanca.	Sears Operadora México S.A. de C.V	13-Oct-17
647706	Marca Mixta	JNS y diseño	25	Vestidos, calzado y sombrería.	Sears Operadora México S.A. de C.V	16-Nov-19
390973	Marca Nominativa	PABELLON POLANCO	35 y 42	Servicios prestados para la administración y alquiler de locales de diverso giro que integran un centro comercial. Se excluyen los servicios de ayuda en la dirección o explotación de las empresas que alquilen dichos establecimientos. Servicios prestados para la administración y alquiler de locales de diverso giro que integran un centro comercial. Se excluyen los servicios de ayuda en la dirección o explotación de las empresas que alquilen dichos establecimientos.	Sears Operadora México S.A. de C.V	19-Dic-14
3777717	Marca Nominativa	PABELLON POLANCO	36	Negocios inmobiliarios incluyendo el establecimiento, la operación, y comercialización de todo tipo de centros comerciales.	Sears Operadora México S.A. de C.V	19-Dic-14

No.DE REGISTRO	TIPO	SIGNO DISTINTIVO	CLASE	PRODUCTOS		VENCIMIENTO
593527	Marca Nominativa	PLAZA INSURGENTES	36	Negocios inmobiliarios incluyendo el establecimiento, la operación, y comercialización de todo tipo de centros comerciales.	Sears Operadora México S.A. de C.V	15-Oct-18
812391	Marca Mixta	POLE POSITION	25	Vestidos, calzado y sombrería.	Sears Operadora México S.A. de C.V	30-Jul-13
691900	Marca Mixta	POLE POSITION	9	Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, topográficos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesar, de medir, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos para conducir, interrumpir, transformar, acumular, regular o controlar la electricidad; aparatos para la grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos para grabar; máquinas expendedoras automáticas y mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, maquinas calculadoras, equipo para el procesamiento de información y computadoras; extintores.	Sears Operadora México S.A. de C.V	18-Oct-20
692776	Marca Mixta	POLE POSITION	16	Papel, cartón y artículos de estos materiales, no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción y de enseñanza (excepto aparatos); materiales plásticos para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés.	Sears Operadora México S.A. de C.V	18-Oct-20
689363	Marca Mixta	POLE POSITION	18	Cuero e imitaciones de cuero, y productos hechos de estos materiales no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas y bastones; látigos, arneses y talabartería.	Sears Operadora México S.A. de C.V	18-Oct-20
577179	Marca Nominativa	POLE POSITION	25	Vestidos, calzado y sombrería.	Sears Operadora México S.A. de C.V	20-Abr-18
689362	Marca Mixta	POLE POSITION	34	Tabaco; artículos para fumadores; cerillos.	Sears Operadora México S.A. de C.V	18-Oct-20

Licencias Sears

Sears México celebró un contrato de licencia de uso de marcas con Sears Roebuck, conforme el cual Sears México obtuvo, entre otros derechos: (1) una licencia exclusiva para utilizar la marca "Sears" en la operación de tiendas de venta al menudeo en México y (2) una licencia no exclusiva para utilizar ciertas marcas, nombres comerciales, lemas y otros derechos de propiedad Sears Roebuck en la comercialización y venta de ciertos productos de esta última. La contraprestación que Sears México paga a Sears Roebuck es 1.0% de sus ingresos totales, excluyendo ingresos de bienes raíces o por servicios de crédito a terceros, y está vigente hasta el 30 de septiembre de 2019. Asimismo, contamos con una licencia no exclusiva para el uso de la marca *Sears* en El Salvador. Además de los productos de marca,

Sears México ha celebrado contratos de licencia exclusiva con Sears Roebuck, para vender productos de línea de artículos para el hogar (“*hardlines*”) con las marcas Kenmore y Craftsman marcas propiedad de Sears Roebuck.

Nuestras tiendas departamentales Sears están desarrollando su propia línea de ropa para dama, caballero y niños, artículos para baño y otros. Sears México considera que en términos generales la mercancía de marca propia le ofrece al cliente una mayor calidad a precios más bajos y tiene márgenes de utilidad superiores a la mercancía de marcas reconocidas, y que su programa de marcas propias ayuda a distinguirla de sus competidores. Al 31 de diciembre de 2012, el 7.0% de las ventas de menudeo de Sears México, se derivaron de la venta de mercancía de marca propia. Procuramos incrementar el porcentaje de participación en el total de ventas representado por las ventas de mercancía de marca propia.

Sears México tiene una licencia exclusiva (*Pier 1*) que vence en el año 2022. Sears México vende mercancía de “*Pier 1*” en la mayoría de sus tiendas departamentales Sears y en boutiques. Sears México también cuenta con una licencia exclusiva para vender ropa casual bajo la marca *Carlo Corinto* en México. Esta licencia está vigente hasta el 31 de diciembre de 2017.

Marca	Clase	Vencimiento
Kenmore	7	31-Marzo-15
Kenmore	7,9,11 y 16	31-Marzo-15
Craftsman	9 y 11	26-Sep-21
Craftsman	16,19,21,24 y 27	27-Nov-20
DieHard	9	3-Nov-15
Franco Rossini	25	27-Jun-16
Canyon River	25	3-Ago-20
Canyon River	3	7-Ago-16

Acuerdo no exclusivo Apple

Tenemos un acuerdo no exclusivo para vender productos de la marca Apple en México, que estará vigente mientras no se de por terminado por cualquiera de las partes sujeto a condiciones normales de proveduría. Nuestro proveedor puede limitar, restringir o suspender la venta de productos en cualquier tiempo y nosotros podemos cancelar el acuerdo de tiempo en tiempo. Generalmente vendemos estos productos en nuestras tiendas *Sears*, *Sanborns* y *iShop*. Adicionalmente hemos celebrado un contrato de distribución con Apple que nos otorga condiciones favorables respecto a sus productos y accesorios. Este contrato de distribución incluye la facultad de actuar como distribuidor educativo autorizado con Apple.

Acuerdo y Licencia Saks Fifth Avenue

Tenemos un acuerdo exclusivo con Saks & Company con duración hasta el año 2022 para (i) la utilización del nombre *Saks Fifth Avenue* en tiendas departamentales en México; (ii) la venta en dichas tiendas departamentales de los materiales, productos y marcas registradas a nombre de Saks, Inc. en México; y (iii) la utilización para fines publicitarios de las marcas propiedad de Saks, Inc., incluyendo todo tipo de medios electrónicos y digitales en México. La contraprestación que cada una de las tiendas Saks Fifth Avenue pagan a Saks & Company es por un monto base aproximado de 125,000.00 Dólares al trimestre. De acuerdo con el contrato, Grupo Sanborns será el propietario y operará las tiendas con la licencia de *Saks Fifth Avenue*. En caso de que la Compañía decida prorrogar o renovar el acuerdo exclusivo de licencia, deberá cubrir un monto anual, dicho monto se actualizará con base en los cambios observados en el índice de precios al consumidor de los Estados Unidos (United States of America Consumer Price Index) correspondiente al ejercicio en turno.

Otros acuerdos

Durante los últimos tres ejercicios sociales no hemos celebrado contratos relevantes diferentes a los celebrados en el curso ordinario de los negocios.

iv) Principales Clientes

En virtud de que las ventas están destinadas a consumidores finales no existe dependencia respecto de algunos clientes en especial. Nuestro principal cliente es el público en general. Durante el año 2011, atendimos, a través de nuestras subsidiarias, a aproximadamente 116,472,237 millones de transacciones con clientes.

Consideramos que el servicio al cliente de nuestras tiendas, boutiques y restaurantes es un factor determinante para el establecimiento de una clientela leal y creciente.

v) Legislación Aplicable y Situación Tributaria

Dentro de las principales leyes y normas aplicables que nos rigen en México se encuentran: la Ley General de Sociedades Mercantiles, Ley del Impuesto sobre la Renta, Ley del Impuesto al Valor Agregado, Ley del Impuesto a los Depósitos en Efectivo, Ley Aduanera, Ley de Comercio Exterior, Ley del Impuesto Especial sobre Producción y Servicios, Ley de la Propiedad Industrial, Ley Federal de Protección al Consumidor, Ley Federal de Competencia Económica, Ley de Inversión Extranjera, Ley de Instituciones de Crédito y Ley del Impuesto Empresarial a Tasa Única, además de toda la regulación referente a Protección Civil. Adicionalmente, a partir de que las Acciones de la Compañía se inscriban en el RNV, nos será aplicable la Ley del Mercado de Valores, y las disposiciones derivadas de la misma.

Para una descripción de nuestra situación tributaria ver "Impuestos a la Utilidad" en la sección "Comentarios y Análisis de la Administración sobre los Resultados de Operación y Situación Financiera".

Operaciones de Alimentos y Bebidas

Existen ciertos aspectos de las operaciones de alimentos y bebidas de la Compañía que están sujetos a regulación por parte de los gobiernos federal, estatal y municipal. En términos generales, las operaciones de alimentos y bebidas de la Compañía están reguladas por leyes de salud e higiene y por reglamentos locales, leyes para el funcionamiento de establecimientos mercantiles, normas oficiales y otras disposiciones similares, en donde la Compañía tiene operaciones.

Operaciones Inmobiliarias

Varios aspectos de las operaciones inmobiliarias de la Compañía están regulados por parte del gobierno federal, estatal y municipal. En términos generales, las actividades inmobiliarias de la Compañía están sujetas a: (i) leyes y reglamentos que regulan el desarrollo urbano, planeación y zonificación y

delega la responsabilidad de promulgar leyes y reglamentos en materia de desarrollo urbano a las autoridades locales, estatales y del Distrito Federal; (ii) los reglamentos de construcción y de protección civil locales, estatales y del Distrito Federal, que regulan la construcción de edificios, incluyendo la obtención y el otorgamiento de los permisos y licencias necesarios para ello; y (iii) leyes y reglamentos federales, estatales y del Distrito Federal que regulan el desarrollo ambiental.

vi) Recursos Humanos

Al 31 de diciembre de 2012, las empresas filiales de la Compañía contaban con 47,122 empleados, de los cuales, 6,763 son de confianza, 706 funcionarios y 39,653 empleados sindicalizados. Los salarios son ajustados cuando hay un aumento en los salarios mínimos decretado por la Comisión Nacional de Salarios Mínimos.

Las subsidiarias operativas de la Compañía llevan a cabo programas de capacitación para su personal gerencial y demás empleados. Todos los empleados están obligados a participar en ciertos programas de entrenamiento básico. Posteriormente, se ofrecen cursos de capacitación de niveles medio y avanzado, que son obligatorios.

Tenemos relación con dos sindicatos nacionales y algunos contratos colectivos celebrados con centrales obreras u organizaciones sindicales nacionales con los que la Compañía mantiene relaciones cordiales. A continuación, se presenta una relación de los empleados sindicalizados y no sindicalizados por cada uno de nuestros formatos:

	2 0 1 1			2 0 1 2		
	Sindicato	Confianza	Total	Sindicato	Confianza	Total
Sears	11,738	5,517	17,255	11,681	5,679	17,360
Sanborns	23,600	426	24,026	23,842	429	24,271
Promusa	2,073	197	2,270	2,086	220	2,306
Otros	2,035	1,136	3,171	2,044	1,141	3,185
Total	39,446	7,276	46,722	39,653	7,469	47,122

La Compañía, por ser una sociedad controladora, no tiene una nómina con personal propio. A nivel subsidiarias, se destaca lo siguiente:

Sears México y boutiques

Al 31 de diciembre de 2012, Sears México tenía 17,591 empleados (incluyendo a los empleados eventuales), de los cuales 9,427 eran vendedores. Sears opera con 2 centros de capacitación en la Ciudad de México, así como uno en la Ciudad de Tijuana, Baja California, y 68 salones en total, ubicados en nuestras unidades operativas y centros corporativos. Sears mantiene un programa de capacitación permanente para sus empleados administrativos y operativos.

Durante 2012 se han realizado más de 15 mil eventos de capacitación sobre inducción al puesto, adiestramiento, operación, formación humana y conocimiento de los productos que vendemos, esto considera aproximadamente 140,000 participantes. En el caso de la capacitación de desarrollo gerencial se realizaron 204 eventos con un total de 4,770 participantes aproximadamente. Por otra parte, se llevaron a cabo en las unidades corporativas como son centrales de crédito 327 eventos en manejo técnico de los sistemas y operación a un total de 4,526 participantes aproximadamente; en servicio técnico se impartieron 530 eventos para el adecuado conocimiento de la operación y solución de las

fallas de aparatos y servicios que atendemos, llegando a un total de 5,470 participantes aproximadamente.

Ofrecemos a nuestros empleados un programa de desarrollo personal a través de ASUME (Asociación de la Superación por México). Este programa motiva el crecimiento personal y apego a los valores personales y empresariales del grupo y se continúa impartiendo de manera regular, egresando aproximadamente 2 generaciones anuales por unidad operativa, lo cual motiva el crecimiento. Tanto en la zona metropolitana como en las ciudades del interior de la República, han participado aproximadamente 15,000 participantes, con resultados muy favorables.

Sanborns, Sanborns Café, música, iShop y eduMac

Al 31 de diciembre de 2012, Sanborns, Sanborns Café y las tiendas de música y iShop y los centros eduMac tenían 27,745 empleados, todos ellos de tiempo completo. Los empleados de Sanborns están afiliados a algún sindicato (salvo los empleados de confianza, que representan aproximadamente el 2.0% del total de empleados). Existen sindicatos para las distintas regiones del país. Los contratos colectivos de Sanborns se encuentran celebrados con una vigencia indefinida. Una parte de los ingresos de los vendedores y algunos empleados operativos de estas empresas se deriva de las comisiones.

Sanborns opera dos centros de capacitación para preparar al personal gerencial de sus restaurantes y tiendas en cuestiones tales como prácticas de venta y administración. Además de los programas de capacitación ofrecidos por Sanborns, la empresa exhorta a sus gerentes a que participen en programas de capacitación y entrenamiento externos para mejorar sus aptitudes administrativas.

Sanborns mantiene un programa de capacitación permanente para sus empleados administrativos y operativos. Asimismo, durante 2012, Sanborns ofreció un programa de introducción para sus empleados de nueva contratación, en el cual los empleados que tienen contacto con el cliente recibieron entrenamiento sobre técnicas de venta, servicio al cliente y conocimiento de la línea de productos.

Durante 2012 se han realizado más de 8 mil eventos de capacitación sobre: capacitación introductoria, capacitación operativa, capacitación gerencial, sistemas en la operación, adiestramiento en plantas industriales, lo que involucró aproximadamente a 47,897 participantes. Nos enfocamos en incrementar las sesiones de entrenamiento de fuerzas de venta a través de cursos específicos dedicados al desarrollo gerencial, estrategias de venta y conocimiento del producto.

DAX

Al 31 de diciembre de 2012, DAX contaba con 1,027 empleados, incluyendo a los empleados eventuales, de los cuales 509 eran vendedores.

En el año 2012 DAX impartió un total de 521 cursos de capacitación que corresponden a la inducción del personal en conocimientos de la empresa y procedimientos operativos, manejo de sistemas, así como en temas de conocimiento de los productos que vendemos en estas unidades operativas. Durante el año se realizaron 5 capacitaciones para promover el desarrollo gerencial.

Saks Fifth Avenue

Al 31 de diciembre de 2012, para la operación de *Saks Fifth Avenue* contábamos con 321 empleados, incluyendo a los empleados eventuales, de los cuales 166 eran vendedores.

En el año 2012 se han realizado un total de 220 eventos de capacitación que corresponden a la inducción del personal en conocimientos de la empresa y procedimientos operativos, manejo de sistemas, así como en temas de conocimiento de los productos.

vii) Desempeño Ambiental

Consideramos que nos caracterizamos por cumplir con las normas ambientales que le son aplicables y que hemos obtenido las autorizaciones necesarias, principalmente en materia de control y registro de aguas residuales, emisiones a la atmósfera, así como para el manejo y disposición final de residuos sólidos y materiales peligrosos cuando por necesidades del negocio se manejan o se generan. Para tales efectos, normalmente contratamos los servicios de empresas debidamente autorizadas por las autoridades ambientales o sanitarias respectivas.

Consideramos que ninguna de las actividades propias de los negocios que maneja representan algún riesgo importante considerable en materia ambiental, por lo que no estamos sujetos a controles o registros especiales, salvo aquellos indispensables para nuestra operación como desechos de residuos sólidos y emisiones de plantas de electricidad. Además, nuestras actividades tienen un impacto ambiental bajo.

En Sanborns y Sears se asume con responsabilidad la protección del medio ambiente para ello se están implementando políticas con base en las normas establecidas por las autoridades ambientales con la finalidad de reducir los impactos negativos al entorno. Continuamente, se están buscando áreas de oportunidad para la aplicación de tecnologías más eficientes como por ejemplo el ahorro de energía eléctrica, en el cual se están efectuando pruebas con nuevas luminarias base de LED's. La iluminación de las unidades es una carga importante de energía, con lo cual se pretende reducir los impactos negativos en el ambiente y hacen más eficientes las unidades.

Para la protección del Medio Ambiente se han implementado y utilizado durante 2012 los siguientes programas de acción:

- Programa de Ahorro de Energía: utilizamos fuentes de energías renovables, tales cogeneradores a base de gas natural. Además, hemos iniciado un (i) programa de reemplazo de nuestras leyendas exteriores para que sean iluminadas con tecnología LED y (ii) la sustitución de equipos de aire acondicionado.
- Programa de Ahorro de Agua: colocamos limitadores de flujo de agua en las tarjas de nuestras cocinas, regaderas y lavamanos, que han logrado la disminución del consumo de agua en aproximadamente 4.0%. Adicionalmente estamos paulatinamente introduciendo mingitorios que no utilizan agua.
- Programa de Reducción de Uso y Reciclaje de Papel: nuestras oficinas corporativas comenzaron a utilizar papel reciclado para evitar la tala de árboles y conservar los bosques.

Estamos desarrollando, entre otros, un programa de cogeneración de energía eléctrica que nos permitirá reducir costos y lograr un impacto positivo en el medio ambiente.

viii) Información del Mercado

Cada uno de nuestros formatos enfrenta diferentes competidores. El sector de ventas al menudeo industria es altamente competitiva y se caracteriza por la alta rotación de inventarios, control de gastos operativos y bajos márgenes de utilidad como porcentaje de las ventas. En contraste, nuestras tiendas-restaurantes *Sanborns* no compiten directamente con otras tiendas dado su formato único. Sin embargo, consideradas como dos industrias separadas, nuestras tiendas *Sanborns* compiten con otros minoristas especializados y nuestros restaurantes *Sanborns* compite en un mercado altamente fragmentado y competitivo. Finalmente, nuestras tiendas de música y tecnología compiten en gran medida con tiendas independientes más pequeñas y con vendedores en tiendas departamentales.

Los ingresos en el sector de ventas al menudeo dependen principalmente del mantenimiento de altos volúmenes de venta por tienda, compra eficiente de productos, eficiencia en la distribución y en los gastos de operación, así como en el manejo de inventarios. La publicidad y gastos relacionados son necesarios para mantener nuestra posición competitiva en grandes mercados. La competencia de nuestras tiendas minoristas y departamentales se basa en factores de precio, ubicación, selección y calidad de mercancía, servicio, estado de las tiendas y promociones. Consideramos que nuestras ventajas competitivas son nuestros precios y nuestra habilidad para adaptarnos a mercados locales.

El sector de las ventas al menudeo en México está fragmentado y los consumidores tienen a su disposición múltiples formatos de tienda que incluyen establecimientos tradicionales, modernos e informales. Adicionalmente, ciertas empresas de venta al menudeo en Estados Unidos han establecido asociaciones con otras empresas mexicanas que compiten con nuestras tiendas y pueden continuar haciéndolo en el futuro. El sector tradicional en México, que agrupa a la mayoría de los establecimientos existentes, consiste principalmente en pequeñas tiendas que tienen un número reducido de empleados, son administradas como negocios familiares, están orientadas a consumidores locales y tienen una o muy pocas sucursales. En contraste, el sector moderno agrupa a un reducido porcentaje del total de establecimientos, aunque se estima que genera un porcentaje importante del total de ventas al menudeo. Estimamos que las preferencias de los consumidores se alejarán de las tiendas más pequeñas a establecimientos modernos en la medida en que consumidores buscan mejor calidad, selección de productos, conveniencia y precios más bajos.

Consideramos que tenemos una ventaja competitiva sobre nuestros competidores en México, dada nuestra capacidad para combinar los aspectos positivos de establecimientos tradicionales y modernos. Consideramos que ofrecemos una selección diversa de productos a un costo relativamente bajo a nuestros consumidores mientras consideramos nuestros mercados locales para la selección de nuestros productos.

Sears compete con Liverpool, Coppel, Elektra, El Palacio de Hierro, Fábricas de Francia y Suburbia, y tiene una fuerte posición de mercado en enseres domésticos y otros bienes de consumo duradero, a través de marcas desarrolladas por Sears en los Estados Unidos, que incluyen a Kenmore y Craftsman.

Debido a su formato único, Sanborns no enfrenta competencia directa, sin embargo en forma general compete con tiendas departamentales, farmacias y cadenas de restaurantes. El negocio de los restaurantes en México está altamente fragmentado. Consiste de cadenas nacionales, cadenas mexicanas y algunos restaurantes independientes. Consideramos que Vips representa al competidor más significativo para Sanborns, ya que los clientes ven a Vips y a Sanborns como sustitutos equivalentes. Otros competidores en este segmento incluyen a Wings, Toks, California y El Portón, algunos de los cuales pertenecen a cadenas de supermercado como Wal-Mart y Comercial Mexicana.

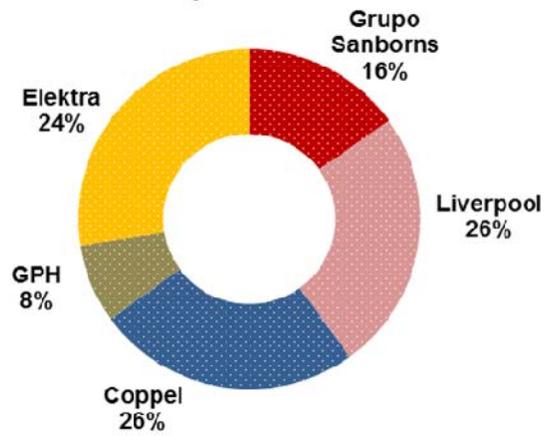
En música y tecnología nuestras tiendas de música son líderes en un mercado muy fragmentado compuesto principalmente de pequeñas tiendas independientes y departamentos de discos de grandes tiendas departamentales. Las tiendas iShop compiten principalmente con productos similares en tiendas dentro de tiendas departamentales y otras especializadas.

A continuación se presenta la participación de mercado en términos de ingresos al 31 de diciembre de 2011 y 2012 de las principales empresas del sector departamental:

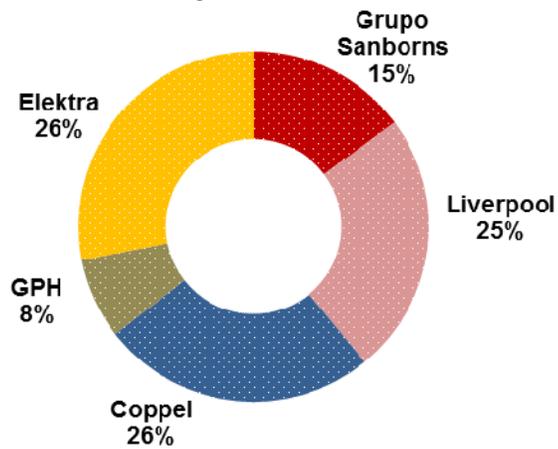
	Año terminado el 31 de diciembre de 2011		Año terminado el 31 de diciembre de 2012	
	Ingresos (millones de Pesos)	Participación de mercado (%)	Ingresos (millones de Pesos)	Participación de mercado (%)
Grupo Sanborns	36,416	16.2	39,411	14.9
Liverpool	58,648	26.2	66,247	25.0
Coppel	58,667	26.2	68,643	26.0
Elektra	52,807	23.6	69,863	26.4
GPH	17,564	7.8	20,303	7.7
Total	224,103	100.0	264,468	100.0

Fuente: BMV reportes trimestrales al 4T12.

Competencia 2011

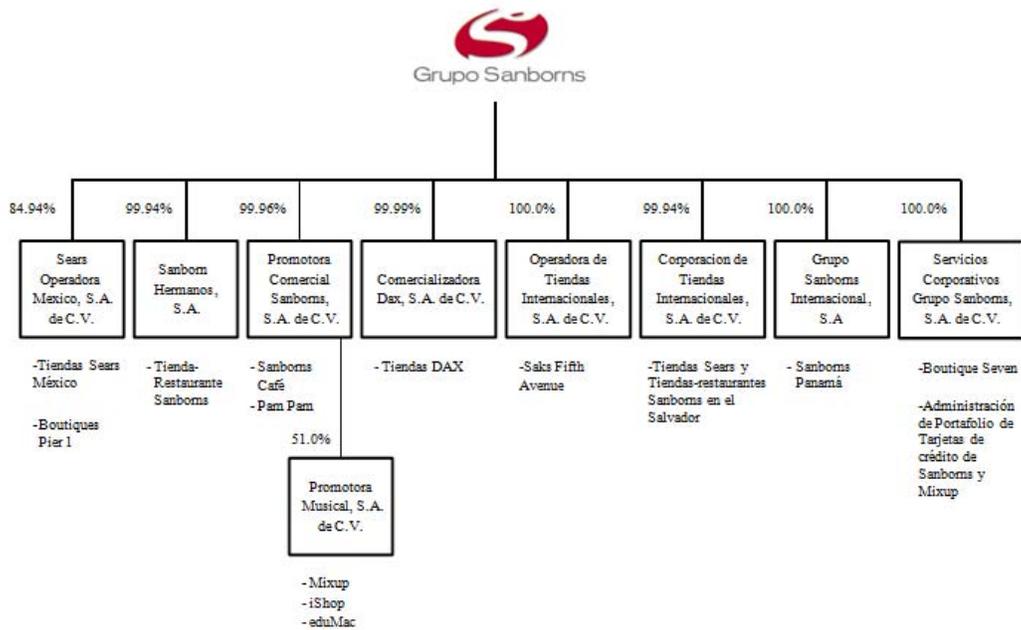


Competencia 2012



ix) Estructura Corporativa

Las operaciones de venta al menudeo y restauranteras, se llevan a cabo a través de diversas subsidiarias. A la fecha de este Reporte nuestras principales subsidiarias son las siguientes:



x) Descripción de los Principales Activos

Activos Inmobiliarios

Nuestros inmuebles consisten principalmente en diferentes formatos de tienda y restaurantes y en centros de distribución y comisariatos. Creemos que nuestras instalaciones actuales son adecuadas para nuestras operaciones presentes y crecimiento contemplado.

De las 418 tiendas y restaurantes abiertos al 31 de diciembre de 2012, 70 eran propios y 348 eran arrendados. La mayoría de los contratos de arrendamiento celebrados tienen una vigencia de cinco años o pueden prorrogarse por dicho plazo a nuestra opción. Normalmente negociamos un porcentaje sobre las ventas y existe un mínimo fijo cuando el porcentaje anterior no cubre esa cantidad. En 2012, los pagos de renta por las tiendas, restaurantes y centros de distribución que rentábamos ascendieron a Ps.1,200.0 millones.

La siguiente tabla muestra el número de tiendas, restaurantes y el resto de los activos inmobiliarios de los que éramos propietarios o arrendábamos al 31 de diciembre de 2012 así como su superficie de ventas:

Centro	Antigüedad	Propio/Rentado
Puntos de venta Sears	Variable	79 rentadas
Puntos de venta Sanborns Café	Variable	7 propias y 21 rentadas
Puntos de venta Sanborns	Variable	49 propias y 120 rentadas
Puntos de venta Boutiques	Variable	5 rentadas
Puntos de Venta Música, Ishop, Centros Edumac	Variable	14 propias y 95 rentadas
Puntos de venta Dax	Variable	26 rentadas
Puntos de venta Saks Fifth Avenue	Variable	2 rentadas
Centros Comerciales	Variable	2 Propios
Comisaría Viaducto	feb-68	Propia
Comisaría Guadalajara	feb-89	Propia
Comisaría Tlalnepantla	dic-91	Propia
Bodega Monterrey	may-90	Propia
Fábrica Excélsior	mar-82	Propia
CDT Sears	mar-54	Rentada
CDT Tijuana	may-05	Rentada
CDT D.F.	1979	Rentada
Otros Inmuebles	1982	Propia

xi) Procesos Judiciales, Administrativos o Arbitrales

Dentro del curso habitual de negocios nos vemos involucrados en diversos procedimientos legales en los distintos países donde operamos. Estos procedimientos incluyen demandas de carácter fiscal y laboral, reclamaciones contractuales. A la fecha de la preparación del Informe Anual, no enfrentamos ningún proceso judicial, administrativo o arbitral que pudiera representar un costo o beneficio igual o mayor al 10.0% de nuestros activos.

La nota 25 de los Estados Financieros Dictaminados de la Compañía de diciembre de 2012, contienen una descripción de los procedimientos legales importantes de los que somos parte, sin embargo, no consideramos que dichos procedimientos judiciales puedan afectar de manera adversa y significativa los resultados de Grupo Sanborns, ver sección “Factores de Riesgo”, en particular “La Compañía está involucrada en diversos litigios”). El monto total de dichos procesos está pulverizado y su resolución es de manera individual, y puede diferirse en distintos momentos y en los años subsiguientes, por tal motivo consideramos que dichos juicios no tendrían un impacto material adverso en la situación financiera consolidada, ni en los resultados de operación de la misma ni el de sus subsidiarias.

xii) Acciones Representativas del Capital Social

En asamblea general ordinaria y extraordinaria de accionistas celebrada el 29 de enero de 2013 y protocolizada mediante escritura pública número 8,672 de fecha 29 de enero de 2013, otorgada ante el Lic. Eduardo Francisco García Villegas Sánchez Cordero, notario público número 248 del Distrito Federal, México e inscrita ante el Registro Público de Comercio del Distrito Federal bajo el folio mercantil 3633*, nuestros accionistas aprobaron, entre otros, iniciar un proceso de oferta pública inicial de acciones en México y una oferta privada en el extranjero. Asimismo, los accionistas de la Compañía, en esa misma asamblea general ordinaria y extraordinaria de accionistas, resolvieron modificar los estatutos sociales de la Compañía totalmente para adecuarlos a las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores aplicables a las sociedades anónimas bursátiles, a efecto de adoptar el régimen de una sociedad anónima bursátil de capital variable y cambiar su denominación a “Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V.”

En la misma asamblea, (i) se dejó constancia de que el capital social de Grupo Sanborns, después de la división accionaria o *split*, queda representado por 1,949,691,764 de acciones íntegramente suscritas y pagadas, Serie “B-1”, ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, representativas de la parte fija del capital social; (ii) se aprobó aumentar el capital social de la Compañía en su parte fija, sin derecho a retiro, mediante la emisión de hasta 432,308,236 acciones nominativas, ordinarias, de la Serie “B-1”, para que el capital mínimo fijo sin derecho a retiro autorizado de la Compañía quede representado por un total de hasta 2,382,000,000 acciones.

Derivado de las resoluciones mencionadas en el párrafo inmediato anterior, el capital social de Grupo Sanborns quedó, en términos generales, como sigue:

	Acciones	Serie	Parte del Capital
Acciones Suscritas y Pagadas	1,949,691,764	“B-1”	Fija
Acciones Pendientes de suscripción y pago	432,308,236	“B-1”	Fija
Total Autorizado	2,382,000,000	“B-1”	Fija

En el último ejercicio, Grupo Sanborns no ha sido objeto de ninguna oferta pública para tomar el control de la Compañía, ni Grupo Sanborns ha realizado oferta alguna para tomar el control de otras compañías.

La siguiente tabla establece la distribución del capital social de la Compañía a la fecha de este documento:

Acciones al 29 de abril de 2013		
Accionista	Cantidad	%
Grupo Carso, S.A.B. de C.V.	1,949,263,586	81.83%
Público Inversionista	405,736,414	17.04%
Acciones de Tesorería	27,000,000	1.13%
Total Autorizado	2,382,000,000	100.00%

A la fecha del presente reporte, salvo por lo mencionado en la sección “*Principales Accionistas*” ninguno de los otros consejeros o altos funcionarios de Grupo Sanborns tiene participación alguna del capital social de la Compañía.

xii) Dividendos

El decreto de dividendos y, en su caso, el monto de los mismos, está sujeto a la aprobación de la Asamblea Ordinaria de Accionistas, previa recomendación del Consejo de Administración, con el voto afirmativo de la mayoría de los votos presentes en dicha Asamblea, la cual, a su vez, para considerarse legalmente reunida, requiere la representación de al menos la mitad del capital social de la Compañía. De conformidad con la Ley de Sociedades Mercantiles, la distribución de utilidades sólo podrá hacerse después de que hayan sido debidamente aprobados por la asamblea de accionistas los estados financieros que las arrojen. No podrá hacerse distribución de utilidades mientras no hayan sido restituidas o absorbidas mediante aplicación de otras partidas del patrimonio, las pérdidas sufridas en uno o varios ejercicios anteriores, o haya sido reducido el capital social. La capacidad de la Compañía para pagar dividendos podría verse afectada en forma adversa en razón de las disposiciones contenidas en los instrumentos relacionados con la deuda que llegue a contratar en el futuro; y depende en cualquier caso de la capacidad de sus subsidiarias para generar utilidades y pagarle dividendos. Además, de las utilidades netas de toda sociedad, antes de repartir utilidades, deberá separarse anualmente el 5.0% para formar el fondo de reserva, hasta que importe la quinta parte del capital social. El fondo de reserva deberá ser reconstituido de la misma manera cuando disminuya por cualquier motivo.

Cabe señalar que el consejo de administración no tiene una política expresa para hacer la propuesta correspondiente a la asamblea de accionistas de la Sociedad. Los cambios de los resultados de nuestra posición operativa y financiera, incluidos aquellos derivados de acontecimientos económicos extraordinarios y a los factores de riesgo descritos en “Factores de Riesgo” que afectan nuestra situación financiera y liquidez podrían afectar o no la declaración de dividendos y el monto de los mismos. Por lo tanto, no podemos garantizar que pagaremos dividendos ni el monto de cualquier dividendo si llegáramos a pagarlo.

Durante los ejercicios 2009, 2010 y 2011 la Compañía no distribuyó dividendos. En el año de 2012 pagó dividendos a razón de \$1.230964 por acción, lo que equivale a un total de \$1,200.0 millones. En Asamblea General Ordinaria de Accionistas de fecha 29 de abril de 2013 se decretó el pago de un dividendo de \$0.76 por acción lo que equivale a un total de \$1,789,800 millones los cuales serán pagados en dos partes, la primera en junio y la segunda en el mes de diciembre de 2013.

Para mayor información en relación con el tratamiento fiscal de los dividendos véase “Tratamiento Fiscal - Pagos de Dividendos”.

III. INFORMACIÓN FINANCIERA

A) Información Financiera Seleccionada

Los siguientes cuadros muestran un resumen de la información financiera consolidada seleccionada de la Compañía que deriva y que deben ser leídos junto con los Estados Financieros Auditados por el despacho Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C. , miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited.

Los Estados Financieros Consolidados Auditados al 31 de diciembre de 2012 y 2011 por los fueron preparados bajo Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) de acuerdo a lo siguiente:

Adopción de IFRS - La Compañía adoptó las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) y sus adecuaciones e interpretaciones emitidos por el Consejo Emisor de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB por sus siglas en inglés), en vigor al 31 de diciembre de 2012 por sus estados financieros anuales por el año que terminó el 31 de diciembre 2012; consecuentemente, su fecha de transición es el 1 de enero de 2011 y los estados financieros por el año que terminó el 31 de diciembre 2011 formarán parte del periodo cubierto por los primeros estados financieros anuales bajo IFRS.

Dado que la fecha de transición de la Compañía a las IFRS es el 1 de enero de 2011, la Compañía ha aplicado la IFRS 1, *Adopción inicial de las Normas Internacionales de Información Financiera*. La IFRS 1 generalmente requiere la aplicación retrospectiva de las normas e interpretaciones aplicables a la fecha del primer reporte. Sin embargo, IFRS 1 permite ciertas excepciones en la aplicación de algunas normas a los periodos anteriores, con el objeto de asistir a las entidades en el proceso de transición. La Compañía ha aplicado las excepciones obligatorias y ha elegido ciertas opciones.

Una descripción de los efectos de adopción de IFRS, incluyendo una discusión de las excepciones obligatorias y las exenciones obligatorias y las exenciones opcionales que hemos aplicado, y las conciliaciones de nuestra información financiera de NIF a IFRS, esta descrita en las Notas 2 y 27 de nuestros Estados Financieros consolidados Dictaminados.

Al 31 de diciembre de

	2012	2011
--	------	------

(millones de Peso, excepto porcentajes y utilidad por acción)

Estado de Resultado Integral Consolidado

Ventas Netas	39,411.3	36,415.0
Costo de ventas.....	23,818.8	21,773.9
Utilidad bruta	15,592.5	14,642.0
Gastos de venta desarrollo.....	8,644.9	8,002.4
Gastos de venta desarrollo y administración	1,841.8	1,878.4
Depreciación.....	632.5	583.5
Otros (ingresos)/ gastos	(92.3)	(124.1)
Gastos por intereses	198.2	200.0
Ingresos por intereses	(199.8)	(178.0)
(Ganancia) pérdida cambiaria	(10.2)	(57.4)
Efecto de valuación de instrum. financieros derivados	(45.1)	7.3
Utilidad antes de impuesto a la utilidad	4,622.5	4,215.1
Impuesto a la utilidad.....	1,324.6	1,264.0
Utilidad neta consolidada	3,297.9	2,951.2
Efecto por conversión de operaciones extranjeras	2.5	(10.4)
(Pérdidas) y ganancias actuariales	(136.2)	(36.4)
Utilidad neta consolidada	3,164.2	2,904.4
Participación controladora	2,966.8	2,674.3
Participación no controladora	331.1	276.9
EBITDA	4,916.5	5,225.7
Utilidad básica por acción.....	1.52	1.37

(1) Incluye ingresos derivados de las ventas de mercancía e ingresos derivados de los servicios prestados.

Al 31 de diciembre de

	2011	2012
millones de pesos		
Estado de Posición Financiera		
Activos Circulantes:		
Efectivo y equivalentes de efectivo	2,049.6	2,327.9
Cuentas y documentos por cobrar, Neto	8,451.5	8,856.5
Inventarios, Neto	8,155.5	8,840.2
Pagos anticipados ⁽¹⁾	59.5	50.5
Instrumentos financieros derivados	-	-
Total de activos circulantes.....	18,716.0	20,075.0
Cuentas por cobrar a largo plazo.....	80.5	69.0
Inmuebles, maquinaria y equipo Neto	8,811.0	8,808.3
Propiedades de inversión	1,477.6	1,477.6
Inversiones en acciones de compañías asociadas.....	1.3	1.3
Beneficios a los empleados al retiro	832.1	736.5
Otros activos, Neto	37.4	33.7
Total de activos.....	29,956.0	31,201.5
Pasivo circulante:		
Prestamos de instituciones financieras.....	25.9	2,774.1
Certificados bursátiles.....	1,347.0	2,498.9
Cuentas por pagar a proveedores	5,462.5	5,964.0
Beneficios directos a empleados	352.7	385.6
Impuestos sobre la renta por pagar	21.3	134.7
Impuestos por pagar y gastos acumulados	2,120.2	2,716.9
Provisiones.....	74.7	86.5
Instrumentos financieros derivados	21.2	0.01
Cuentas por pagar partes relacionadas.....	695.2	250.9
Total del pasivo circulante	10,120.7	14,811.5
Impuesto diferidos.....	1,442.9	1,161.2
Total del Pasivo.....	11,563.6	15,972.7
Capital contable consolidado:		
Capital social.....	1,634.4	1,634.4
Prima neta en colocación de acciones	140.0	140.0
Utilidades retenidas.....	15,116.8	12,183.6
Otras partidas de utilidad integral	(46.8)	(180.5)
Capital contable de la participación controladora	16,844.4	13,777.4
Capital contable de la participación no controladora	1,548.0	1,451.4
Total de capital contable consolidado	18,392.4	15,228.8

⁽¹⁾ Los anticipos a terceros para la adquisición de inventarios y propiedades, plantas y equipos son presentados separadamente de inventarios y propiedades, maquinaria y equipos, respectivamente, debido a que los riesgos y beneficios relativos a la propiedad de dichos bienes no han sido aun transferidos a nosotros.

	Dic-2011	Dic-2012
Rotación de inventario (veces)	2.85	2.80
Rotación de cuentas por pagar (veces)	4.47	4.17
Rotación de cuentas por cobrar (veces)	4.35	4.55

B) Información Financiera por Línea de Negocio, Zona geográfica y Ventas de Exportación

La siguiente tabla presenta nuestro resumen de la información financiera consolidada e información operativa a las fechas y para cada uno de los periodos indicados por segmento, zona geográfica y ventas.

Por el periodo que terminó el 31 Diciembre 2011

(En millones de pesos)

	Eliminaciones y			Consolidado
	México	Centroamérica	otros	
Ventas netas	37,230.6	384.9	(1,199.5)	36,416.0
Depreciación y amortización	601.9	12.7		614.7
Inversiones de capital	1.3	-		1.3
Propiedad, planta y equipo	8,677.1	133.9		8,811.1
Otros activos y crédito mercantil	43.8	1.2	(7.6)	37.4

Por el periodo que terminó el 31 Diciembre 2012

(En millones de pesos)

	Eliminaciones y			Consolidado
	México	Centroamérica	otros	
Ventas netas	40,275.9	433.3	(1,297.9)	39,411.3
Depreciación y amortización	647.3	12.9		660.2
Inversiones de capital	1.3			1.4
Propiedad, planta y equipo	8,694.3	114.0		8,808.3
Otros activos y crédito mercantil	40.5	1.1	(7.9)	33.7

C) Informe de Créditos Relevantes

La siguiente tabla presenta nuestro endeudamiento para los periodos y años indicados:

	Años terminados el 31 de diciembre de	
	<u>2011</u>	<u>2012</u>
Deuda a Corto Plazo		
Créditos Bancarios	25.9	2,774.0
Certificados Bursátiles.....	1,347.1	2,499.0
Porción a corto plazo de deuda a largo plazo	-	-
Total deuda a corto plazo	<u>1,373.0</u>	<u>5,273.0</u>
Deuda a Largo Plazo	-	-
Deuda Total	<u>1,373.0</u>	<u>5,273.0</u>

Al 31 de diciembre de 2012, teníamos un endeudamiento total de Ps.5,273.0 millones, del cual 99.5% estaba denominado en Pesos y el 100% devengaba intereses a tasas variables.

El destino principal de nuestro endeudamiento ha sido fondear nuestras necesidades de capital de trabajo y gastos de capital.

Deuda Bancaria

Al 31 de diciembre de 2012, teníamos líneas de crédito disponibles en un monto total de Ps.7,650.0 millones para financiar capital de trabajo y otros requerimientos de capital. A la misma fecha teníamos un saldo por pagar de \$2,774.0 millones derivado de nuestras líneas de crédito.

Contamos con una línea de crédito revolvente con Inbursa hasta por un monto aproximado de \$1,700.0 millones o su equivalente en Dólares de los EE.UU. Las disposiciones que realicemos en Pesos generan intereses a una tasa igual a TIIE más un margen negociado en términos de mercado. Las disposiciones en Dólares de los EE.UU generan intereses a una tasa igual a LIBOR más un margen negociado en términos de mercado. Al 31 de diciembre de 2012 no ningún saldo por pagar bajo nuestra línea de crédito con Inbursa.

Contamos con una línea de crédito con BBVA Bancomer S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero BBVA Bancomer hasta por un monto aproximado de \$2,550.0 millones y otra línea de crédito con Banco Nacional de México, S.A. Integrante del Grupo Financiero Banamex, hasta por un monto aproximado de \$1,100.0 millones.

Desde el 1 de octubre de 2012, hemos recibido y refinanciado distintos créditos de corto plazo bajo nuestra Línea Bancomer y nuestra Línea Banamex. A la fecha de este Prospecto, dichos créditos y refinanciamientos se han documentado con cinco pagarés: (i) dos pagarés por un monto total de \$1,200.0 millones bajo nuestra Línea Bancomer, con una tasa de interés anual 4.86%, (ii) un pagaré por un monto total de \$1.85 millones de Dólares bajo nuestra Línea Banamex, con una tasa de interés anual de 1.50%, , (iii) así como dos pagarés por un monto total de \$800.0 millones bajo nuestra Línea Banamex, con una tasa de interés anual de 4.85%.

A la fecha de la este Informe Anual nos encontramos al corriente en el pago de principal e intereses, así como en cumplimiento de nuestras obligaciones de hacer y no hacer de todos nuestros créditos. Respecto a los créditos relevantes, las principales obligaciones de dar, hacer y no hacer incluyen, entre otras:

- Entregar a la CNBV y a la BMV nuestra información trimestral y anual correspondiente de acuerdo con la LMV y con la Circular Única. En el caso de la información trimestral, esta debe presentarse de manera acumulada y se debe acompañar de la información correspondiente al mismo periodo del año anterior.
- Entregar la información anual relacionada con la celebración de nuestra asamblea anual ordinaria de accionistas dentro de la que se incluye:
 - Informe del consejo de administración presentado a la asamblea de accionistas;
 - Estados financieros anuales dictaminados por nuestros auditores externos; y
 - La demás información aplicable.
- Pagar oportunamente cualquier obligación a nuestro cargo.
- Constituir en depósito el importe de la amortización y, en su caso, de los intereses correspondientes, en las oficinas del Indeval.

Certificados Bursátiles

El 19 de mayo de 2011, la Compañía a través de su subsidiaria Sears Operadora México, S.A. de C.V. emitió certificados bursátiles quirografarios en el mercado mexicano al amparo de un programa de certificados bursátiles de dos años autorizado por la CNBV hasta por un monto de Ps.2,500.0 millones (los “Certificados Bursátiles”). Los Certificados Bursátiles son de corto plazo y tienen vencimientos renovables a 28 días y devengan intereses a una tasa variable entre el 4.5% al 4.6%, mismos que son descontados del precio de los certificados bursátiles al inicio de cada emisión. Al 31 de diciembre de 2012, el saldo insoluto de los Certificados Bursátiles ascendía a la cantidad de Ps.2,499.0 millones.

El 14 de noviembre de 2012, incrementamos el monto total de nuestros Certificados Bursátiles en Ps.1,125.0 millones y el saldo insoluto al 31 de diciembre de 2012 ascendía a la cantidad de Ps.2,499.0 millones.

Obligaciones Contractuales y Compromisos Comerciales

Al 31 de diciembre de 2012, se tienen contratos celebrados con proveedores para la remodelación y construcción de algunas de sus tiendas. El monto de los compromisos contraídos por este concepto, asciende a aproximadamente a Ps.1,150.8 millones.

Asimismo, al 31 de diciembre de 2012, la empresa y subsidiarias tienen celebrados contratos de arrendamiento en 305 de sus tiendas (Sears, Saks, Sanborn Hermanos, Sanborn's Café, Mixup, Discolandia, Ishop Mixup, Comercializadora Dax, Corpti y Sanborns Panamá). Los contratos de dichos arrendamientos son por plazos forzosos de 1 a 20 años. El importe del gasto por rentas por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011 fue de Ps.1,200.0 millones y Ps.1,110.6 millones, respectivamente; asimismo, la emisora y sus subsidiarias como arrendatarias tienen contratos cuyo plazos fluctúan de 1 a 15 años y el importe de ingresos por rentas por los años que terminaron al 31 de diciembre de 2012 y 2011 fue de Ps.242.8 millones y Ps.219.2 millones, respectivamente.

La siguiente tabla establece nuestras obligaciones contractuales y compromisos comerciales al 31 de diciembre de 2012:

	<u>2012</u>
Vencimiento	
1 año	290.0
1 a 5 años.....	1,214.8
Más de 5 años.....	2,055.0
	<u>3,559.8</u>

D) Comentarios y Análisis de la Administración sobre los Resultados de Operación y Situación Financiera de la Emisora

La siguiente discusión ha sido preparada con base en y debe ser leída conjuntamente con nuestros Estados Financieros Auditados y las notas a los mismos, y nuestros Estados Financieros Intermedios y las notas a los mismos, y el resto de la información financiera incluida en este Prospecto. Usted debe leer el siguiente análisis y discusión junto con el “Resumen de la Información Financiera”, “Información Financiera Consolidada Seleccionada”, y nuestros estados financieros y las notas a los mismos, mismos que forman parte de este Reporte.

Esta sección contiene proyecciones que reflejan nuestros planes, estimaciones y consideraciones, y que conllevan riesgos, incertidumbres y suposiciones. Nuestros resultados reales podrían diferir sustancialmente de aquellos anticipados en nuestras declaraciones o estimaciones a futuro. Los factores que podrían hacer o contribuir a estas diferencias incluyen, entre otros, aquellos que se detallan más adelante y en otras secciones de este Reporte, particularmente en las secciones “Factores de Riesgo” y “Declaraciones a Futuro”. Es importante que los inversionistas consideren cuidadosamente la información contenida en esta sección y la sección de “Factores de Riesgo” antes de invertir en nuestras Acciones.

Descripción General

Somos una empresa mexicana líder de ventas al menudeo que opera múltiples formatos, así como restaurantes, con operaciones principalmente en México. Operamos tiendas y restaurantes bajo nuestros formatos y marcas altamente reconocidas por los consumidores, incluyendo la segunda cadena de tiendas departamentales tradicional (*Sears*) en términos de ventas y número de tiendas, boutiques de última moda (*Pier 1*, *Jeanious*, *Palacio de los Perfumes* y *Seven*), un concepto único pero altamente exitoso de venta al menudeo (tiendas *Sanborns*), una cadena de distribución al menudeo y servicios de tecnología de última generación (marca *Apple*: *iShop* y *eduMac*), la cadena minorista más grande de música y video (*Mixup*, *Mx Mixup*, *Discolandia* y *Tower Records*), una cadena de tiendas departamentales de lujo (*Saks Fifth Avenue*), una cadena minorista regional de cosméticos y perfumes (*DAX*), una gran cadena de restaurantes tradicionales de comida mexicana a precios accesibles (*Sanborns* y *Sanborns Café*), así como una cadena de comedores industriales (*Pam Pam*).

Nos enfocamos en operar formatos minoristas que tienen mercados finales los cuales consideramos ofrecen un sólido potencial de crecimiento sólido y gozan de altos márgenes de utilidad y flujos de efectivo estables. A través de nuestra red de tiendas, ubicadas en 30 estados de la República Mexicana y el Distrito Federal, vendemos más de 4.3 millones de SKUs, incluyendo artículos electrónicos, artículos para el hogar, muebles, ropa, productos farmacéuticos, productos de salud y belleza, libros, videos, música, productos marca *Apple*, juguetes, artículos deportivos, teléfonos celulares y diversos productos de tecnología, entre otros bienes de consumo y de tecnología para el consumidor, dirigidos a todos los segmentos de la población, con énfasis en los sectores de ingreso medio, medio-alto y alto. Adicionalmente, a través de nuestra red de restaurantes ubicada en 28 estados de la República Mexicana y el Distrito Federal ofrecemos comida tradicional mexicana a precios accesibles.

A 31 de diciembre de 2012, operábamos 414 tiendas y restaurantes en México, dos tiendas-restaurantes y una tienda *Sears* en El Salvador y una tienda-restaurantes en Panamá, con un área de piso de ventas de 973,876m².

Para los doce meses concluidos el 31 de diciembre de 2012, tuvimos ingresos totales de \$39,411.3 millones, utilidad integral consolidada del año de \$3,164.2 millones y EBITDA de \$5,225.7 millones. Al 31 de diciembre de 2012, teníamos activos totales por \$31,201.5 millones y un capital contable de \$15,228.8 millones.

En el año 2011, tuvimos ingresos totales de \$36,415.9 millones, utilidad integral consolidada del año de \$2,904.4 millones y EBITDA de \$4,916.5 millones.

Formatos de tiendas y restaurantes

Sears y Boutiques

Nuestras tiendas *Sears*, que al 31 de diciembre de 2012, representaban el 51.7% de nuestros ingresos totales, tienen un alto reconocimiento de marca en México y han sido históricamente asociadas con una amplia variedad de productos para los segmentos de ingreso medio y medio alto de la población mexicana. La línea de productos de *Sears* en México abarca desde ropa de marca a precios accesibles, hasta artículos electrónicos de última generación y artículos para el hogar, que cuentan con la garantía de calidad *Sears* y nuestros planes de servicio. La mayoría de nuestras tiendas *Sears* están localizadas dentro de centros comerciales con alta afluencia de clientes y operan como tiendas departamentales tradicionales, mientras que nuestras boutiques operan como tiendas exclusivas de una sola marca. Al 31 de diciembre de 2012, *Sears* operaba 79 tiendas departamentales y 4 boutiques en México y El Salvador, con más de 616,000 m² de área de ventas. A la misma fecha, de las 2.9 millones de cuentas activas bajo

nuestros programas de tarjetas de crédito propias, 2.5 millones de cuentas estaban bajo nuestro programa de tarjetas de crédito Sears.

Sanborns

Nuestras tiendas *Sanborns*, que al 31 de diciembre de 2012 representaban el 31.8% de nuestros ingresos totales (22.9% de los cuales fueron de los restaurantes *Sanborns* y el 73.9% restante de las tiendas, y el 3.2% que derivó de nuestros servicios de aceptación de pagos). Este formato representa un concepto único de tiendas de conveniencia especializada en México, que ofrece una experiencia integral para nuestros clientes, con amplia gama de productos disponibles para la compra, incluyendo una gran variedad de libros, revistas, música, productos farmacéuticos, productos de salud y belleza, artículos electrónicos, joyería, regalos, dulces y juguetes, mientras que ofrece la comodidad de realizar pagos a distintos servicios de terceros. Además, todas nuestras tiendas *Sanborns* cuentan con servicio completo de restaurante y bar. Al igual que nuestras tiendas Sears, la mayoría de nuestras tiendas *Sanborns* se encuentran localizadas dentro de centros comerciales con alta afluencia de clientes, aunque también contamos con tiendas fuera de centros comerciales en distintos puntos del país. Al 31 de diciembre de 2012, *Sanborns* operaba 169 tiendas y restaurantes principalmente en México, con 256,375m² de área total de ventas (incluyendo los restaurantes) y más de 54,000 asientos.

Música, iShop y eduMac

A través de nuestras tiendas *Mixup*, *Mx Mixup*, *Discolandia*, *Tower Records*, *iShop* y *eduMac* que al 31 de diciembre de 2012, representaban el 10.9% de nuestros ingresos totales, operamos la cadena minorista más grande de música y video en México, con un catálogo de más de 125,000 títulos, así como la cadena de tiendas más grande de venta de productos marca *Apple* y sus accesorios en México, atendiendo así a diferentes segmentos de la población. Al 31 de diciembre de 2012, operábamos 109 tiendas en México bajo 6 formatos, con 41,564m² de área total de ventas.

Otros

Nuestras tiendas *DAX*, *Sanborns Café* y *Saks Fifth Avenue*, que conjuntamente con nuestras otras fuentes de ingresos al 31 de diciembre de 2012 representaban el 5.6% de nuestros ingresos totales, completan nuestro portafolio diversificado. A la misma fecha contábamos con 26 tiendas *DAX* ubicadas en el noreste de México, con un área total de ventas 31,658m², así como 28 restaurantes *Sanborns Café* (16 localizados en la Ciudad de México), con más de 5,400 asientos y 2 tiendas *Saks*, ubicadas en la Ciudad de México, con un área total de ventas de 18,282m². Nuestras tiendas bajo el formato *Saks Fifth Avenue* ofrecen productos y servicios similares a las tiendas *Saks Fifth Avenue* de Estados Unidos, las cuales se han adaptado a las preferencias locales. Mientras nuestras tiendas *DAX* ofrecen artículos de conveniencia, de oportunidad, perfumes, cosméticos, cuidado personal y artículos para el hogar, a través de la venta directa a consumidores finales. Adicionalmente, somos propietarios de dos centros comerciales altamente exitosos, ubicados en la Ciudad de México, Plaza Loreto y Plaza Inbursa con un área rentable total de 73,725m² operando al 100% de capacidad. El 7.4% de nuestra área total rentable está ocupada por varios de nuestros distintos formatos de tiendas y restaurantes.

Con relación a nuestras operaciones de venta al menudeo y dada nuestra mezcla de productos de alto valor y el mercado objetivo, ofrecemos financiamiento a clientes que elijen comprar productos a crédito. Nuestra oferta de crédito al consumo incluye: compras realizadas con nuestras propias tarjetas *Sears*, *Sanborns* y *Mixup*. Al 31 de diciembre de 2012, nuestro portafolio de créditos alcanzó \$8,858.8 millones con más de 1.8 millones de tarjetahabientes activos, con un bajo porcentaje de cartera vencida que representa el 2.2%. Durante los doce meses de 2012, las ventas a crédito de nuestras tarjetas propias representaron 24.5% de nuestras ventas totales. Consideramos que nuestros productos de crédito combinados con nuestra experiencia de financiamiento al consumidor continuarán atrayendo gente a nuestras tiendas y aumentarán el poder adquisitivo de nuestros clientes actuales, mientras que incrementan la rentabilidad de nuestras operaciones de ventas al menudeo y sustentan nuestras expectativas de crecimiento.

Bases de Presentación de Información Financiera

Los Estados Financieros Consolidados Auditados al 31 de diciembre de 2012 y 2011 fueron preparados bajo Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) de acuerdo a lo siguiente:

Adopción de IFRS - La Compañía adoptó las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) y sus adecuaciones e interpretaciones emitidos por el Consejo Emisor de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB por sus siglas en inglés), en vigor al 31 de diciembre de 2012 por sus estados financieros anuales por el año que terminó el 31 de diciembre 2012; consecuentemente, su fecha de transición es el 1 de enero de 2011 y los estados financieros por el año que terminó el 31 de diciembre 2011 formará parte del periodo cubierto por los primeros estados financieros anuales bajo IFRS.

Dado que la fecha de transición de la Compañía a las IFRS es el 1 de enero de 2011, la Compañía ha aplicado la IFRS 1, *Adopción inicial de las Normas Internacionales de Información Financiera*. La IFRS 1 generalmente requiere la aplicación retrospectiva de las normas e interpretaciones aplicables a la fecha del primer reporte. Sin embargo, IFRS 1 permite ciertas excepciones en la aplicación de algunas normas a los periodos anteriores, con el objeto de asistir a las entidades en el proceso de transición. La Compañía ha aplicado las excepciones obligatorias y ha elegido ciertas opciones.

Una descripción de los efectos de adopción de IFRS, incluyendo una discusión de las excepciones obligatorias y las exenciones opcionales que hemos aplicado, y las conciliaciones de nuestra información financiera de NIF a IFRS, esta descrita en las Notas 2 y 27 a nuestros Estados Financieros Consolidados Dictaminados al 31 de diciembre de 2012.

Las cifras de los estados financieros preparados bajo NIF no son directamente comparables con las cifras de los estados financieros preparados bajo IFRS. Ver “Factores de riesgo – Otros riesgos relacionados con nuestras operaciones – Recientemente comenzamos a preparar nuestros estados financieros de conformidad con IFRS y, como resultado, cierta información financiera pudiera no ser comparable fácilmente de periodo a periodo.”

Según se utiliza en esta sección, “ventas mismas-tiendas Sears” y “ventas mismas tiendas” significa lo establecido en el “Glosario de definición de términos” y se encuentra al inicio de este documento.

i) Resultados de Operación

La siguiente discusión ha sido preparada con base en y debe ser leída conjuntamente con nuestros Estados Financieros Auditados y las notas a los mismos, y el resto de la información financiera incluida en este Informe. Usted debe leer el siguiente análisis y discusión junto con el “Resumen de la Información Financiera”, “Información Financiera Consolidada Seleccionada”, y nuestros estados financieros y las notas a los mismos, mismos que forman parte de este Informe.

Esta sección contiene proyecciones que reflejan nuestros planes, estimaciones y consideraciones, y que conllevan riesgos, incertidumbres y suposiciones. Nuestros resultados reales podrían diferir sustancialmente de aquellos anticipados en nuestras declaraciones o estimaciones a futuro. Los factores que podrían hacer o contribuir a estas diferencias incluyen, entre otros, aquellos que se detallan más adelante y en otras secciones de este Prospecto, particularmente en las secciones “Factores de Riesgo” y “Declaraciones a Futuro”. Es importante que los inversionistas consideren cuidadosamente la información contenida en esta sección y la sección de “Factores de Riesgo” antes de invertir en nuestras Acciones.

Descripción General

Somos una empresa mexicana líder de ventas al menudeo que opera múltiples formatos, así como restaurantes, con operaciones principalmente en México. Operamos tiendas y restaurantes bajo nuestros

formatos y marcas altamente reconocidas por los consumidores, incluyendo la segunda cadena de tiendas departamentales tradicional (*Sears*) en términos de ventas y número de tiendas, boutiques de última moda (*Pier 1, Jeanious, Palacio de los Perfumes* y *Seven*), un concepto único pero altamente exitoso de venta al menudeo (tiendas *Sanborns*), una cadena de distribución al menudeo y servicios de tecnología de última generación (marca *Apple: iShop* y *eduMac*), la cadena minorista más grande de música y video (*Mixup, Mx Mixup, Discolandia* y *Tower Records*), una cadena de tiendas departamentales de lujo (*Saks Fifth Avenue*), una cadena minorista regional de cosméticos y perfumes (*DAX*), una gran cadena de restaurantes tradicionales de comida mexicana a precios accesibles (*Sanborns* y *Sanborns Café*), así como una cadena de comedores industriales (*Pam Pam*).

Nos enfocamos en operar formatos minoristas que tienen mercados finales los cuales consideramos ofrecen un potencial de crecimiento sólido y gozan de altos márgenes de utilidad y flujos de efectivo estables. A través de nuestra red de tiendas, ubicadas en 30 estados de la República Mexicana y el Distrito Federal, vendemos más de 4.3 millones de SKUs, incluyendo artículos electrónicos, artículos para el hogar, muebles, ropa, productos farmacéuticos, productos de salud y belleza, libros, videos, música, productos marca *Apple*, juguetes, artículos deportivos, teléfonos celulares y diversos productos de tecnología, entre otros bienes de consumo y de tecnología para el consumidor, dirigidos a todos los segmentos de la población, con énfasis en los sectores de ingreso medio, medio-alto y alto. Adicionalmente, a través de nuestra red de restaurantes ubicada en 30 estados de la República Mexicana y el Distrito Federal ofrecemos comida tradicional mexicana a precios accesibles.

A 31 de diciembre de 2012, operábamos 414 tiendas y restaurantes en México, dos tiendas-restaurantes y una tienda *Sears* en El Salvador y una tienda-restaurante en Panamá, con un área de piso de ventas de 973,876m². Para los doce meses concluidos el 31 de diciembre de 2012, tuvimos ingresos totales de \$39,411.3 millones, utilidad integral consolidada del año de \$3,164.2 millones y EBITDA de \$5,225.7 millones. Al 31 de diciembre de 2012, teníamos activos totales por \$31,201.5 millones y un capital contable de \$15,228.8 millones. En el año 2011, tuvimos ingresos totales de \$36,416.0 millones, utilidad integral consolidada de \$2,904.4 millones y EBITDA de \$4,916.5 millones.

Formatos de tiendas y restaurantes

Sears y Boutiques

Nuestras tiendas *Sears*, que al 31 de diciembre de 2012, representaban el 51.7% de nuestros ingresos totales, tienen un alto reconocimiento de marca en México y han sido históricamente asociadas con una amplia variedad de productos para los segmentos de ingreso medio y medio alto de la población mexicana. La línea de productos de *Sears* en México abarca desde ropa de marca a precios accesibles, hasta artículos electrónicos de última generación y artículos para el hogar, que cuentan con la garantía de calidad *Sears* y nuestros planes de servicio. La mayoría de nuestras tiendas *Sears* están localizadas dentro de centros comerciales con alta afluencia de clientes y operan como tiendas departamentales tradicionales, mientras que nuestras boutiques operan como tiendas exclusivas de una sola marca. Al 31 de diciembre de 2012, *Sears* operaba 79 tiendas departamentales y 4 boutiques en México y El Salvador, con más de 616,000 m² de área de ventas. A la misma fecha, de las 2.9 millones de cuentas activas bajo nuestros programas de tarjetas de crédito propias, 2.5 millones de cuentas estaban bajo nuestro programa de tarjetas de crédito *Sears*.

Sanborns

Nuestras tiendas *Sanborns*, que al 31 de diciembre de 2012 representaban el 31.8% de nuestros ingresos totales (22.9% de los cuales fueron de los restaurantes *Sanborns* y el 73.9% restante de las tiendas, y el 3.2% que derivó de nuestros servicios de aceptación de pagos). Este formato representa un concepto único de tiendas de conveniencia especializada en México, que ofrece una experiencia integral para nuestros clientes, con amplia gama de productos disponibles para la compra, incluyendo una gran variedad de libros, revistas, música, productos farmacéuticos, productos de salud y belleza, artículos electrónicos, joyería, regalos, dulces y juguetes, mientras que ofrece la comodidad de realizar pagos a distintos servicios de terceros. Además, todas nuestras tiendas *Sanborns* cuentan con servicio completo de restaurante y bar. Al igual que nuestras tiendas *Sears*, la mayoría de nuestras tiendas *Sanborns* se encuentran localizadas dentro de centros comerciales con alta afluencia de clientes, aunque también

contamos con tiendas fuera de centros comerciales en distintos puntos del país. Al 31 de diciembre de 2012, Sanborns operaba 169 tiendas y restaurantes principalmente en México, con 256,375m² de área total de ventas (incluyendo los restaurantes) y más de 54,000 asientos.

Música, iShop y eduMac

A través de nuestras tiendas *Mixup, Mx Mixup, Discolandia, Tower Records, iShop y eduMac* que al 31 de diciembre de 2012, representaban el 10.9% de nuestros ingresos totales, operamos la cadena minorista más grande de música y video en México, con un catálogo de más de 125,000 títulos, así como la cadena de tiendas más grande de venta de productos marca *Apple* y sus accesorios en México, atendiendo así a diferentes segmentos de la población. Al 31 de diciembre de 2012, operábamos 109 tiendas en México bajo 6 formatos, con 41,564m² de área total de ventas.

Otros

Nuestras tiendas *DAX, Sanborns Café y Saks Fifth Avenue*, que conjuntamente con nuestras otras fuentes de ingresos al 31 de diciembre de 2012 representaban el 5.9% de nuestros ingresos totales, completan nuestro portafolio diversificado. A la misma fecha contábamos con 26 tiendas DAX ubicadas en el noreste de México, con un área total de ventas 31,658m², así como 28 restaurantes Sanborns Café (16 localizados en la Ciudad de México), con más de 5,400 asientos y 2 tiendas Saks, ubicadas en la Ciudad de México, con un área total de ventas de 18,282m². Nuestras tiendas bajo el formato Saks Fifth Avenue ofrecen productos y servicios similares a las tiendas Saks Fifth Avenue de Estados Unidos, las cuales se han adaptado a las preferencias locales. Mientras nuestras tiendas DAX ofrecen artículos de conveniencia, artículos de oportunidad, perfumes, cosméticos, cuidado para el cuerpo y artículos para el hogar, a través de la venta directa a consumidores finales. Adicionalmente, somos propietarios de dos centros comerciales altamente exitosos, ubicados en la Ciudad de México, Plaza Loreto y Plaza Inbursa con un área rentable total de 73,725m² operando al 100% de capacidad. El 7.4% de nuestra área total rentable está ocupada por varios de nuestros distintos formatos de tiendas y restaurantes.

Con relación a nuestras operaciones de venta al menudeo y dada nuestra mezcla de productos de alto valor y el mercado objetivo, ofrecemos financiamiento a clientes que elijen comprar productos a crédito. Nuestra oferta de crédito al consumo incluye: compras realizadas con nuestras propias tarjetas *Sears, Sanborns y Mixup*. Al 31 de diciembre de 2012, nuestro portafolio de créditos alcanzó \$8,858.8 millones con más de 1.8 millones de tarjetahabientes activos, con un bajo porcentaje de cartera vencida que representa el 2.2%. Durante los doce meses de 2012, las ventas a crédito de nuestras tarjetas propias representaron 24.5% de nuestras ventas totales. Consideramos que nuestros productos de crédito combinados con nuestra experiencia de financiamiento al consumidor continuarán atrayendo gente a nuestras tiendas y aumentarán el poder adquisitivo de nuestros clientes actuales, mientras que incrementan la rentabilidad de nuestras operaciones de ventas al menudeo y sustentan nuestras expectativas de crecimiento.

Ventas Netas

Durante el periodo de doce meses terminado el 31 de septiembre de 2012, nuestras ventas netas resultaron principalmente de ventas de mercancía, alimentos y bebidas en nuestras tiendas y restaurantes y, en menor medida, de ingresos por crédito otorgado a nuestros clientes, ingresos por servicios e ingresos por rentas. Durante dicho periodo, nuestras ventas de mercancía provinieron principalmente de la operación de tiendas departamentales Sears y boutiques, tiendas-restaurante Sanborns, tiendas de música, tiendas iShop y centros eduMac y, en menor medida, de la operación de tiendas DAX, restaurantes Sanborns Café, tiendas departamentales *Saks Fifth Avenue*, tiendas Sears y Sanborns en Centroamérica, boutique *Seven* y comedores industriales Pam Pam. Nuestros ingresos por crédito a nuestros clientes provinieron principalmente de créditos al consumo otorgados a través de nuestras tarjetas de crédito Sears, Sanborns y Mixup. Nuestros ingresos por servicios provinieron principalmente de servicios de mantenimiento e instalación ofrecidos en nuestras tiendas departamentales Sears. Nuestros ingresos por rentas provinieron principalmente de la renta de locales en los centros comerciales Plaza Loreto y Plaza Inbursa.

Las siguientes tablas presentan nuestras ventas netas por formato y como porcentaje de nuestras ventas netas consolidadas para los periodos de nueve meses terminados el 31 de diciembre de 2011 y 2012:

	Años terminados el 31 de diciembre de				
	2011		2012		Cambios (%)
	(millones de Pesos)	% de Ventas Totales	(IFRS) (millones de Pesos)	% de Ventas Totales	
Sears y boutiques.....	18,753.8	51.5	20,383.0	51.7	8.7
Sanborns.....	11,858.0	32.6	12,535.1	31.8	5.7
Música, iShop y eduMac.....	3,664.3	10.1	4,281.4	10.9	16.8
Otros ⁽¹⁾	2,139.9	5.9	2,211.8	5.6	3.4
Ventas Totales.....	36,416.0	100	39,411.3	100	8.2

(1) Otros incluye ventas derivadas de la operación de tiendas DAX, restaurantes Sanborns Café, tiendas departamentales *Saks Fifth Avenue*, tiendas Sears y Sanborns en Centroamérica, boutique *Seven* y comedores industriales Pam Pam; ingresos por crédito a nuestros clientes a través de nuestras tarjetas de crédito Sanborns y Mixup e ingresos por renta de locales en los centros comerciales Plaza Loreto y Plaza Inbursa y regalías pagadas por nuestras subsidiarias a Grupo Sanborns y eliminación de operaciones entre subsidiarias.

Ventas Netas de Tiendas Departamentales Sears y Boutiques

Durante el año terminado el 31 de diciembre de 2012, las ventas netas derivadas de la operación de las tiendas departamentales Sears y boutiques representaron el 51.7% de nuestras ventas netas consolidadas. Dichas ventas provinieron principalmente de la venta de aparatos electrodomésticos, muebles, artículos para el hogar, electrónicos y ropa y, en menor medida, por ingresos por crédito otorgado a nuestros clientes a través de nuestras tarjetas de crédito Sears y la prestación de servicios de mantenimiento e instalación. La oferta de productos en nuestras tiendas departamentales Sears y boutiques varía dependiendo de la ubicación geográfica de las mismas y las características del mercado.

La siguiente tabla presenta la evolución de la superficie de ventas de las tiendas departamentales Sears y boutiques y métricas seleccionadas de productividad:

	Al y para los años terminados el 31 de diciembre de	
	2011	2012
Número de tiendas.....	79	78
Número de boutiques.....	5	4
Superficie de ventas (m ²).....	616,732	609,063
Ventas por metro cuadrado ponderado (miles) (1).....	Ps.29.6	Ps29.7
Crecimiento de ventas mismas-tiendas Sears (%)	5.3	5.7

(1) Calculado como las ventas de las tiendas entre el área de ventas correspondiente al tiempo de operación de la misma durante el periodo analizado. año.

Las ventas por metro cuadrado reflejan la productividad de la superficie de venta de nuestras tiendas departamentales Sears y boutiques. La superficie de ventas es un parámetro para medir el crecimiento de nuestras ventas netas totales.

Durante el año terminado el 31 de diciembre de 2012, cerramos dos tiendas departamentales Sears (*Tijuana Centro* y *Plaza Central*) y una boutique Jeanious (*Plaza Carso*) y durante el mes de noviembre fue inaugurada una tienda en Buenavista, y el efecto neto fue una disminución de Ps.35.7 millones en ventas para dicho periodo comparado con el mismo periodo en el año anterior. El efecto neto de la clausura y la apertura de tiendas comentadas anteriormente generó una disminución en nuestra superficie de ventas

de 7,669 m², en dicho periodo. Las ventas por metro cuadrado de nuestras tiendas departamentales Sears y boutiques permanecieron sin cambios con respecto al mismo periodo en 2011 para ubicarse en 29.7 mil para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2012.

Durante el año 2011, abrimos siete tiendas departamentales Sears en México (*Cachanilla, Paseo Morelia, Playa del Carmen, Interlomas, SLP Carso, Durango y Villahermosa Altabrisa*) y una boutique Jeanious (*Duraznos*) y cerramos dos tiendas departamentales Sears (*Nuevo Mexicali y Chihuahua*) y una tienda outlet Sears (*Justo Sierra*), y el efecto neto fue un incremento de Ps.401.3 millones en ventas para dicho año con respecto a 2010. La apertura de tiendas, considerando las clausuras, generó un incremento en nuestra superficie de ventas de 59,044 m² en 2011. Las ventas por metro cuadrado de nuestras tiendas departamentales Sears y boutiques incrementaron en un 5.3%, de Ps.28.1 mil para el año concluido el 31 de diciembre de 2010 a Ps.29.6 mil para el año concluido el 31 de diciembre de 2011, derivado de un incremento en ventas por la apertura de nuevas tiendas departamentales Sears.

Consideramos que se requiere de un periodo de varios años (normalmente entre tres y cinco años) después de la apertura de una tienda o boutique para que ésta pueda desarrollarse y alcanzar su máximo nivel de ventas. Como resultado de lo anterior, el futuro crecimiento y desarrollo de una tienda o boutique recién abierta debe tomarse en cuenta al comparar las ventas de las tiendas y boutiques entre periodos. Creemos que las tiendas y boutiques con ubicaciones atractivas también pueden incrementar sus ventas durante los próximos años, dado que las tiendas de novedad atraen a consumidores. En este caso las ventas mismas-tiendas Sears tienden a disminuir y luego a estabilizarse una vez que este periodo de novedad termine, lo cual también debe tomarse en cuenta al comparar distintos periodos de ventas mismas-tiendas Sears.

La siguiente tabla muestra el número de cuentas activas (es decir, aquellas que cuentan con saldos insolutos por un periodo mayor a 30 días) y el porcentaje de ventas netas derivadas de ventas pagadas con nuestras tarjetas de crédito Sears:

**Al y para los años terminados el 31
diciembre de**

	2011	2012
(Pesos, excepto porcentajes e información operativa)		
Número de cuentas (millones).....	2.3	2.5
Número de cuentas activas (millones) ⁽¹⁾	1.6	1.6
Ventas a crédito como porcentaje de ventas (%) ⁽²⁾	50.5	52.2
Monto total de la cartera (millones).....	8,017.9	8,444.9
Cuentas morosas como porcentaje de la cartera(%).....	2.6	2.2
Tasa de interés promedio (%)..	41.9	41.9
Ingresos por crédito a nuestros clientes.....	2,171.1	2,359.1

⁽¹⁾ Cuentas activas son cuentas que tienen un balance al término del mes inmediato anterior. Por el contrario, las cuentas inactivas son aquellas que no tienen un balance ni cargos en mes inmediato anterior o cuentas cuyo balance fue pagado en su totalidad.

⁽²⁾ Ventas pagadas con nuestras tarjetas de crédito Sears como porcentaje de ventas totales.

Ventas Netas de Tiendas-Restaurante Sanborns

Durante el año terminado el 31 de diciembre de 2012, las ventas netas derivadas de la operación de las tiendas-restaurante Sanborns representaron el 31.8% de nuestras ventas netas consolidadas. Dichas ventas resultaron aproximadamente en un 73.9% de ventas de la tienda, en un 22.9% de la operación de

los restaurantes y en un 3.2% de ingresos por servicios, principalmente la recepción de pagos de servicios de telefonía y televisión por cable y tarjetas de crédito y servicios American Express y boletos de avión. Los principales productos que se venden en las tiendas-restaurante Sanborns son libros y revistas, productos de salud y belleza, productos farmacéuticos, electrónicos, juguetes, música, videos, joyería, fotografía, teléfonos celulares, repostería y regalos, además del servicio de restaurante en nuestros restaurantes Sanborns. La oferta de productos en nuestras tiendas Sanborns varía dependiendo de la ubicación geográfica de las mismas y las características del mercado.

La siguiente tabla presenta la evolución de la superficie de ventas de nuestras tiendas Sanborns y del número de asientos disponibles en nuestros restaurantes Sanborns, así como métricas seleccionadas de productividad:

Al y para los años terminados el 31 de diciembre		
de		
	2011	2012
Número de tiendas-restaurante.....	165	166
Superficie total de ventas (m ²).....	247,308	251,031
Superficie de ventas de tienda (m ²).....	157,430	160,171
Asientos.....	53,420	53,887
Ventas por metro cuadrado ponderado (miles) ⁽¹⁾	Ps.57.0	Ps.59.0
Ventas por asiento ponderado (miles) ⁽²⁾	Ps.46.1	Ps.46.9
Crecimiento de ventas mismas-tiendas (%).....	5.0%	4.2%

⁽¹⁾ Calculado como las ventas de las tiendas entre el área de ventas correspondiente al tiempo de operación de la misma durante el periodo analizado.

⁽²⁾ Calculado como las ventas de los restaurantes entre el número de asientos correspondiente al tiempo de operación del mismo durante el periodo analizado.

Las ventas por metro cuadrado y las ventas por asiento reflejan la productividad de la superficie de venta de nuestras tiendas-restaurante Sanborns. La superficie de ventas se mide en metros cuadrados y es un parámetro para medir el crecimiento de nuestras ventas netas totales.

Durante el año terminado el 31 de diciembre de 2012, abrimos cuatro tienda-restaurante Sanborns (*Condes de Xala, Buenavista Tecamachalco y Colima*), y cerramos una tienda-restaurante Sanborns (*Galerías Reforma*) y convertimos dos tiendas-restaurante Sanborns a restaurante Sanborns Café (*Tabasco y Antonio Caso*), y el efecto neto fue un incremento de Ps.41.8 millones en ventas para dicho periodo comparado con el mismo periodo en el año anterior. La clausura y conversiones de tiendas-restaurantes, considerando la apertura, generó un aumento en nuestra superficie de ventas de tienda de 2,741 m² y un incremento en el número de asientos de 467 en dicho periodo. Las ventas por metro cuadrado de nuestras tiendas-restaurante Sanborns incrementaron en un 3.5%, de Ps.57.0 mil para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.59.0 mil para el mismo periodo en 2012, debido a un incremento en ventas principalmente derivado de un aumento en los precios de nuestros productos y la reubicación de puntos de venta a ubicaciones con mayor productividad de venta. Las ventas por asiento de nuestros restaurantes Sanborns incrementaron en un 1.7%, de Ps.46.1 mil para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.46.9 mil para el mismo periodo en 2012, debido a un incremento en ventas principalmente derivado de un aumento en los precios de nuestros alimentos y bebidas.

Durante el año 2011, abrimos cinco tiendas-restaurante Sanborns en México (*El Dorado SLP, Paseo Morelia, Orizaba, SLP Carso y Villahermosa Altabrisa*), y el efecto neto fue un incremento de Ps.122.5 millones en ventas para dicho año con respecto a 2010. La apertura de tiendas-restaurante generó un incremento en nuestra superficie de ventas de tienda de 6,360 m² y un incremento en el número de asientos de 1,793 en 2011. Las ventas por metro cuadrado de nuestras tiendas-restaurante Sanborns incrementaron en un 4.7%, de Ps.54.4 mil para el año concluido el 31 de diciembre de 2010 a Ps.57.0 mil

para el año concluido el 31 de diciembre de 2011, debido a un incremento en ventas principalmente derivado de un aumento en los precios de nuestros productos. Las ventas por asiento de nuestras tiendas-restaurante Sanborns incrementaron en un 2.7%, de Ps.44.9 mil para el año concluido el 31 de diciembre de 2010 a Ps.46.1 mil para el año concluido el 31 de diciembre de 2011, debido a un incremento en ventas principalmente derivado de un aumento en los precios de nuestros alimentos y bebidas.

Ventas Netas de las Tiendas de Música, Tiendas iShop y Centros eduMac

Durante el año terminado el 31 de diciembre de 2012, las ventas netas derivadas de la operación de nuestras tiendas de música, tiendas iShop y centros eduMac representaron el 10.9% de nuestras ventas netas consolidadas. Dichas ventas provinieron en un 42.3% de ventas de tiendas de música y en un 57.7% de ventas de tiendas iShop y la operación de los centros eduMac. Los principales productos que se venden en las tiendas de música son CD's, DVD's y video juegos. Los principales productos que se venden en las tiendas iShop son productos de la marca *Apple*, incluyendo iPods, iPads, computadoras, accesorios y software y se prestan servicios de mantenimiento. Los centros eduMac se dedican a impartir cursos y diplomados en artes digitales utilizando como plataforma equipo de la marca *Apple*.

La siguiente tabla presenta la evolución de la superficie de ventas de las tiendas de música y tiendas iShop y métricas seleccionadas de productividad:

Al y para los años terminados el 31 de diciembre de

	2011	2012
Número de tiendas de música ⁽¹⁾	69	66
Número de tiendas iShop.....	33	37
Número de centros eduMac..	7	6
Superficie de ventas (m ²).....	42,098	41,564
Ventas por metro cuadrado ponderado (miles) ⁽²⁾	Ps.88.3	Ps.102.9
Crecimiento de ventas mismas-tiendas	17.5%	10.0%

⁽¹⁾ Tiendas de Música incluye Mixup, Mx Mixup, *Tower Records* y *Discolandia*.

⁽²⁾ Calculado como las ventas de las tiendas entre el área de ventas correspondiente al tiempo de operación de la misma durante el periodo analizado.

Las ventas por metro cuadrado reflejan la productividad de la superficie de venta de las tiendas de música y tiendas iShop. La superficie de ventas es un parámetro para medir el crecimiento de nuestras ventas netas totales.

Durante el periodo de nueve meses terminado el 31 de diciembre de 2012, abrimos cuatro tiendas iShop (*Samara, Tijuana, Del Valle y Altabrisa Villahermosa*) y cerramos tres tiendas de música (*Mixup 16 de Septiembre, Mixup Outlet Monterrey y Mx Mixup Pabellón Bosques*) y un centro eduMac (*Villahermosa*), y el efecto neto fue un incremento de Ps.71.6 millones en ventas para dicho periodo comparado con el mismo periodo en el año anterior. Las clausuras de tiendas de música y el centro eduMac, considerando las aperturas de tiendas iShop, generó una disminución en nuestra superficie de ventas de 534 m² en dicho periodo. Las ventas por metro cuadrado de nuestras tiendas de música, tiendas iShop y centros eduMac incrementaron en un 16.5%, de Ps.88.3 mil para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.102.9 mil para el mismo periodo en 2012, derivado de la cesión de área de venta de tiendas de música para la apertura de tiendas iShop, las cuales operan en un área menor que una tienda de música, y un incremento en ventas en nuestras tiendas iShop como porcentaje de nuestras ventas totales

Durante el año 2011, abrimos diez tiendas iShop (*Condesa, Parque Duraznos, Parque Lindavista, Antara, Tuxtla, Irapuato, Oaxaca, Centro Magno, San Luis Potosí y Hermosillo*) y tres centros eduMac (*Barranca del Muerto, Plaza Carso, y Querétaro*) y cerramos cinco tiendas de música (*Mixup Cuernavaca,*

Mixup La Gran Plaza Cancún, Mixup El Salvador, Mx Mixup Pabellón Cuauhtémoc y Discolandia Texcoco), y el efecto neto fue un incremento de Ps.145.3 millones en ventas para dicho año con respecto a 2010. Las aperturas de tiendas iShop y centros eduMac, considerando las clausuras de tiendas de música, generaron un incremento en nuestra superficie de ventas de 674 m² en 2011. Las ventas por metro cuadrado de nuestras tiendas de música, tiendas iShop y centros eduMac incrementaron en un 32.2%, de Ps.66.8 mil para el año concluido el 31 de diciembre de 2010 a Ps.88.3 mil para el año concluido el 31 de diciembre de 2011, derivado de la cesión de área de venta de tiendas de música para la apertura de tiendas iShop, las cuales operan en un área menor que una tienda de música, y un incremento en ventas en nuestras tiendas iShop como porcentaje de nuestras ventas totales.

Ventas Netas de Otros Formatos

Durante el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2012, las ventas derivadas de la operación de tiendas DAX, restaurantes Sanborns Café, tiendas departamentales *Saks Fifth Avenue*, tiendas Sears y Sanborns en Centroamérica, boutique *Seven* y comedores industriales Pam Pam; los ingresos por crédito a nuestros clientes a través de nuestras tarjetas de crédito Sanborns y Mixup e ingresos por renta de locales en los centros comerciales Plaza Loreto y Plaza Inbursa, representaron el 5.6% de nuestras ventas totales.

Al y para el periodo de nueve meses terminado el 31 de diciembre de 2012, contábamos con

- 26 tiendas DAX, con una superficie de venta total de 31,658 m² y ventas por metro cuadrado ponderado equivalente a Ps.30.9 mil.
- 28 restaurantes Sanborns Café, con una superficie de venta total de 9,203 m² y 5,411 asientos y ventas por asiento ponderado equivalente a Ps.47.5 mil.
- Dos tiendas departamentales *Saks Fifth Avenue*, con una superficie de venta total de 18,282 m² y ventas por metro cuadrado ponderado equivalente a Ps.19.6 mil.
- Una tienda departamental Sears y dos tiendas-restaurante Sanborns en El Salvador y un tienda-restaurante Sanborns en Panamá, con una superficie de venta total de 13,001 m² y ventas por metro cuadrado ponderado equivalente a Ps.32.1 mil.
- Una boutique *Seven* con una superficie de venta total de 75 m² y ventas por metro cuadrado ponderado equivalente a Ps.14.5 mil.
- 34 comedores industriales Pam Pam mismos que generaron ventas netas de Ps.128.6 millones en dicho periodo.
- 123,187 cuentas activas de nuestras tarjetas de crédito Sanborns y Mixup, mismas que generaron un ingreso de Ps.122.6 millones en dicho periodo.
- Dos centros comerciales (Plaza Loreto y Plaza Inbursa) con 136 espacios comerciales, una superficie de renta total de 73,725 m² mismos que generaron, en promedio, un ingreso mensual de Ps.17.8 millones y un promedio de renta de Ps.190.2 por m² en Plaza Loreto y Ps.167.7 por m² en Plaza Inbursa.

Costo de ventas

Los principales componentes de nuestro costo de ventas son el costo de la mercancía vendida a través de las tiendas departamentales Sears y boutiques, tiendas Sanborns, tiendas de música y tiendas iShop y el costo de los alimentos y bebidas ofrecidos en nuestros restaurantes Sanborns y Sanborns Café.

Gastos de Ventas, Desarrollo y Administración

Los principales componentes de nuestros gastos de ventas, desarrollo y administración son los salarios y prestaciones, gasto de rentas en arrendamientos de inmuebles, electricidad, mantenimiento de mobiliario y equipo, publicidad y depreciación.

Gastos e Ingresos por Intereses, Variaciones Cambiarias y Derivados

El resultado de nuestro gasto financiero está compuesto por:

- gastos por intereses principalmente ligados al monto de principal de la deuda contratada y a las tasas de interés vigentes, incluyendo los efectos de los instrumentos financieros derivados sobre tasas de interés, contabilizados como instrumentos de cobertura;
- ingresos por intereses cobrados sobre excedentes de efectivo, así como los intereses generados por nuestras inversiones en fondos de pensiones y jubilaciones.
- ganancia (pérdida) por tipo de cambio, neta, que incluyen ganancias o pérdidas netas relacionadas con movimientos de tipo de cambio de divisas extranjeras; y
- valuación de instrumentos financieros derivados principalmente ligados a instrumentos de cobertura de tasa de interés e instrumentos de cobertura de tipo de cambio.

Impuestos a la Utilidad

El componente principal de nuestro gasto en impuestos consiste del impuesto sobre la renta en México. Nuestro gasto de impuesto sobre la renta consiste en impuestos causados y diferidos, computados con base en los requerimientos de IFRS según es explicado con mayor detalle en la Nota 23 a nuestros Estados Financieros Intermedios.

El Impuesto a la utilidad se integra como sigue:

(millones de Pesos)	2012	2011
ISR:		
Causado	\$1,602.7	\$1,274.3
Diferido	(\$278.1)	(\$10.3)
Total	\$1,324.6	\$1,264.0

El impuesto sobre la renta se liquidó con los pagos provisionales que se realizan durante todo el año y, el saldo a cargo, que se liquidará durante el mes de marzo. La Compañía se encuentra al corriente en el pago de sus impuestos.

Estacionalidad

Históricamente, hemos experimentado patrones estacionarios de ventas en nuestras tiendas y restaurantes debido a una intensificación de las actividades de consumo durante ciertas épocas del año.

Tradicionalmente, durante el año, los meses de mayo, junio, noviembre y diciembre son los que tienen mayor volumen de ventas en nuestras tiendas departamentales por la celebración del Día de las Madres, Día del Padre, el “Buen Fin” (un fin de semana a finales de noviembre en los que diversos establecimientos comerciales otorgan descuentos para fomentar el consumo en México) y por las festividades de fin de año. Asimismo, los meses de febrero, mayo, junio, noviembre y diciembre son los que tienen mayor volumen de ventas en nuestros restaurantes por la celebración del Día de la Amistad, Día de las Madres, Día del Padre, el “Buen Fin” y por las festividades de fin de año. Por el contrario, normalmente experimentamos una disminución de ventas durante el verano en los meses de julio y agosto, lo que resulta en mayores gastos de publicidad y promociones y descuentos sobre nuestros productos. Nuestras ventas durante el cuarto trimestre de 2011 y 2012 representaron el 32.7% y 32.2%, respectivamente, de nuestras ventas totales en dichos años. Nuestros costos de operación (excepto por el costo de ventas, los costos de distribución y otros gastos de venta y de mercadotecnia y publicidad), comparados con nuestras ventas, tienden a ser mayores durante el cuarto trimestre del año a los incurridos durante el resto del año. Consecuentemente, nuestra rentabilidad y resultados de operación en nuestras tiendas se ven normalmente afectados por estas tendencias estacionales.

EBITDA

EBITDA es una medida usada para nuestro análisis financiero que no es reconocida bajo IFRS o las NIF de México, pero que se obtiene de las partidas de nuestros estados financieros. Debido a que nuestros Estados Financieros Intermedios fueron preparados conforme a IFRS, para el periodo de nueve meses terminado el 31 de diciembre de 2011 y 2012, calculamos EBITDA como la utilidad integral *más* el gasto de depreciación y amortización, impuesto sobre la renta, gastos por intereses, pérdida cambiaria, pérdida en la valuación de instrumentos financieros derivados y el efecto de conversión de inversiones en empresas en el extranjero, *menos* ingresos por intereses, ganancia cambiaria y ganancia en la valuación de instrumentos financieros derivados. Creemos que EBITDA puede ser útil para facilitar comparaciones de desempeño de operaciones entre periodos, de forma consolidada y por formato de negocio, pero la métrica puede calcularse de forma diferente a la forma en que lo calculan otras compañías. EBITDA no debe ser considerada una alternativa (i) a la utilidad integral como indicador de nuestro desempeño de operaciones, o (ii) al flujo de efectivo de operaciones como una medida de nuestra liquidez.

A continuación proporcionamos una conciliación de utilidad integral a EBITDA para los años terminados el 31 de diciembre de 2011 y 2012:

	Al y para los años terminados el 31 de diciembre de	
	2011	2012
	(millones de Pesos)	
Utilidad integral	2,904.4	3,164.2
<i>Mas</i>		
Depreciación y amortización	614.7	660.2
Impuestos	1,264.0	1,324.6
Gastos por intereses	200.0	198.2
Pérdida cambiaria	471.1	114.4
Pérdida en la valuación de instrumentos financieros derivados	194.2	1.4
Efecto de conversión de operaciones extranjeras	10.4	(2.5)
Pérdida actuarial	36.4	136.2
<i>Menos</i>		
Ingresos por intereses	178.0	199.8
Ganancia cambiaria	413.7	124.6
Ganancia en la valuación de instrumentos financieros derivados	186.8	46.5
EBITDA	4,916.5	5,225.7

A continuación proporcionamos una conciliación de utilidad integral por formato de negocio a EBITDA por formato de negocio para los años terminados el 31 de diciembre de 2012:

Años terminados el 31 de diciembre de 2012

(millones de Pesos)
(IFRS)

	Sears y Boutiques	Sanborns	Música, iShop y eduMac	Otros⁽¹⁾
Utilidad integral	1,705.9	545.4	150.9	761.9
<i>Mas</i>				
Depreciación y amortización	277.7	280.9	56.1	45.5
Impuestos	695.0	260.4	64.3	304.9
Gastos por intereses	119.1	97.5	3.0	(21.3)
Pérdida cambiaria	67.9	15.5	2.8	28.3
Pérdida en la valuación de instrumentos financieros derivados	-	-	-	1.4
Efecto de conversión de operaciones extranjeras	-	-	-	(2.5)
Pérdida actuarial	25.0	99.2	-	12.0
<i>Menos</i>				
Ingresos por intereses	29.2	106.0	11.4	53.2
Ganancia cambiaria	80.0	17.8	2.8	24.0
Ganancia en la valuación de instrumentos financieros derivados	-	-	-	46.5
EBITDA	<u>2,781.3</u>	<u>1,175.0</u>	<u>262.9</u>	<u>1,006.5</u>

(1) Otros incluye ventas derivadas de la operación de tiendas DAX, restaurantes Sanborns Café, tiendas departamentales *Saks Fifth Avenue*, tiendas Sears y Sanborns en Centroamérica, boutique *Seven* y comedores industriales *Pam Pam*; ingresos por crédito a nuestros clientes a través de nuestras tarjetas de crédito Sanborns y Mixup e ingresos por renta de locales en los centros comerciales Plaza Loreto y Plaza Inbursa y regalías pagadas por nuestras subsidiarias a Grupo Sanborns y eliminación de operaciones entre subsidiarias.

Resumen de Resultados de Negocio por Formato

Las siguientes tablas presentan ciertas líneas de nuestros estados intermedios consolidados de utilidad integral y de nuestros estados consolidados de resultados por formato de negocio por los periodos indicados:

Años terminados el 31 de diciembre de

	2011		2012	
	(millones de Pesos)	% del Total	(millones de Pesos) (IFRS)	% del Total
Ventas netas	36,416.0	100.0	39,411.3	100.0
Sears y boutiques.....	18,753.8	51.5	20,383.0	51.7
Sanborns	11,858.0	32.6	12,535.1	31.8
Música, iShop y eduMac	3,664.3	10.1	4,281.4	10.9
Otros ⁽¹⁾	2,139.9	5.9	2,211.8	5.6
Costo de ventas	21,773.9	100.0	23,818.8	100.0
Sears y boutiques.....	11,195.9	51.4	12,283.3	51.6
Sanborns	6,585.1	30.2	6,966.1	29.2
Música, iShop y eduMac	2,732.3	12.5	3,216.7	13.5
Otros ⁽¹⁾	1,260.5	5.8	1,352.7	5.7
Utilidad bruta	14,642.0	100.0	15,592.5	100.0
Sears y boutiques.....	7,557.9	51.6	8,099.7	51.9
Sanborns	5,272.9	36.0	5,569.0	35.7
Música, iShop y eduMac	931.9	6.4	1,064.7	6.8
Otros ⁽¹⁾	879.4	6.0	859.1	5.5
Gastos de ventas, desarrollo y administración	9,880.7	100.0	10,486.8	100.0
Depreciación y amortización	583.5		632.5	
Otros (ingresos) gastos	(124.1)		(92.3)	
Gastos por intereses	200.0		198.2	
Ingresos por intereses.....	(178.0)		(199.8)	
Ganancia cambiaria	(413.7)		(124.6)	
Pérdida cambiaria	471.1		114.4	
Utilidad por valuación de instrumentos financieros derivados	(186.8)		(46.5)	
Pérdida por valuación de instrumentos financieros derivados				
	194.2		1.4	
Utilidad antes de impuesto a la utilidad	4,215.1		4,622.5	
Impuesto a la utilidad	1,264.0		1,324.6	
Utilidad Neta Consolidada	2,951.2		3,297.9	
Efecto por conversión de operaciones extranjeras.....	(10.4)		2.5	
(pérdids) ganancias actuariales	(36.4)		(136.2)	
Utilidad Integral Consolidada	2,904.4		3,164.2	
Participación controladora	2,627.5		2,833.1	
Participación no controladora	276.9		331.1	
EBITDA ⁽²⁾	4,916.5		5,225.7	

⁽¹⁾ Otros incluye ventas derivadas de la operación de tiendas DAX, restaurantes Sanborns Café, tiendas departamentales *Saks Fifth Avenue*, tiendas Sears y Sanborns en Centroamérica, boutique *Seven* y comedores industriales Pam Pam; ingresos por crédito a nuestros clientes a través de nuestras tarjetas de crédito Sanborns y Mixup e ingresos por renta de locales en los centros comerciales Plaza Loreto y Plaza Inbursa y regalías pagadas por nuestras subsidiarias a Grupo Sanborns y eliminación de operaciones entre subsidiarias.

Resultados por los Años Terminados el 31 de Diciembre de 2012 Comparados con el Año Terminado el 31 de Diciembre de 2011

La información financiera para los periodos de nueve meses terminados el 31 de diciembre de 2011 y 2012 fue preparada de conformidad con IFRS. La información presentada a continuación se presenta de forma consolidada y por formato de negocio.

Resultados Consolidados

Ventas Netas

Las ventas netas consolidados incrementaron en un 8.2%, de Ps.36,416.0 millones para el año terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.39,411.3 millones para el año terminado el 31 de diciembre de 2012. Derivado de un aumento de 8.7% en tiendas departamentales Sears y boutiques, 5.7% en

tiendas-restaurant Sanborns, 16.8% tiendas de música y tiendas iShop, otras empresas 3.4%, un incremento en ingresos por crédito a nuestros clientes de 5.8% y un aumento en ingresos por rentas de 5.9%.

Costo de Ventas

El costo de ventas consolidado incrementó en un 9.4%, de Ps.21,773.9 millones para el año terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.23,818.8 millones para el mismo periodo en 2012, lo anterior principalmente como consecuencia de un incremento en costo de ventas de 9.7% en las tiendas departamentales Sears y boutiques y de 17.7% en el costo de ventas de las tiendas de música y tiendas iShop, consistente con el incremento en ventas netas en el periodo.

El costo de ventas consolidado como porcentaje de ventas netas consolidadas incrementó a 60.4% en el año terminado el 31 de diciembre de 2012 de 59.8% en el mismo periodo en 2011.

Utilidad Bruta

Como resultado de los factores discutidos anteriormente, nuestra utilidad bruta consolidada incrementó en un 6.5%, de Ps.14,642.0 millones para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.15,592.5 millones para el mismo periodo en 2012.

La utilidad bruta consolidada como porcentaje de ventas netas consolidadas disminuyó a 39.6% en el año terminado el 31 de diciembre de 2012 de 40.2% en el mismo periodo en 2011.

Gastos de Ventas, Desarrollo y Administración

Los gastos de ventas desarrollo y administración consolidados incrementaron en un 6.1%, de Ps.9,880.7 millones para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.10,486.8 millones para el mismo periodo en 2012. Este incremento se debió principalmente a la apertura de nuevas tiendas.

Los gastos de venta, desarrollo y administración consolidados como porcentaje de ventas netas consolidadas disminuyeron a 26.6% en el periodo el año terminado el 31 de diciembre de 2012 de 27.1% en el mismo periodo en 2011.

Gastos e Ingresos por Intereses, Ganancia y Pérdida Cambiaria e Instrumentos Financieros Derivados

Los gastos por intereses disminuyeron en un 0.9%, de Ps.200.0 millones para el periodo el año terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.198.2 millones para el mismo periodo en 2012. Esta disminución se debió principalmente a la disminución de deuda con terceros.

Los ingresos por intereses incrementaron en un 12.3%, de Ps.178.0 millones para el año terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.199.8 millones para el mismo periodo en 2012. Este incremento se debió principalmente a un aumento en el monto de ingresos por inversiones temporales.

Reconocimos una ganancia cambiaria neta de Ps.10.2 millones en el periodo año terminado el 31 de diciembre de 2012 comparado con una pérdida cambiaria de Ps.57.4 millones para el mismo periodo en 2011, como resultado de la apreciación del Peso contra el Dólar en el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2012, lo que impactó nuestros compromisos y obligaciones denominadas en Dólares.

Reconocimos una ganancia en la valuación de nuestros instrumentos financieros derivados de Ps.45.1 millones en el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2012 comparado con una pérdida de Ps.7.4 millones para el mismo periodo en 2011, principalmente como resultado de variaciones en los instrumentos de cobertura de tipo de cambio durante el primer trimestre de 2012.

Impuestos a la Utilidad

La provisión de impuesto sobre la renta incrementó en un 4.8%, de Ps.1,264.0 millones para el periodo de nueve meses terminado el 30 de septiembre de 2011 a Ps.1,324.6 millones para el mismo periodo en 2012. Este incremento se debió principalmente a un incremento de 9.7% en nuestra utilidad antes de impuesto a la utilidad.

La tasa legal del impuesto sobre la renta a la que estuvimos sujetos durante el periodo de nueve meses terminado el 30 de septiembre de 2012 fue 30%. Nuestra tasa efectiva fue de 28.7%. Ver Nota 23 a nuestros Estados Financieros Dictaminados para un análisis detallado de nuestros impuestos a la utilidad.

Utilidad Integral

Como resultado de los factores discutidos anteriormente, durante el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2012, generamos una utilidad integral consolidada de Ps.3,164.2 millones comparado a la utilidad integral consolidada de Ps.2,904.4 millones en el mismo periodo en 2011, es decir, un incremento neto de Ps.309.2 millones, o 8.9%.

Sears y Boutiques

Ventas Netas Sears y Boutiques

Las ventas netas de nuestras tiendas departamentales Sears y boutiques incrementaron en un 8.7%, de Ps.20,383.0 millones para el año terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.18,753.8 millones para el mismo periodo en 2012. Este incremento se debió principalmente a un incremento de 9.1% en ventas netas, un incremento de 8.7% en nuestros ingresos por crédito a nuestros clientes a través de nuestras tarjetas de crédito Sears y un incremento de 5.7% en nuestras ventas mismas-tiendas Sears principalmente derivado de un aumento en los precios de nuestros productos.

Costo de Ventas Sears y Boutiques

El costo de ventas en nuestras operaciones de tiendas departamentales Sears y boutiques incrementó en un 9.7% de Ps.11,195.9 millones para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.12,283.3 millones para el mismo periodo en 2012 principalmente derivado del incremento en ventas.

El costo de ventas como porcentaje de ventas netas en nuestras operaciones de tiendas departamentales Sears y boutiques incrementó a 59.7% en el periodo de doce meses terminado el 31 diciembre de 2012 de 60.3% en el mismo periodo en 2011.

Utilidad Bruta Sears y Boutiques

Como resultado de los factores discutidos anteriormente, la utilidad bruta en nuestras operaciones de tiendas departamentales Sears y boutiques incrementó en un 7.2% de Ps.7,557.9 millones para el año terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.8,099.7 millones para el mismo periodo en 2012.

La utilidad bruta como porcentaje de ventas netas en nuestras operaciones de tiendas departamentales Sears y boutiques disminuyó a 39.7 en el año terminado el 31 de diciembre de 2012 de 40.3% en el mismo periodo en 2011.

Sanborns

Ventas Netas Sanborns

Las ventas netas de nuestras tiendas-restaurant Sanborns incrementaron en un 5.7% de Ps.11,858.0 millones para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.12,535.1 millones para el mismo periodo en 2012. Este incremento se debió a un aumento de 6.1% en ventas netas de nuestras tiendas Sanborns de Ps.8,729.2 millones para el año terminado el 31 de diciembre de

2011 a Ps.9,265.0 millones para el mismo periodo en 2012 derivado de la apertura de nuevas tiendas y un incremento en ventas mismas-tiendas de 4.7% en dicho periodo. Asimismo, dicho incremento se debió a un aumento de 3.7% en ventas netas de nuestros restaurantes Sanborns de Ps.2,771.0 millones para el ejercicio terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.2,874.0 millones para el mismo periodo en 2012 principalmente derivado de un aumento en los precios de nuestros alimentos y bebidas y a un incremento en ventas mismas-tiendas de 2.6% en dicho periodo.

Las ventas mismas-tiendas de nuestras operaciones de tiendas-restaurante Sanborns incrementaron en un 4.2% en el año terminado el 31 de diciembre de 2012 comparado con el mismo periodo del año anterior.

Costo de Ventas Sanborns

El costo de ventas en nuestras operaciones de tiendas-restaurante Sanborns incrementó en un 5.8% de Ps.6,585.1 millones para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.6,966.1 millones para el mismo periodo en 2012. Este incremento se debió a un aumento de 8.4% en el costo de ventas de nuestras tiendas Sanborns de Ps.6,355.2 millones para el periodo terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.6,888.6 millones para el mismo periodo en 2012 derivado de un aumento en ventas. Asimismo, dicho incremento se debió a un aumento de 5.4% en costo de ventas de nuestros restaurantes Sanborns de Ps.773.3 millones para el año terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.815.3 millones para el mismo periodo en 2012 derivado del incremento en ventas y del aumento en el costo de nuestros principales insumos.

El costo de ventas como porcentaje de ventas netas en nuestras operaciones de tiendas-restaurante Sanborns permaneció sin cambios significativos para ubicarse en 55.6% en el año terminado el 31 de diciembre de 2012.

Utilidad Bruta Sanborns

Como resultado de los factores discutidos anteriormente, la utilidad bruta en nuestras operaciones de tiendas-restaurante Sanborns incrementó en un 5.6% de Ps.5,272.9 millones para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.5,569.0 millones para el mismo periodo en 2012.

La utilidad bruta como porcentaje de ventas netas en nuestras operaciones de tiendas-restaurante Sanborns permaneció sin cambios significativos para ubicarse en 44.4% en el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2012.

Música, iShop y eduMac

Ventas Netas Música, iShop y eduMac

Las ventas netas de nuestras tiendas de música, tiendas iShop y centros eduMac incrementaron en un 16.8%, de Ps.3,664.3 millones para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.4,281.4 millones para el mismo periodo en 2012. Este incremento se debió principalmente a un incremento de 38.5% en ventas netas de nuestras tiendas iShop de Ps.1,782.6 millones para el periodo terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.2,469.2 millones para el mismo periodo en 2012 principalmente derivado de la apertura de nuevas tiendas.

Costo de Ventas Música, iShop y eduMac

El costo de ventas en nuestras operaciones de tiendas de música, tiendas iShop y centros eduMac incrementó en un 17.7% de Ps.2,732.3 millones para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.3,216.7 millones para el mismo periodo en 2012. Este incremento se debió al aumento en ventas de tiendas iShop, las cuales tienen un mayor porcentaje de costo de ventas con respecto a nuestras tiendas de música y centros eduMac.

El costo de ventas como porcentaje de ventas netas en nuestras operaciones de tiendas de música, tiendas iShop y centros eduMac incrementó a 75.1% en el año terminado el 31 de diciembre de 2012 de 74.6% en el mismo periodo en 2011.

Utilidad Bruta Música, iShop y eduMac

Como resultado de los factores discutidos anteriormente, la utilidad bruta en nuestras operaciones de tiendas de música, tiendas iShop y centros eduMac incrementó en un 14.2% de Ps.931.9 millones para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.1,064.7 millones para el mismo periodo en 2012.

La utilidad bruta como porcentaje de ventas netas en nuestras operaciones de tiendas de música, tiendas iShop y centros eduMac disminuyó a 24.9% en el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2012 de 25.4% en el mismo periodo en 2011.

ii) Situación Financiera, Liquidez y Recursos de Capital

Nuestras principales fuentes de liquidez han consistido históricamente en flujo de efectivo de la operación de nuestros distintos formatos de negocio y créditos a corto plazo de nuestros proveedores. Nuestra administración de cuentas por pagar e inventario son también una importante fuente de nuestra liquidez. La diferencia entre el número de días promedio que utilizamos para pagar a nuestros proveedores (calculado como la cantidad igual a nuestras cuentas por pagar multiplicada por 365 y dividida por el costo de ventas) respecto del número de días promedio que mantenemos nuestro inventario antes de venderlo (calculado como el valor del inventario multiplicado por 365 y dividido por el costo de ventas) fue de 135.5 días para el año concluido el 31 de diciembre de 2012 y 136.7 días para el 2011. El flujo de efectivo proveniente de actividades de operación representa principalmente ingresos y gastos de las operaciones continuas. El flujo de efectivo utilizado en actividades de inversión representa nuestra inversión en nuevas tiendas y remodelaciones. El flujo de efectivo proveniente de actividades de financiamiento deriva principalmente de la emisión de certificados bursátiles y préstamos bancarios.

Nuestros requerimientos de efectivo han consistido históricamente en necesidades de capital de trabajo y la inversión en activos fijos de nuevas tiendas y restaurantes.

Flujo de Efectivo

El flujo de efectivo generado por nuestras operaciones, incluyendo el flujo generado por nuestras subsidiarias, es manejado y controlado por cada una de dichas subsidiarias las cuales utilizan dicho flujo para cumplir con sus compromisos, incluyendo compromisos con sus proveedores.

La siguiente tabla presenta nuestro flujo de efectivo para los años terminados el 31 de diciembre de 2009, 2010 y 2011 y para los periodos de nueve meses terminados el 30 de septiembre de 2011 y 2012:

Años terminados el 31 de diciembre de 2011

	(millones de Pesos)	
	<u>2011</u>	<u>2012</u>
Flujo de efectivo derivado de nuestras actividades de operación.....	3,287.8	3,418.2
Flujo de efectivo (utilizados en) derivados de nuestras actividades de inversión	(1,003.2)	(516.5)
Flujo de efectivo utilizado de nuestras actividades de financiamiento	(1,750.9)	(2,625.9)
Incremento (disminución) neta en efectivo y equivalentes de efectivo.....	523.2	278.3

Actividades de Operación

El flujo neto de efectivo generado por nuestras actividades de operación aumentó en un 4.0%, de Ps.3,418.2 millones para el periodo de doce meses terminado el 31 de diciembre de 2011 a Ps.2,418.2 millones para el mismo periodo en 2012. Esta disminución se debió principalmente a mayores compras de inventario y pagos de cuentas por pagar a proveedores en 2011. Nuestras cuentas por cobrar incrementaron en un 4.8%, de Ps.8,451.5 millones al 31 de diciembre de 2011 a Ps.8,856.5 millones al 31 de diciembre de 2012; mientras que nuestro inventario incrementó en un 8.4%, de Ps.8,451.5 millones al 31 de diciembre de 2011 a Ps.8,856.5 millones al 31 de diciembre de 2012.

Actividades de Inversión

Durante el año terminado el 31 de diciembre de 2012, el flujo neto de efectivo derivado de actividades de inversión fue de Ps.516.4 millones, atribuibles principalmente a intereses cobrados por Ps.199.8 millones, parcialmente contrarrestado por el efecto neto por la adquisición y venta de inmuebles, maquinaria y equipo por Ps.716.2 millones.

Durante el año terminado el 31 de diciembre de 2011, el flujo neto de efectivo utilizado en nuestras actividades de inversión fue de Ps.1,402.6 millones, atribuibles principalmente al efecto neto por la adquisición y venta de inmuebles, maquinaria y equipo por Ps.1,182.2 millones y la adquisición de inversiones en valores con fines de negociación por Ps.294.5 millones, parcialmente contrarrestado por intereses cobrados por Ps.74.1 millones.

Actividades de Financiamiento

Durante el año terminado el 31 de diciembre de 2012, el flujo neto de efectivo utilizado en nuestras actividades de financiamiento fue de Ps.2,625.9 millones, atribuible principalmente a la contratación de préstamos de instituciones financieras y la emisión de certificados bursátiles por Ps.3,900.1, al pago de intereses por Ps.198.2 y al pago de dividendos a participación controladora y no controladora por Ps.6,327.8 millones.

Durante el año terminado el 31 de diciembre de 2011, el flujo neto de efectivo utilizado en nuestras actividades de financiamientos fue de Ps.1,965.4 millones, atribuible principalmente al pago neto de préstamos de instituciones financieras y la emisión de certificados bursátiles por Ps.1,455.5 millones, al pago de intereses por Ps.419.3 millones y al pago de dividendos a participación controladora y no controladora por Ps.90.6 millones.

Dividendos

En 2011 y durante el año terminado el 31 de diciembre de 2012, pagamos Ps.92.5 millones y Ps.6,327.8 millones, respectivamente, en dividendos a nuestros accionistas. El 20 de noviembre de 2012, nuestra asamblea de accionistas decretó un dividendo en efectivo por Ps.4.821275 por acción, lo que equivale a un total de \$4,700.0 millones, mismo que se distribuyó a nuestros accionistas el 21 de noviembre de 2012. Ver "Dividendos y Política de Dividendos".

Gastos de Capital

Durante el año 2013, esperamos efectuar gastos de capital de aproximadamente Ps.3,207.3 millones para la apertura de aproximadamente siete tiendas departamentales Sears, ocho tiendas-restaurante Sanborns, seis tiendas iShop, una tienda DAX, la remodelación de ciertas tiendas departamentales Sears, tiendas-restaurante Sanborns, tiendas iShop y tiendas DAX la remodelación de nuestra Fábrica de Chocolates, los centros de procesamiento de alimentos y del centro de distribución Sanborns ubicado en Santa Clara, Estado de México e inversión en inventarios y cartera. Con base en el presupuesto anual para apertura de tiendas en México durante 2013, anticipamos que cada tienda departamental Sears requerirá una inversión promedio de Ps.303.6 millones, cada tienda-restaurante Sanborns requerirá una inversión promedio de Ps.50.5 millones, cada tienda iShop requerirá una inversión promedio de Ps.8.2 millones y la tienda DAX requerirá una inversión de Ps.8.3 millones; en cada caso incluyendo el costo del terreno y edificio, la adaptación de la tienda o restaurante, la compra del inventario y cartera.

La siguiente tabla presenta nuestros gastos de capital para los periodos y años indicados:

	Años terminados el 31 de diciembre de	
	<u>2011</u>	<u>2012</u>
	(millones de Pesos)	
Gastos de aperturas.....	263.2	400.1
Sears y Boutiques-	57.9	172.3
Sanborns	144.0	201.6
Música, iShop y eduMac.....	57.4	24.5
Otros ⁽¹⁾	3.9	1.7
Gastos de remodelación.....	71.2	90.8
Sears y Boutiques	0.0	11.9
Sanborns	56.6	33.4
Música, iShop y eduMac.....	14.6	42.6
Otros ⁽¹⁾	-	2.9
Inversiones en Activos Fijos	891.0	258.0
Sears y Boutiques	604.6	107.5
Sanborns	223.9	32.7
Música, iShop y eduMac.....	-	-
Otros.....	62.5	117.8
Total Adquisición de Inmuebles, Maquinaria y Equipo	1225.3	748.9
Mantenimiento	95.2	110.4
Sears y Boutiques	-	-
Sanborns	91.2	106.7
Música, iShop y eduMac.....	-	-
Otros ⁽¹⁾	4.0	3.7
Total Gasto de Capital	1,320.5	859.3

⁽¹⁾ Otros incluye nuestras tiendas DAX, nuestros restaurantes Sanborns Café, nuestras tiendas departamentales Saks Fifth Avenue, nuestras tiendas Sears y nuestras tiendas-restaurante Sanborns en Centroamérica, nuestras boutiques Seven y nuestros comedores industriales Pam Pam, administración del portafolio de tarjetas de crédito Sanborns y Mixup e nuestros centros comerciales Plaza Loreto y Plaza Inbursa.

Endeudamiento

La siguiente tabla presenta nuestro endeudamiento para los periodos y años indicados:

	Años terminados el 31 de diciembre de	
	2011	2012
Deuda a Corto Plazo		
Créditos Bancarios	25.9	2,774.0
Certificados Bursátiles.....	1,347.1	2,499.0
Porción a corto plazo de deuda a largo plazo.....	-	-
Total deuda a corto plazo	<u>1,373.0</u>	<u>5,273.0</u>
Deuda a Largo Plazo	<u>-</u>	<u>-</u>
Deuda Total	<u>1,373.0</u>	<u>5,273.0</u>

Al 31 de diciembre de 2012, teníamos un endeudamiento total de Ps.5,273.0 millones, del cual 99.5% estaba denominado en Pesos y el 100% devengaba intereses a tasas variables.

El destino principal de nuestro endeudamiento ha sido fondear nuestras necesidades de capital de trabajo y gastos de capital.

Transacciones Fuera del Balance

Al 31 de diciembre de 2012, no teníamos transacciones fuera del balance.

iii) Control Interno

Hemos adoptado políticas de control interno y procedimientos diseñados para proporcionar claridad y facilidad en el flujo de información financiera para la preparación de nuestros estados financieros consolidados. Creemos que nuestra eficiente estructura organizacional nos proporcionan las herramientas necesarias para aplicar de forma precisa y efectiva dichas políticas y procedimientos de control internos.

Las políticas de control interno y procedimientos de nuestras subsidiarias son autorizados por la Dirección General y las Direcciones Funcionales encargadas de cumplir con los fines organizacionales y de negocio de cada una de ellas. Dichas políticas y procedimientos promueven el flujo de información claro y correcto para la elaboración de la información financiera de cada una de las subsidiarias en lo individual y de forma consolidada.

Nuestros distintos procesos operacionales están sujetos a auditorías internas periódicas y a la auditoría de Grupo Carso. El responsable de auditoría interna de Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. presenta periódicamente nuestro comité de auditoría y prácticas societarias y al comité correspondiente de Grupo Carso un informe sobre el cumplimiento de los objetivos del control interno, lo que provee a la administración de una seguridad razonable de que nuestras operaciones están sujetas a, y en cumplimiento con, las reglas establecidas por nuestra administración y que nuestros estados financieros

cumplen con IFRS. Los asuntos menores detectados al nivel de nuestras subsidiarias son discutidos y solucionados por los funcionarios correspondientes.

E) Estimaciones, Provisiones o Reservas Contables Críticas

Para la preparación de los Estados Financieros, y con base en las NIF e IFRS, es necesario efectuar algunas estimaciones de eventos que no son susceptibles de cuantificarse con exactitud, y, que afectan diversos rubros o cuentas. Las estimaciones incluyen elementos de juicio con cierto grado de incertidumbre y materialidad y, por lo tanto, pueden llegar a ser críticas. Las estimaciones hechas podrían modificarse en el futuro por cambio en la elección de asunciones para determinar los estimados o en el entorno económico.

Nuestras estimaciones más importantes son las reservas de inventarios y cuentas por cobrar, beneficios de los empleados al retiro, vida útil de inmuebles, maquinaria y equipo, deterioro de activos de largo vida, valuación de propiedades de inversión, valuación de instrumentos financieros y contingencias.

A continuación mencionaremos las estimaciones que consideramos que por el grado de incertidumbre en el futuro pueden generar un efecto significativo en la información financiera.

a. **Reservas de inventarios y cuentas por cobrar** - La Compañía utiliza estimaciones para determinar las reservas de inventarios y cuentas por cobrar. Los factores que considera la Compañía en las reservas de inventarios son los volúmenes de producción y venta y los movimientos en la demanda de algunos productos. Los factores que considera la Compañía en la estimación de cuentas de cobro dudoso son principalmente el riesgo de la situación financiera del cliente, cuentas no garantizadas y, retrasos considerables en la cobranza de acuerdo a las condiciones de crédito establecidas.

Nuestra política con respecto a pagos vencidos, consiste en clasificar las cuentas como morosas cuando registran 30 (treinta) o más días de retraso y en afectar en resultados la posible pérdida de las cuentas con más de 180 (ciento ochenta) días de retraso dependiendo de la circunstancia de la cuenta. Adicionalmente a lo anterior, Sears México cuenta con reservas preventivas con una cobertura del 100% (cien por ciento) del saldo de todas las cuentas morosas con más de 90 (noventa) días de retraso.

b. **Inmuebles, maquinaria y equipo** - La Compañía revisa la vida útil estimada de los inmuebles, maquinaria y equipo al final de cada periodo anual, para determinar la depreciación de esos activos, dichas vidas útiles son definidas de acuerdo con estudios técnicos preparados por personal especializado interno donde también participan especialistas externos. Durante los ejercicios de 2012 y 2011, con base en su análisis detallado la administración de la Compañía realizó algunas modificaciones de la vida útil de ciertos componentes de los inmuebles, maquinaria y equipo. El grado de incertidumbre relacionado con las estimaciones de las vidas útiles está relacionado con los cambios en el mercado y la utilización de los activos por los volúmenes de producción y desarrollo tecnológicos.

c. **Propiedades de inversión** - La Compañía realiza anualmente la valuación de sus propiedades de inversión con la asistencia de peritos valuadores independientes, la técnica de valuación se efectuó con diversos métodos; físico, mercado e ingresos, siendo el seleccionado por la Compañía el de enfoque físico de las mismas. La metodología de valuación incluye supuestos observables para propiedades que si bien no son iguales se refieren a las mismas zonas geográficas y con uso comercial. La Compañía considera el mayor y mejor uso de los activos.

No ha habido cambios en las técnicas de valuación utilizadas durante 2012 y 2011. La administración de la Compañía considera que las metodologías de valuación y supuestos utilizados son apropiadas para la determinación del valor razonable de las propiedades de inversión de la Compañía.

d. **Deterioro de activos de larga duración** - El valor en libros de los activos no circulantes

se revisa por deterioro en caso de que existan situaciones o cambios en las circunstancias que indiquen que el valor en libros no es recuperable. Si existen indicios de deterioro, se lleva a cabo una revisión para determinar si el valor en libros excede de su valor de recuperación y se encuentra deteriorado. Al efectuar las pruebas de deterioro de los activos, la Compañía requiere de efectuar estimaciones en el valor en uso asignado a sus inmuebles, maquinaria y equipo, y a las unidades generadoras de efectivo, en el caso de ciertos activos. Los cálculos del valor en uso requieren que la Compañía determine los flujos de efectivo futuros que deberían surgir de las unidades generadoras de efectivo y una tasa de descuento apropiada para calcular el valor actual. La Compañía utiliza proyecciones de flujos de efectivo de ingresos utilizando estimaciones de condiciones de mercado, determinación de precios, y volúmenes de producción y venta. Para los años terminados el 31 de diciembre de 2009, 2010 y 2011, la Compañía no reconoció ninguna pérdida por deterioro en el valor de los activos intangibles que se muestra en el balance. Ver la Nota 4 de los Estados Financieros Auditados de la Compañía.

e. **Valuación de instrumentos financieros** - La Compañía usa técnicas de valuación para sus instrumentos financieros derivados, que incluyen información que no siempre se basa en un mercado observable, para estimar el valor razonable de ciertos instrumentos financieros. La Nota 11 muestra información detallada sobre los supuestos clave considerados en la determinación del valor razonable de sus instrumentos financieros, así como análisis detallados de sensibilidad sobre esos supuestos. La administración de la Compañía considera que las técnicas de valuación y los supuestos utilizados son apropiados para determinar el valor razonable de sus instrumentos financieros.

f. **Contingencias** - La Compañía está sujeta a procedimientos judiciales sobre los cuales evalúa la probabilidad de que se materialicen como una obligación de pago, para lo cual considera la situación legal a la fecha de la estimación y la opinión de los asesores legales, dichas evaluaciones son reconsideradas periódicamente.

g. **Beneficios de los empleados al retiro** - Se utilizan supuestos para determinar la mejor estimación de estos beneficios en forma anual. Dichas estimaciones, al igual que los supuestos, son establecidos en conjunto con actuarios independientes en forma anual. Estos supuestos incluyen las hipótesis demográficas, las tasas de descuento y los aumentos esperados en las remuneraciones y permanencia futura, entre otros. Aunque se estima que los supuestos usados son los apropiados, un cambio en los mismos podría afectar el valor de los activos (pasivos) por beneficios al personal y el estado de utilidad integral en el periodo en que ocurra.

Nuevos Principios Contables

IASB ha publicado una nueva serie de IFRS y reformas a las Normas Internacionales de Contabilidad (IAS), las cuales habían sido emitidas, pero no surtido efectos cuando nuestros Estados Financieros Intermedios fueron preparados:

- IFRS 9. *Instrumentos Financieros*. El IFRS 9 debe ser adoptado a partir del 1 de enero de 2013, aunque su aplicación anterior a esta fecha está permitida. En agosto de 2011, la IASB emitió una propuesta de regulación contable llamada *Fecha Efectiva Obligatoria*, la cual proponía cambiar la fecha en que surte efectos la IFRS 9 del 1 de enero de 2013 al 1 de enero de 2015. IFRS 9 requiere que todos los activos financieros reconocidos dentro del alcance de la IAS 39 sean medidos subsecuentemente con base en su costo aplicado o en su valor razonable. Específicamente, inversiones de deuda en un modelo de negocio con el fin de coleccionar los flujos de efectivo contractuales compuestos exclusivamente por principal e interés sobre saldo de capital extraordinario, son generalmente medidos conforme a su precio aplicado al final de los subsecuentes periodos contables. Todo otro tipo de deuda y de inversiones de capital son medidos con base en su valor razonable al final de los subsecuentes periodos contables.
- IFRS 10. *Estados Financieros Consolidados*. El IFRS 10 reemplaza las partes del IAS 27 correspondientes a *Estados Financieros Consolidados y Separados*, en lo relativo al estatus financiero consolidado. SIC 12, *Consolidación de Entidades con Cometido Especial*, ha sido retirada dado a la emisión de IFRS 10. Bajo IFRS 10, el control es la única base para la

consolidación. Más aún, IFRS 10 incluye una nueva definición de control la cual contiene tres elementos: (a) el poder ejercitado sobre la compañía que recibe la inversión; (b) la exposición de una compañía o su derecho a retornos variables basados en su participación con la entidad que recibe la inversión, y (c) la habilidad del inversionista de utilizar este poder sobre la entidad para afectar el monto de los retornos. Un largo número de directrices ha sido añadido al IFRS 10 para enfrentar escenarios complejos.

- IFRS 11. *Acuerdos Conjuntos*. IFRS 11 reemplaza a IAS 31, *Participación en Asociaciones*. El IFRS 11 se concentra en la manera en la que las asociaciones en participación en las que dos o más partes ejercen el control deben ser clasificadas. En contraste, hay tres tipos de asociaciones en participación de conformidad con IAS 31: entidades bajo control conjunto, activos bajo control conjunto y operaciones bajo control conjunto. Igualmente, de acuerdo con IFRS 11, las asociaciones en participación deben integrarse por el método de participación, mientras que las entidades bajo control conjunto de acuerdo con IAS 31 pueden utilizar el método de participación o el de integración proporcional.
- IFRS 12. *Información a revelar respecto de Participación en Otras Entidades*. IFRS 12 es un estándar de revelación de información aplicable a las entidades que tienen participación en subsidiarias, asociaciones en participación, asociadas y/o entidades no consolidadas. En términos generales, los requerimientos de revelación de información de IFRS 12 son más estrictos que los de los estándares actuales.
- IFRS 13. *Medición del Valor Razonable*. IFRS 13 establece un conjunto de directrices para la medición del valor razonable y su respectiva divulgación. Este estándar define el valor razonable, establece su marco de medición y requiere de divulgación relativa a estas medidas. El alcance de IFRS 13 es extenso dado que es aplicable a instrumentos financieros o a otras entidades para las cuales otros IFRS requieren o permiten la medición de valor razonable y sus divulgaciones salvo que apliquen circunstancias específicas. En términos generales, los requisitos de divulgación de IFRS 13 son más estrictos que bajo los estándares actuales.
- IAS 27. *Estados Financieros Separados*.
IFRS 10, IFRS 11, IFRS 12, IFRS 13 y IAS 27 (de acuerdo a la revisión de 2011) deben ser aplicados a partir del 1 de enero de 2012, aunque su aplicación temprana está permitida, a condición de que, sean todas aplicadas al mismo tiempo.
- IAS 28. *Inversiones en Asociadas y Asociaciones en Participación*.
- Modificaciones a IAS 1. *Presentación de otras partidas de utilidad integral acumuladas* Las modificaciones a IAS 1 mantienen la opción de presentar ganancias o pérdidas y otras partidas de utilidad integral acumuladas en ya sea una sola declaración o en dos por separado pero consecutivas. Sin embargo, las modificaciones a IAS 1 requieren de revelación de información adicional respecto a las otras partidas de utilidad integral acumuladas de tal manera que las partidas estén agrupadas en dos categorías: (a) partidas que no serán reclasificadas con posterioridad a ganancia o pérdida; y (b) partidas que sí serán reclasificadas posteriormente en ganancias o pérdidas cuando ciertas circunstancias se reúnan. El impuesto al valor agregado en las partidas de utilidad integral acumulada debe ser asignado en las mismas bases.

Las modificaciones a IAS 1 son efectivas por períodos anuales que comienzan en o después del 1 de julio de 2012. La presentación de partidas de utilidad integral acumuladas será modificada cuando las modificaciones sean aplicadas y en futuros períodos contables.

IV ADMINISTRACIÓN

A) Auditores Externos

Los Estados Financieros Auditados presentados en este Informe Anual, fueron auditados por el despacho de contadores públicos Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C., una sociedad miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited, auditores independientes, conforme se establece en su informe incluido en este Reporte.

Los auditores fueron designados por la Compañía con base en el estudio de su experiencia y calidad de servicio, siendo elegidos por decisión del Consejo de Administración.

Durante la existencia de la Compañía, los auditores externos no han emitido opinión con salvedad, ni opinión negativa, ni se han abstenido de emitir opinión acerca de los estados financieros de la Compañía.

Además de los servicios relativos a la auditoría de sus estados financieros, la Compañía no recibe ningún servicios de sus auditores externos.

B) Operaciones con Personas Relacionadas y Conflictos de Interés

En el curso normal de nuestros negocios y en el futuro podríamos celebrar distintas operaciones con nuestros accionistas y con sociedades propiedad de o controladas por, directa o indirectamente la Compañía o nuestros accionistas mayoritarios, sujeto a la aprobación del Consejo de Administración. Así mismo, conforme a nuestros estatutos sociales y la Ley del Mercado de Valores, las operaciones relevantes con personas relacionadas, son revisadas por nuestro Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, el cual está constituido por miembros independientes.

De conformidad con la Ley del Mercado de Valores y nuestros estatutos sociales, nuestro Consejo de Administración tiene las siguientes obligaciones relacionadas con operaciones entre partes relacionadas: (i) aprobar los lineamientos para el uso y goce de los bienes que integren nuestro patrimonio y de las personas morales que la Compañía controla, por parte de personas relacionadas; (ii) aprobar de forma individual, operaciones con partes relacionadas, salvo por ciertas excepciones que no requerirán aprobación del Consejo de Administración; (iii) establecer los lineamientos en relación con el otorgamiento de cualquier tipo de préstamos o garantías a Personas Relacionadas; y (iv) el otorgamiento de dispensas a los miembros del Consejo de Administración, Directivos Relevantes o personas con poder de mando para que aprovechen oportunidades de negocio para sí o a favor de terceros, que inicialmente correspondan a la Compañía o a las personas morales que ésta controle o en las que tenga influencia significativa.

Para efectos de la Ley del Mercado de Valores, "Personas Relacionadas o Partes Relacionadas" incluye aquellas que, con respecto a la sociedad correspondiente, satisfagan cualquiera de los criterios siguientes: (i) personas que controlan o tengan influencia significativa en una persona moral que forme parte del grupo empresarial o consorcio al que la emisora pertenezca, así como los miembros del Consejo de Administración y directores relevantes de las integrantes de dicho grupo o consorcio, (ii) las personas que tengan poder de mando en una persona moral que forme parte de un grupo empresarial al que pertenezca la emisora; (iii) el cónyuge, la concubina o el concubinario y las personas que tengan parentesco por consanguinidad o civil hasta el cuarto grado o por afinidad hasta el tercer grado, con personas físicas que se ubiquen en alguno de los supuestos señalados en los incisos (i) y (ii) anteriores, así como los socios y copropietarios de las personas físicas mencionadas en dichos incisos con los que mantengan relaciones de negocios; (iv) las personas morales que sean parte del grupo empresarial o consorcio al que pertenezca la emisora; y (v) las personas morales sobre las cuales alguna de las personas a que se refieren los incisos (i) a (iii) anteriores, ejerzan el control o influencia significativa.

Consideramos que todas las operaciones con partes relacionadas se han llevado a cabo en el curso normal de las operaciones de negocios de la Compañía, en términos y condiciones de operaciones entre partes no relacionadas. Los términos de estas operaciones y servicios no son menos favorables que los ofrecidos por personas no relacionadas, y la Compañía tiene acceso a otras fuentes de materiales y servicios en caso de que sus personas relacionadas dejen de ofrecérselos en términos competitivos. Ver Sección “Factores de Riesgo – Otros Riesgos relacionados a nuestra operación - *Tenemos operaciones importantes con afiliadas o partes relacionadas, las cuales podrían generar conflictos de interés potenciales y podrían resultar en términos menos favorables para nosotros.*” Para mayor información respecto a los valores mencionados, ver la Nota 20 de nuestros Estados Financieros Auditados.

Para los años concluidos el 31 de diciembre de 2012 y 2011, celebramos operaciones con partes relacionadas por los siguientes conceptos, sin incluir transacciones financieras celebradas con Banco Inbursa, Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero (“Inbursa”):

Operaciones de carácter Financiero

Operaciones con Inbursa

Históricamente, hemos celebrado operaciones financieras con Banco Inbursa, Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Inbursa, la cual es una afiliada de Grupo Carso. En ocasiones, dichas operaciones han sido por cantidades significativas. También contratamos pólizas de seguros de Seguros Inbursa, S. A. de C. V., Grupo Financiero Inbursa.

Grupo Sanborns, tiene un contrato de intermediación bursátil, con Inversora Bursátil S.A. de C.V., Casa de Bolsa, Grupo Financiero Inbursa, para realizar inversiones, mismas que se tienen pactadas a un nivel de tasa Cetes como referencia, más un margen cotizado a niveles de mercado.

Ver la Nota 20 de nuestros Estados Financieros Auditados:

Las transacciones con partes relacionadas efectuadas en el curso normal de sus operaciones, fueron como sigue:

	(millones de Pesos)	
	31 de diciembre 2012	31 de diciembre 2011
<u>Ventas</u>	\$ 210.8	\$ 165.2
Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.	52.5	37.6
Seguros Inbursa, S.A.	28.4	23.2
Grupo Técnico de Servicios, S.A. de C. V.	23.7	22.5
Banco Inbursa, S. A.	14.6	5.5
Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.	12.8	25.6
Inversora Bursátil, S. A. de C. V.	7.9	7.9
Nacobre Servicios Admvos. S. A. de C. V.	6.6	2.3
Promotora de Desarrollo de América Latina, S. A. de C. V.	2.3	6.0
Nacional de Cobre, S. A. de C. V.	1.3	5.7
Ventas (otros)	60.8	29.0
<u>Intereses cobrados</u>	<u>-</u>	<u>3.1</u>
<u>Ingresos por arrendamientos</u>	<u>46.2</u>	<u>31.6</u>
<u>Ingresos por servicios</u>	<u>168.5</u>	<u>135.3</u>
Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.	115.2	92.2
Patrimonial Inbursa, S.A.	13.2	13.1
América Móvil, S. A. B. de C.V.	10.0	-
Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.	8.7	9.8
Banco Inbursa, S.A.	8.2	12.5
Seguros, Inbursa, S. A.	3.6	1.3
Ingresos por servicios (otros)	9.7	6.5
<u>Ingresos por venta de activo fijo</u>	<u>1.0</u>	<u>2.7</u>

<u>Compras de inventarios</u>	<u>(1,855.8)</u>	<u>(1,785.9)</u>
Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.	(1,146.0)	(1,077.3)
Sears Brands Management Corporation	(210.1)	(182.8)
Phillips Morris de México, S.A. de C.V.	(125.8)	(129.1)
América Móvil, S. A. de C. V.	(319.2)	(323.1)
Compras de inventarios (otros)	(54.6)	(73.7)
<u>Gastos por seguros</u>	<u>(40.2)</u>	<u>(21.5)</u>
<u>Gastos por arrendamientos</u>	<u>(474.8)</u>	<u>(434.4)</u>
Inmuebles Srom, S.A. de C.V.	(150.0)	(149.1)
Inmose, S.A. de C.V.	(69.5)	(63.3)
Inmuebles General, S. A. de C. V.	(59.4)	(51.4)
Bienes Raíces de Acapulco, S. A. de C. V.	(49.5)	(41.7)
Desarrollos Sagesco, S. A. de C. V.	(29.8)	(24.9)
Bajasur, S. A. de C. V.	(24.6)	(28.8)
Gastos por arrendamientos (otros)	(92.0)	(75.1)
<u>Gastos por intereses</u>	<u>(6.1)</u>	<u>(14.1)</u>
<u>Gastos por servicios</u>	<u>(476.1)</u>	<u>(585.8)</u>
<u>Otros gastos, neto</u>	<u>(92.6)</u>	<u>(58.6)</u>
<u>Compras de activo fijo</u>	<u>(36.6)</u>	<u>(96.1)</u>

La siguiente tabla muestra los principales saldos por cobrar y pagar a partes relacionadas correspondientes a los años 2012 y 2011:

	31 de diciembre 2012	31 de diciembre 2011	1 de enero de 2011
Por cobrar-			
Grupo Técnico de Servicios Telvista, S. A. de C. V.	\$ 3,621	\$ 2,688	\$ 2,866
Promotora del Desarrollo de América Latina, S. A. de C. V.	1,838	484	274
Nacional de Conductores Eléctricos, S.A. de C.V.	1,757	-	-
Inmobiliaria Carso, S.A. de C.V.	1,241	60	-
Administradora y Operadora de Estacionamientos, S.A. de C.V.	1,067	-	-
Imsalmar	693	259	-
Banco Inbursa, S.A.	-	-	548
Otros	6,531	4,944	2,924
	<u>\$ 16,748</u>	<u>\$ 8,435</u>	<u>\$ 6,612</u>
Por pagar-			
Radiomóvil Dipsa, S. A. de C. V.	\$ 64,738	\$ 86,738	\$ 46,797
Inmuebles Srom, S. A. de C. V.	29,649	76,526	-
Dorians Tijuana, S. A. de C. V.	2,550	470,984	-
Sears Brands Management Corporation	76,875	-	-
América Móvil, S.A. de C.V.	13,278	133	-
Teléfonos de México, S. A. B. de C. V.	4,896	6,346	3,791
Philip Morris México, S. A. de C. V.	6,976	8,685	22,569
Inmose, S. A. de C. V.	13,506	7,644	-
Distribuidora Telcel, S. A. de C. V.	3,288	2,816	29,397
Consortio Red Uno, S. A. de C. V.	3,618	447	4,236
Bajasur, S. A. de C. V.	5,909	5,633	-
Seguros Inbursa, S. A. de C. V.	5,746	5,291	-
Operadora Mercantil, S. A. de C. V.	2,265	3,262	3,752

	31 de diciembre 2012	31 de diciembre 2011	1 de enero de 2011
Desarrollos Sagesco, S. A. de C. V.	5,754	3,404	-
Bienes Raíces de Acapulco, S. A. de C. V.	856	3,262	
Patrimonial Inbursa, S.A. de C.V.	186	3,262	921,252 (1)
Fianzas Guardiania Inbursa, S.A. de C.V.	85	772	89,102
Fianzas Guardiania Inbursa, S.A. de C.V.			
Otras	<u>10,685</u>	<u>9,671</u>	<u>720</u>
	<u>\$ 250,860</u>	<u>\$ 695,191</u>	<u>\$ 1,121,616</u>

(1) Préstamo en moneda nacional, sin garantía específica con vencimiento el 19 de enero de 2011, devengaba intereses a la tasa del 5.9%.

Por otra parte, Grupo Sanborns tiene contratada con Inbursa una línea de crédito en cuenta corriente por \$1,700.0 millones para efectuar disposiciones tanto en pesos como en Dólares. Las disposiciones están pactadas a una tasa variable basada en la TIIE como referencia, más un margen de intermediación cotizado a niveles de mercado y en el caso de disposiciones en Dólares, están pactadas a una tasa variable basada en la tasa LIBOR, más un margen de intermediación también cotizado a niveles de mercado. Al 30 de septiembre de 2012 no teníamos saldos por pagar bajo nuestra línea de crédito con Inbursa.

Operaciones con Inmuebles Carso

Al 31 de diciembre de 2012, el 28.3% de nuestras tiendas y restaurantes se arrendaban a Inmuebles Carso, S.A.B. de C.V., una persona relacionada. Consideramos que todos estos arrendamientos son en términos no menos favorables que los que obtendríamos bajo condiciones de mercado.

Otras operaciones

Dentro nuestras tiendas Sanborns y Sears, se arriendan espacios para algunas personas relacionadas, entre las cuales destacan sucursales y cajeros de Banco Inbursa, S.A., Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Inbursa, lo que genera sinergias positivas para la Compañía.

A la fecha de este Reporte, la Compañía no ha celebrado, en adición a las mencionadas arriba, operaciones con empresas sobre las cuales detente el 10.0% o más de las acciones con derecho a voto ni con accionistas que detenten dicho porcentaje en la Compañía.

C) Administradores y Accionistas

El Consejo de Administración

Nuestro Consejo de Administración está actualmente integrado por doce consejeros propietarios y tres suplentes. Cada consejero es elegido por el plazo de un año, puede ser reelegido y deberá permanecer en funciones hasta que su sucesor haya sido elegido y tomado posesión de su cargo. Los miembros suplentes pueden suplir a los miembros propietarios y sólo a los miembros independientes, si tienen ese carácter. Los consejeros son elegidos o ratificados por los accionistas en la asamblea anual. Todos los consejeros propietarios y suplentes actuales fueron elegidos o ratificados en sus cargos en la Asamblea de Accionistas de fecha 29 de abril de 2013.

Conforme a la Ley del Mercado de Valores y los estatutos sociales de Grupo Sanborns, al menos el 25.0% de los consejeros deberán ser independientes y dicha independencia es calificada por la propia Asamblea de Accionistas que los designe, sujeto a observaciones por la CNBV.

De conformidad con la Ley del Mercado de Valores y los estatutos sociales de Grupo Sanborns, el Consejo de Administración debe ocuparse de establecer las estrategias generales para la conducción del negocio de la Compañía y personas morales que ésta controle; así como vigilar la gestión y conducción de la Sociedad y de las personas morales que ésta controle, para lo cual podrá apoyarse en uno o varios comités.

El Consejo de Administración será responsable de vigilar el cumplimiento de los acuerdos de las Asambleas de Accionistas, lo cual podrá llevar a cabo a través del Comité que ejerza las funciones de auditoría.

Además, el Consejo de Administración tiene la representación de la Compañía y está facultado para celebrar cualesquiera actos jurídicos y adoptar cualesquiera determinaciones que sean necesarias o convenientes para lograr el objeto social.

A continuación se señalan los nombres de los actuales miembros del Consejo de Administración, su cargo, su experiencia en el negocio, incluyendo otra experiencia como consejero, y los años de servicio en el consejo de Grupo Sanborns o de su subsidiaria Sanborn Hermanos:

<u>Nombre</u>	<u>Cargo</u>	<u>Años de servicio</u>
Carlos Slim Domit	Presidente	26
Carlos Slim Helú	Consejero	33
Patrick Slim Domit	Consejero	17
Johanna Monique Slim Domit	Consejero	6
Angel Eduardo Peralta Rosado	Consejero Independiente	57
Juan Antonio Pérez Simon	Consejero Independiente	27
Antonio Cosio Pando	Consejero Independiente	5
Jose Kuri Harfush	Consejero Independiente	29
Juan Rodriguez Torres	Consejero Independiente	2
Juan Domingo BeckmanLegorreta	Consejero Independiente	5
Isaac MassryNakash	Consejero	19
Pablo Andrés Guzman Rivera Rio	Consejero suplente	5
Jose Manuel Campo y Menendez	Consejero suplente	26
Edgar Smolensky Kirchner	Consejero suplente	5
Pablo Roberto González Guajardo.....	Consejero suplente	

Nuestro Secretario, no miembro del Consejo, es el señor Omar Lugo Andere con 23 años de servicio en nuestras empresas.

A continuación se señala información sobre nuestros consejeros:

Carlos Slim Domit es licenciado en administración de empresas por la Universidad Anáhuac. Actualmente es Co Presidente del Consejo de Administración de América Móvil, S.A.B de C.V., Presidente del Consejo de Administración de Teléfonos de México, S.A. de C.V. y Grupo Carso, S.A.B. de C.V. y muchas de sus empresas subsidiarias y afiliadas. Participa activamente en varias asociaciones industriales y educacionales, así como en fundaciones y organizaciones filantrópicas. El señor Slim ha sido el Director General de Sanborn Hermanos, S.A. desde hace más de 20 años y ha fungido como miembro del consejo de Grupo Sanborns o sus subsidiarias desde 1989.

Carlos Slim Helú estudió en la facultad de Ingeniería de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) la carrera de Ingeniería Civil, donde también impartía la cátedra de álgebra y programación lineal. Fundador y Presidente honorario vitalicio de Grupo Carso, así como Presidente honorario vitalicio de Teléfonos de México (Telmex), America Movil y Grupo Financiero Inbursa, fundador y Presidente del Consejo de Administración de Inversora Bursátil. Se ha desempeñado como Vicepresidente de la Bolsa Mexicana de Valores y Presidente de la Asociación Mexicana de Casas de Bolsa. Fue el primer Presidente del Comité Latinoamericano del Consejo de Administración de la Bolsa de Valores de Nueva York. Miembro de los Consejo de Administración de Philip Morris Companies y Alcatel, y se desempeñó como Consejero de SBC Communications, Inc. Creador de la Fundación del Centro Histórico de la Ciudad de México, A.C., y fungen como Presidente del Comité Ejecutivo para la restauración del Centro Histórico. Asimismo, como parte de su labor filantrópica, preside el proyecto del Fondo para el Desarrollo de América Latina y la Fundación Telmex. Realizó actividades docentes en Instituciones Públicas y Privadas y en Organismos Internacionales como la comisión Económico para América Latina (CEPAL).

Patrick Slim Domit es licenciado en administración de empresas por la Universidad Anáhuac. Ha fungido como funcionario y director de diversas empresas incluyendo de Grupo Carso, S.A.B. de C.V. y de Tenedora de Empresas de Materiales de Construcción, S.A. de C.V. Actualmente, es el Director General de Sears Operadora, S.A. de C.V., director comercial de Mercado Masivo Teléfonos de México, S.A. de C.V., vice-presidente de Grupo Carso, S.A.B. de C.V., co- presidente del Consejo de Administración de América Móvil, S.A.B. de C.V. y de Grupo Televista, S.A. de C.V. y es miembro del Consejo de Administración de Grupo Carso y de ciertas de sus subsidiarias, de Minera Frisco, S.A.B de C.V y de Impulsora para el Desarrollo y el Empleo de LatinoAmerica, S.A.B. de C.V. (IDEAL). Ha sido miembro de nuestro Consejo de Administración desde 1996. Ha fungido como Director General de Grupo Sanborns desde 2012.

Johanna Monique Slim Domit es Licenciada en Educación Preescolar. Desde el año 2007, forma parte del Consejo de Administración de Sanborn Hermanos, S.A. En el año de 2009 creó el programa de Educación Inicial de la Fundación Carlos Slim que dirige actualmente.

Ángel Eduardo Peralta Rosado es arquitecto por la Universidad Nacional Autónoma de México. Ha fungido como consejero de Sanborn Hermanos, S.A. desde 1975 y de Sears Operadora México, S.A. de C.V. desde 1997. Ha sido miembro de nuestro Consejo de Administración desde 1996.

Juan Antonio Pérez Simón es contador público por la Universidad Nacional Autónoma de México. Ha fungido como Presidente del Consejo de Administración de Sanborn Hermanos, S.A., Vicepresidente del Consejo de Administración de Teléfonos de México, S.A.B. de C.V., miembro del Consejo de Administración de América Móvil, S.A.B. de C.V., Grupo Carso, S.A.B. de C.V., Grupo Financiero Inbursa, S.A.B. de C.V. y muchas de sus empresas subsidiarias y afiliadas. Adicionalmente, participa activamente en varias fundaciones y organizaciones filantrópicas. Recientemente fue designado como miembro de nuestro Consejo de Administración.

Antonio Cosío Pando es licenciado en ingeniería avanzada por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM). Ha fungido como Vicepresidente del Consejo de Administración de Grupo Hotelero Brisas, S.A. de C.V., Director General de Compañía Industrial de Tepeji del Río, S.A. de C.V., consejero de Bodegas Santo Tomás, S.A. de C.V., Grupo Financiero Inbursa, S.A.B. de C.V., Grupo Carso, S.A.B. de C.V. y Teléfonos de México, S.A.B. de C.V. Recientemente fue nombrado para fungir como consejero independiente de nuestro Consejo de Administración aunque ha participado en sus subsidiarias desde hace muchos años.

José Kuri Harfush es licenciado en administración de empresas por la Universidad Anáhuac. Actualmente, es el Director General de Galas de México, S.A. de C.V., Janel, S.A. de C.V., Kristafilms, S.A. de C.V., Productos Dorel, S.A. de C.V. y Artes Gráficas Unidas, S.A. de C.V. Es también miembro del Consejo de Administración de Teléfonos de México, S.A.B. de C.V., Grupo Carso, S.A.B. de C.V., Grupo Financiero Inbursa, S.A.B. de C.V. y muchas de sus subsidiarias, Minera Frisco, S.A.B. de C.V. y Sanborn Hermanos, S.A. Recientemente fue nombrado para fungir como consejero independiente de nuestro Consejo de Administración aunque ha participado en sus subsidiarias desde hace muchos años.

Juan Rodríguez Torres es ingeniero civil por la Universidad Nacional Autónoma de México. Actualmente, es consejero de Minera Frisco, S.A.B. de C.V. y Procorp, S.A. de C.V. Fundó la Asociación Mexicana Empresarial de Generación. Recientemente ha sido nombrado como consejero independiente de nuestro Consejo de Administración.

Juan Domingo Beckmann Legorreta es licenciado en administración de empresas y tiene un posgrado en Mercadotecnia por la Universidad Anáhuac. Asistió al Programa de Administración del Instituto Panamericano en Alta Dirección en la Ciudad de México y al Programa de Desarrollo Ejecutivo de Columbia University en Nueva York. Ha sido miembro del Consejo de Administración de Acciones y Valores, S.A. y del Consejo de la Comunicación. Actualmente, es el Director General de José Cuervo y miembro del Consejo de Administración de Sears México y del Banco Ve por Mas, S.A., Institución de Banca Múltiple. En marzo de 2008, el Foro Económico Mundial eligió al Sr. Beckmann como Líder Joven del Mundo, premio concedido cada año para reconocer a los 200 líderes jóvenes de todo el mundo por sus logros profesionales y su compromiso con la sociedad. Recientemente fue nombrado para fungir como consejero independiente de nuestro Consejo de Administración aunque ha participado en sus subsidiarias desde hace muchos años.

Isaac Massry Nakash estudió administración de empresas en la Universidad de Austin, Texas. Fundó la empresa Mixup en 1989, de la cual actualmente es Director General. Actualmente es consejero de Sears Operadora México, S.A. de C.V. Recientemente fue nombrado para fungir como consejero de nuestro Consejo de Administración aunque ha participado en sus subsidiarias desde hace muchos años.

Pablo Andrés Guzmán Rivera Río es ingeniero civil egresado de la Universidad Nacional Autónoma de México. Fungió como vicepresidente del área de restaurantes de Walmart México de 2007 a 2008 donde colaboró 15 años. En el año 2008 ingresó a Sanborn Hermanos, S.A. como Director de Operaciones. Recientemente fue designado como consejero suplente de nuestro Consejo de Administración.

José Manuel Campo y Menéndez es licenciado en administración de empresas por la Universidad Tecnológica de México. Ha fungido como Director de Restaurante y Bar de las tiendas-restaurantes Sanborns y Sanborns Café desde 1987. Ha fungido como miembro del Consejo de Administración de Sanborn Hermanos, S.A. y Sears Operadora México, S.A. de C.V. Recientemente fue nombrado para fungir como consejero suplente de nuestro Consejo de Administración aunque ha participado en sus subsidiarias desde hace muchos años.

Edgar Smolensky Kirchner es licenciado en mercadotecnia por la Universidad Nuevo Mundo. Fungió como Subdirector de mercadotecnia de Sears Operadora México desde 2008, desde 2011 funge como Director de Compras las divisiones de Moda de dicha empresa, además de participar como invitado especial en su Consejo de Administración. Recientemente fue nombrado para fungir como consejero suplente de nuestro Consejo de Administración aunque ha participado en sus subsidiarias desde hace muchos años.

Omar Lugo Andere es licenciado en derecho por la Universidad Nacional Autónoma de México. En 1990 ingresó a Sears Operadora México, S.A. de C.V. como vicepresidente jurídico, con diversos cargos en las direcciones jurídicas de nuestras empresas. Ha fungido como Director Jurídico de Grupo Sanborns desde 2001, es Secretario del Consejo de Administración desde 2007 y de varias de sus subsidiarias desde hace muchos años. Adicionalmente, participa en el Consejo Directivo de la ANTAD y de GS1 México.

Pablo Roberto González Guajardo es Director General y miembro del Consejo de Administración de Kimberly-Clark de México, de América Movil, de Acciones y Valores Banamex Casa de Bolsa y de C

Estrategia. También forma parte del Consejo Consultivo de GE Internacional México, del Consejo Consultivo Internacional de The Brookings Institution y del Consejo de Administración The Conference Board. Es socio Fundador de Mexicanos Primero y es Presidente del Consejo de la Ciudad y del Estado de México de Únete.

Los siguientes Consejeros mantienen un grado de parentesco o afinidad hasta cuarto grado: el señor Carlos Slim Helú es padre de los señores Carlos Slim Domit, Patrick Slim Domit y Johanna Monique Slim Domit.

De conformidad con la Ley del Mercado de Valores y nuestros estatutos sociales, el Consejo de Administración debe aprobar, entre otras cosas, cualquier transacción que pueda desviarse del curso ordinario de los negocios de la Compañía y que incluya, entre otras cosas, (i) partes relacionadas; (ii) cualquier adquisición o venta del 5.0% o más de los activos de la Compañía; (iii) el otorgamiento de garantías por cantidades que excedan el 5.0% de los activos de la Compañía o (iv) cualquier operación que represente más del 5.0% de los activos de la Compañía.

Funcionarios de primer nivel

A continuación se presenta la lista de los actuales funcionarios de primer nivel, su principal ocupación, experiencia en el negocio, incluyendo otras direcciones que hayan ocupado, y sus años de servicio en su cargo actual o en las subsidiarias de Grupo Sanborns.

<u>Nombre</u>	<u>Puesto</u>	<u>Años de Servicio</u>
Patrick Slim Domit	Director General	17
Mario Enrique Bermudez Dávila	Director de Finanzas	9
Omar Lugo Andere	Director Jurídico	23
Isaac Massry Nakash	Director General de Promusa	19
José Manuel Campo y Menéndez	Director de Alimentos y Bebidas de Sanborns Hermanos	24
Arturo Aguirre Camacho	Director de Crédito	38
Edgar Smolensky Kirchner	Director Comercial de Saks México y de Compras de Sears México	4
Pablo Andrés Guzmán Rivera Río	Director de Tiendas de Sanborns Hermanos	5
Pablo Elías Sayeg	Director de Compras de Sears México	

Mario Enrique Bermudez Dávila, es nuestro Director de Finanzas y se integró hace 9 años. Es licenciado en Contaduría por la Universidad Latinoamericana y estudios de posgrado en el ITAM y el ITESM. Ha colaborado con empresas afiliadas desde hace varios lustros, incluyendo empresas relacionadas con Grupo Financiero Inbursa, S.A.B. de C.V.

Pablo Elías Sayeg, es nuestro Director Compras de Muebles y Electrónica de Sears México y se integró hace 9 años. Es Licenciado en Administración de Empresas por la Universidad Anáhuac. Previamente colaboró en diversas empresas de Grupo Financiero Inbursa, S.A.B.

Previamente a la Oferta Global, la Compañía no ha adoptado un código de conducta para el Consejo de Administración y los funcionarios de primer nivel, que se espera sea aprobado una vez que el nuevo consejo de administración entre en funciones.

Comité de Auditoría y de Prácticas Societarias

La Ley del Mercado de Valores impone la obligación de contar con un comité de auditoría, integrado por cuando menos tres miembros independientes nombrados por el consejo de administración (excepto en caso de sociedades controladas por una persona o grupo empresarial titular del 50.0% o más del capital social en circulación, en cuyo caso la mayoría de los miembros del Comité de Auditoría deberán ser independientes). El Comité de Auditoría (junto con el consejo de administración, que tiene obligaciones adicionales) sustituye al comisario que anteriormente se requería en términos de la Ley de Sociedades Mercantiles.

Establecimos un Comité de Auditoría y Prácticas Societarias en nuestra asamblea general de accionistas celebrada el 29 de abril de 2013. Consideramos que los miembros de dicho Comité son consejeros independientes de conformidad con la Ley del Mercado de Valores y que al menos uno de sus miembros califica como experto financiero. Los parámetros calidad de independencia y experto financiero bajo las leyes mexicanas difieren de los del New York Stock Exchange, NASDAQ Stock Market LLC o las leyes de valores de los Estados Unidos.

Las funciones principales del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias incluyen supervisar a los auditores externos de la Compañía, analizar los informes de dichos auditores externos, informar al consejo de administración de cualesquier controles internos existentes y cualesquier irregularidades relacionadas con los controles internos, así como supervisar la realización de operaciones con partes relacionadas, las actividades del Director General y la función de auditoría interna y entregar un reporte anual al Consejo de Administración. El Comité también es responsable de emitir opiniones al Consejo de Administración en relación con el desempeño de los funcionarios clave de la Compañía, las operaciones con partes relacionadas, de las solicitudes de dictámenes de peritos independientes, de convocar las asambleas de accionistas y de apoyar al Consejo de Administración en la preparación de informes para la asamblea anual de accionistas.

Nuestro Comité de Auditoría y Prácticas Societarias se encuentra integrado por los siguientes tres miembros:

<u>Nombre</u>	<u>Puesto</u>
José Kuri Harsfush	Presidente
Juan Antonio Pérez Simón	Miembro
Antonio Cosío Pando	Miembro

Adicionalmente, al Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, la Compañía no cuenta con ningún otro Comité.

El señor Juan Antonio Pérez Simón desempeña las funciones de Experto Financiero de la Compañía y fue designado mediante asamblea general ordinaria y extraordinaria de accionistas de fecha 29 de enero de 2013.

Titularidad de Acciones

En asamblea general ordinaria y extraordinaria de accionistas celebrada el 29 de enero de 2013 y protocolizada mediante escritura pública número 8,672 de fecha 29 de enero de 2013, otorgada ante el Lic. Eduardo Francisco García Villegas Sánchez Cordero, notario público número 248 del Distrito Federal, México e inscrita ante el Registro Público de Comercio del Distrito Federal bajo el folio mercantil 3633*, nuestros accionistas aprobaron, entre otros, iniciar un proceso de oferta pública inicial de acciones en México y una oferta privada en el extranjero. Asimismo, los accionistas de la Compañía, en esa misma asamblea general ordinaria y extraordinaria de accionistas, resolvieron modificar los estatutos sociales de la Compañía totalmente para adecuarlos a las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores aplicables a las sociedades anónimas bursátiles, a efecto de adoptar el régimen de una sociedad anónima bursátil de capital variable y cambiar su denominación a "Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V."

En la misma asamblea, (i) se dejó constancia de que el capital social de Grupo Sanborns, después de la división accionaria o *split*, queda representado por 1,949,691,764 de acciones íntegramente suscritas y pagadas, Serie "B-1", ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal, representativas de la parte fija del capital social; (ii) se aprobó aumentar el capital social de la Compañía en su parte fija, sin derecho a retiro, mediante la emisión de hasta 432,308,236 acciones nominativas, ordinarias, de la Serie "B-1", para que el capital mínimo fijo sin derecho a retiro autorizado de la Compañía quede representado por un total de hasta 2,382,000,000 acciones.

Derivado de las resoluciones mencionadas en el párrafo inmediato anterior, el capital social de Grupo Sanborns quedó, al concluir la Asamblea, en términos generales, como sigue:

	Acciones	Serie	Parte del Capital
Acciones Suscritas y Pagadas	1,949,691,764	"B-1"	Fija
Acciones Pendientes de suscripción y pago	432,308,236	"B-1"	Fija
Total Autorizado	2,382,000,000	"B-1"	Fija

En el último ejercicio, Grupo Sanborns no ha sido objeto de ninguna oferta pública para tomar el control de la Compañía, ni Grupo Sanborns ha realizado oferta alguna para tomar el control de otras compañías.

La siguiente tabla establece la distribución del capital social de la Compañía a la fecha de este documento:

Acciones al 29 de abril de 2013		
Accionista	Cantidad	%
Grupo Carso, S.A.B. de C.V.	1,949,263,586	81.83%
Público Inversionista	405,736,414	17.04%
Acciones de Tesorería	27,000,000	1.13%
Total Autorizado	2,382,000,000	100.00%

A la fecha del presente Reporte, salvo por lo mencionado en la sección "*Principales Accionistas*" ninguno de los otros consejeros o altos funcionarios de Grupo Sanborns tiene participación alguna del capital social de la Compañía.

Remuneración de Consejeros y Altos Funcionarios

La compensación a los Consejeros y miembros de los Comités de la Compañía es determinada por la Asamblea General Ordinaria de Accionistas de Grupo Sanborns. Grupo Sanborns tiene establecido que a cada miembro del Consejo de Administración se le pagará un emolumento equivalente a \$15,000.00, por cada sesión del Consejo a la que atienda. En el 2012, las remuneraciones a nuestros funcionarios de primer nivel incluyen los pagos por sueldo, prima vacacional, aguinaldo y bonos. Asimismo, el importe acumulado por la Compañía y sus subsidiarias para planes de pensión de los principales funcionarios asciende a aproximadamente \$166.3 millones.

A la fecha no existen otro tipo de prestaciones para los consejeros o funcionarios de primer nivel de Grupo Sanborns. Tampoco existen convenios en beneficio de miembros del Consejo de Administración o directivos relevantes.

ACCIONISTAS PRINCIPALES

Grupo Carso

Grupo Carso tiene una tenencia accionaria de la mayoría del capital social de Grupo Sanborns y, por lo tanto, puede entenderse que controla a Grupo Sanborns. Algunos de nuestros miembros del Consejo de Administración, incluyendo a nuestro Presidente, son accionistas beneficiarios, directa o indirectamente, de Grupo Carso, como parte de la Familia Slim. La Familia Slim cuenta con una tenencia accionaria conjunta de aproximadamente el 79.38% según reportes de Grupo Carso, S.A.B. de C.V.

Grupo Carso ha reportado que los señores Lic. Carlos Slim Domit, Lic. Patrick Slim Domit y Lic. Marco Antonio Slim Domit, consejeros propietarios de Grupo Carso, son beneficiarios, directa o indirectamente, de más del 10% del capital social, cada uno de ellos. El Ing. Carlos Slim Helú y las Sras. María Soumaya, Vanessa Paola y Johanna Monique Slim Domit son beneficiarios, directa o indirectamente, de más del 10% del capital social, cada uno de ellos. El fideicomiso de administración e inversión F-127 constituido en Banco Inbursa, S.A. e Inmobiliaria Carso, S.A. de C.V. son accionistas directos de más del 10% del capital social de Grupo Carso, cada uno de ellos.

Ningún otro accionista es beneficiario de más del 10.0% del capital social de Grupo Sanborns.

La siguiente tabla contiene cierta información relacionada con la distribución de nuestra estructura de capital con anterioridad y posterioridad a la Oferta Global.

Nombre de Accionista	Acciones detentadas antes de la oferta Global		Acciones detentadas después de la Oferta Global			
	Número	%	No-ejercicio de Opción de Sobre Asignación		Ejercicio de Opción de Sobre Asignación	
	Número	%	Número	%	Número	%
Grupo Carso, S.A.B. de C.V.	1,949'259,570	99.98	1,949'263,586	83.83	1,949'263,586	82.77
Otros accionistas minoritarios	432,194	0.02	428,178	0.02	405,736,414	17.23
Nuevos inversionistas	0	0	375,407,407	16.15		
Total	1,949,691,764	100.0%	2,325,099,171	100.0	2,355,000,000	100.0
Acciones remanentes pendientes de suscripción y pago	432,308,236		56,900,829		27,000,000	
Gran total	2,382,000,000		2,382,000,000		2,382,000,000	

Se hace constar que a la fecha de este documento Grupo Sanborns S.A.B. de C.V., registró ante la Secretaría de la Sociedad 4,016 acciones que adquirió de Otros accionistas minoritarios.

Salvo por Grupo Carso, ninguna otra persona física o moral, incluyendo gobiernos extranjeros, tiene una participación accionaria superior al 10.0% del capital social de Grupo Sanborns y a la fecha no existe compromiso alguno, conocido por Grupo Sanborns que pudiere significar un cambio de control en sus acciones.

DESCRIPCIÓN DE NUESTRO CAPITAL SOCIAL Y ESTATUTOS SOCIALES

A continuación se contiene una descripción del capital social de la Emisora y un breve resumen de ciertas disposiciones importantes de los estatutos sociales y la legislación mexicana. La descripción no pretende ser completa y está sujeta en su totalidad por referencia a los estatutos de la Emisora y la legislación mexicana. Esta descripción debe considerarse como un resumen y, para una comprensión completa, sugerimos hacer una revisión de nuestros estatutos sociales y de la legislación aplicable.

General

La Compañía fue constituida mediante la escritura pública número 8,994, de fecha 31 de diciembre de 1928, otorgada ante el licenciado Manuel Borja Soriano, notario público número 47 de la Ciudad de México, hoy inscrita en el Registro Público de Comercio bajo el folio mercantil electrónico número 3,633, bajo la denominación “Fábricas de Papel Loreto y Peña Pobre” como una sociedad anónima. En asamblea ordinaria y extraordinaria de accionistas celebrada el 29 de enero de 2013, los accionistas de la Compañía aprobaron modificar sus estatutos sociales en su totalidad para adecuarlos a las disposiciones de la Ley del Mercado de Valores aplicables a las sociedades anónimas bursátiles, a efecto de adoptar el régimen de una sociedad anónima bursátil de capital variable y cambiar su denominación a “Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V.” Una copia de los estatutos sociales, según han sido modificados ha sido registrada y puede consultarse en la CNBV y la BMV y está disponible para su revisión en www.bmv.com.mx.

La duración de la Compañía es indefinida.

Somos una sociedad controladora y llevamos a cabo la mayoría de nuestras operaciones a través de subsidiarias.

Capital Social

En virtud de que la Compañía es una sociedad anónima bursátil de capital variable, el capital social deberá estar integrado por una porción fija y podrá tener una porción variable. A la fecha de este documento, nuestro capital social emitido, pagado y en circulación está integrado por 2,382,000,000 acciones ordinarias de la Serie B-1, sin expresión de valor nominal que representan únicamente el capital fijo, de las cuales 27,000,000 son acciones de Tesorería derivadas de la recompra de acciones de la propia Sociedad. Adicionalmente, existen 432,308,236 de acciones de la Serie B-1 pendientes de suscripción y pago.

Las acciones podrán ser titularidad de, emitirse a, y ser pagadas por inversionistas mexicanos o extranjeros.

Movimientos en el Capital Social

Como resultado de la escisión de la Compañía en el año 2010 el capital social ascendía a la cantidad de \$1,153,102,244.75 (mil ciento cincuenta y tres millones ciento dos mil doscientos cuarenta y cuatro pesos 75/100 M.N.) representado por 974,845,882 acciones, Serie B-1, ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal. Salvo por la división accionaria y aumento de capital social acordado en la asamblea ordinaria y extraordinaria de accionistas celebrada el 29 de enero de 2013, descrito en la sección “*Administración - Titularidad de Acciones*”, la Compañía no ha tenido movimientos en su capital social y no ha realizado reestructuras societarias.

Ninguna porción de nuestro capital social ha sido pagada en especie en los últimos tres ejercicios sociales. Asimismo, la Compañía no cuenta con valores en circulación convertibles en acciones o títulos de crédito que las representen, ni instrumentos financieros derivados en especie que tengan como subyacente dichas acciones o títulos de crédito.

D) Estatutos Sociales y Otros Convenios

Objeto social

Nuestros estatutos sociales incluyen dentro de nuestro objeto social, el adquirir y administrar acciones, intereses, participaciones o partes sociales o cualquier otro título representativo de capital, de cualquier tipo de sociedades mercantiles o civiles o cualesquiera otras entidades o empresas, ya sea formando parte de su constitución o mediante adquisición posterior, así como enajenar, disponer y negociar tales acciones, intereses, participaciones, partes sociales o títulos, incluyendo cualesquier otros títulos de crédito, así como proporcionar a sociedades mercantiles o asociaciones civiles servicios administrativos, de organización, fiscales, legales y de asesoría.

Derechos de Voto

Todas las Acciones representativas de nuestro capital social tienen pleno derecho de voto. Cada Acción faculta a su titular a votar en cualquier asamblea de accionistas. Los tenedores de las Acciones tienen derecho a un voto por acción y dichas Acciones confieren los mismos derechos a sus tenedores.

Asambleas de Accionistas

Las convocatorias para las asambleas generales de accionistas deberán publicarse en uno de los periódicos de mayor circulación del domicilio social de la Compañía, cuando menos 15 días naturales antes de la fecha de la asamblea correspondiente. Desde el momento en que se publique la convocatoria para la asamblea de accionistas, deberán estar a disposición de los accionistas, la información y los documentos relacionados con cada uno de los puntos del orden del día de la asamblea general de accionistas de que se trate. Cada convocatoria deberá señalar el lugar, la hora y el orden del día de la asamblea general de que se trate y deberá estar firmada por quien la convoque.

Para que los accionistas o sus representantes tengan derecho de asistir a las asambleas generales de accionistas y a votar en ellas, deberán depositar los títulos que representan sus acciones o, en su caso, los certificados provisionales o los recibos de depósito emitidos por una institución financiera, casa de bolsa o institución para el depósito de los valores, en la Secretaría de la Compañía, cuando menos con dos días hábiles antes de la celebración de la Asamblea de que se trate, recogiendo la tarjeta de admisión correspondiente. Podrán depositarlos en una institución de crédito o casa de bolsa de México o del extranjero. Los accionistas podrán hacerse representar en las Asambleas por medio de mandatarios nombrados mediante simple carta poder, o mediante mandato otorgado en términos de la legislación común, o mediante los formularios de poder que elabore la Compañía y ponga a disposición de los accionistas a través de los intermediarios del mercado de valores o en nuestras oficinas, con por lo menos 15 días naturales de anticipación a la celebración de la asamblea correspondiente.

Conforme a nuestros estatutos vigentes, las asambleas generales de accionistas pueden ser ordinarias o extraordinarias. Las asambleas generales ordinarias son aquellas convocadas para discutir cualquier asunto que no esté reservado para las asambleas extraordinarias de accionistas. Se deberá celebrar una asamblea ordinaria de accionistas por lo menos una vez al año dentro de los primeros cuatro meses siguientes al cierre de cada ejercicio fiscal para discutir, entre otras cosas, la aprobación de nuestros estados financieros, el informe elaborado por el Director General, junto con el informe del Consejo de Administración, sobre los estados financieros de la Compañía, la designación de los miembros de dicho Consejo de Administración y la determinación de la remuneración de los mismos, nombrar al presidente del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, determinar la distribución de utilidades, determinar el monto máximo de recursos para la adquisición de acciones y aprobar operaciones relevantes.

Las asambleas extraordinarias de accionistas son aquellas convocadas para considerar cualquiera de los siguientes asuntos, entre otros:

1. Cambio de la duración de la Compañía;
2. Disolución anticipada de la Compañía;

3. Aumento o reducción del capital social fijo de la Compañía, así como aumento del capital en los términos del artículo 53 de la Ley del Mercado de Valores con el propósito de llevar a cabo una oferta pública;
4. Cambio de objeto de la Compañía;
5. Cambio de nacionalidad de la Compañía;
6. Transformación de la Compañía;
7. Fusión de la Compañía con otra o escisión de la Compañía;
8. Emisión de acciones privilegiadas;
9. Amortización por la Compañía de sus propias acciones y emisión de acciones de goce;
10. Emisión de bonos, obligaciones o instrumentos de deuda, de capital o que tengan las características de ambos, siempre y cuando sean convertibles en acciones de otra sociedad;
11. Modificación de los estatutos sociales;
12. Cancelación de la inscripción de las acciones de la Compañía en el RNV y en bolsas de valores nacionales o extranjeras en las que se encuentren registradas, pero no en sistemas de cotización o en otros mercados no organizados como bolsas de valores; y
13. Cualesquiera otros asuntos para los cuales se requiera específicamente de una asamblea general extraordinaria conforme a la legislación mexicana aplicables o los estatutos de la Compañía.

Las asambleas generales de accionistas deberán celebrarse en nuestro domicilio social, es decir, México, Distrito Federal. El Consejo de Administración, el Presidente del Consejo de Administración, el Copresidente del Consejo de Administración (en caso de que hubiere), el Presidente del Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, o el secretario del Consejo de Administración podrán convocar cualquier asamblea de accionistas. Asimismo, los accionistas titulares de acciones que representen el 10.0% de nuestro capital social, tendrán derecho a requerir al presidente del Consejo de Administración o de los comités que lleven a cabo las funciones en materia de auditoría y prácticas societarias, en cualquier momento que se convoque a una asamblea general de accionistas.

Quorum

Para que una asamblea general ordinaria de accionistas se considere legalmente instalada en virtud de primera convocatoria, deberá estar representado, en la asamblea por lo menos el cincuenta por ciento (50.0%) de las acciones ordinarias de la Compañía y sus resoluciones serán válidas cuando se tomen por mayoría de votos de las acciones representadas en dicha asamblea. En caso de segunda o ulterior convocatoria, la asamblea general ordinaria de accionistas se considerará legalmente instalada cualquiera que sea el número de acciones representadas en dicha asamblea y sus resoluciones serán válidas cuando se tomen por mayoría de votos de las acciones representadas en la misma.

Para que una asamblea general extraordinaria de accionistas se considere legalmente instalada en virtud de primera convocatoria, deberá estar representado, en la asamblea por lo menos, el 75.0% (setenta y cinco por ciento) del capital social de la Compañía. En caso de segunda o ulterior convocatoria, para que la asamblea general extraordinaria de accionistas se considere legalmente instalada, deberá estar representado, en la asamblea por lo menos, el 50.0% (cincuenta por ciento) del capital social de la Compañía. Para que las resoluciones de la asamblea general extraordinaria de accionistas sean válidas, deberán tomarse siempre por el voto favorable del número de acciones que representen, por lo menos, el 50.0% (cincuenta por ciento) del capital social de la Compañía.

Dividendos y Distribuciones

Generalmente, en una asamblea general anual ordinaria de accionistas, el Consejo de Administración presenta los estados financieros preparados por el Director General correspondientes al ejercicio fiscal anterior a los accionistas para su aprobación. Una vez que la asamblea general de accionistas apruebe dichos estados financieros, determinará la distribución de las utilidades netas del ejercicio anterior, si las hubiera.

La ley exige que de las utilidades netas de toda sociedad, se separe antes de pagar cualquier dividendo, anualmente el cinco por ciento, como mínimo, para formar el fondo de reserva, hasta que importe la quinta parte del capital social. El fondo de reserva deberá ser reconstituido de la misma manera cuando disminuya por cualquier motivo. Se podrán asignar montos adicionales a otros fondos de reserva según determinen los accionistas, incluyendo el monto asignado para la recompra de acciones. El saldo, en su caso, podrá distribuirse como un dividendo.

Todas las acciones en circulación en el momento que se declara un dividendo u otra distribución, tienen derecho a participar en dicho dividendo u otra distribución.

Aumento o Disminución al Capital Social

La parte fija del capital social podrá aumentarse o disminuirse mediante resolución adoptada por los accionistas en una asamblea general extraordinaria de accionistas, y los estatutos deben ser concurrentemente modificados para reflejar el aumento o disminución de la parte fija del capital social. La parte variable del capital social podrá ser aumentada o disminuida por los accionistas en una asamblea ordinaria, sin realizar modificación alguna a nuestros estatutos.

Los aumentos en la parte fija o variable del capital social, deberán inscribirse en el registro de variaciones de capital, que conforme a la Ley de Sociedades Mercantiles, la Compañía está obligada a mantener. Las actas de las asambleas generales de accionistas mediante las cuales la parte fija del capital social se aumente o disminuya, deberán ser formalizadas ante notario público e inscritas en el Registro Público de Comercio correspondiente al domicilio de la Compañía. Conforme a la Ley de Sociedades Mercantiles, la regla general es que no podrán emitirse nuevas acciones, sino hasta que las emitidas con anterioridad hayan sido íntegramente pagadas.

Designación de Consejeros

El Consejo de Administración de la Compañía está actualmente integrado por nueve consejeros propietarios y tres suplentes. Cada consejero es elegido por el plazo de un año, puede ser reelegido y deberá permanecer en funciones hasta que su sucesor haya sido elegido y tomado posesión de su cargo. Los consejeros son elegidos por los accionistas en la asamblea anual. Todos los consejeros propietarios y suplentes actuales fueron elegidos o ratificados en sus cargos el 29 de enero de 2013.

Conforme a la Ley del Mercado de Valores y los estatutos sociales de Grupo Sanborns, al menos el 25.0% de los consejeros deberán ser independientes y dicha independencia es calificada por la propia Asamblea de Accionistas que los designe, sujeto a observaciones por la CNBV.

Consejo de Administración

De conformidad con la Ley del Mercado de Valores y los estatutos sociales de Grupo Sanborns, el Consejo de Administración debe ocuparse de establecer las estrategias generales para la conducción del negocio de la Compañía y personas morales que ésta controle; así como vigilar la gestión y conducción de la Sociedad y de las personas morales que ésta controle, para lo cual podrá apoyarse en uno o varios comités.

El Consejo de Administración será responsable de vigilar el cumplimiento de los acuerdos de las Asambleas de Accionistas, lo cual podrá llevar a cabo a través del Comité que ejerza las funciones de auditoría.

Además, el Consejo de Administración tiene la representación de la Compañía y está facultado para celebrar cualesquiera actos jurídicos y adoptar cualesquiera determinaciones que sean necesarias o convenientes para lograr el objeto social.

Nuestra administración está confiada a nuestro Consejo de Administración y nuestro Director General. El Consejo de Administración establece los lineamientos y estrategia general para llevar a cabo nuestro negocio y supervisa que dicha estrategia se lleve a cabo.

Las sesiones del Consejo de Administración se considerarán válidamente instaladas y celebradas si el 51.0% de sus miembros están presentes. Las resoluciones adoptadas en dichas sesiones serán consideradas válidas si son aprobadas por la mayoría de los miembros del Consejo de Administración que no tengan un conflicto de interés. De ser necesario, el presidente del Consejo de Administración podrá emitir un voto de calidad.

Las sesiones de nuestro Consejo de Administración podrán ser convocadas por (i) 25.0% de los miembros; (ii) el presidente del Consejo de Administración o por el Copresidente del mismo; (iii) el presidente del Comité de Auditoría o del Comité de Prácticas Societarias; y (iv) el secretario o prosecretario del Consejo de Administración. La convocatoria a dichas asambleas deberá ponerse a disposición de los miembros de nuestro Consejo de Administración con al menos cinco días de anticipación a la asamblea correspondiente.

La Ley del Mercado de Valores impone un deber de diligencia y de lealtad a los consejeros. El deber de diligencia, en general, requiere que los consejeros obtengan información suficiente y estén suficientemente preparados para actuar en nuestro mejor interés. El deber de diligencia se cumple, principalmente, solicitando y obteniendo toda la información que pudiera ser necesaria para tomar decisiones (incluyendo mediante la contratación de expertos independientes), asistiendo a juntas del Consejo y revelando al Consejo de Administración información relevante en posesión del consejero respectivo. El incumplimiento al deber de diligencia por un consejero, sujeta al consejero correspondiente a una responsabilidad solidaria y conjunta, junto con otros consejeros responsables, respecto de los daños y perjuicios causados a nosotros y nuestras subsidiarias.

El deber de lealtad consiste principalmente en un deber de actuar en beneficio de la emisora e incluye principalmente el deber de mantener la confidencialidad de la información que reciban los consejeros en relación con el ejercicio de sus obligaciones, el abstenerse de discutir o votar en asuntos en los que el consejero tenga un conflicto de interés y el abstenerse de aprovechar oportunidades de negocio que correspondan a la Compañía. Asimismo, el deber de lealtad se incumple en caso que un accionista o grupo de accionistas sea notoriamente favorecido o si, sin la aprobación expresa del Consejo de Administración, el consejero toma ventaja de una oportunidad corporativa que nos pertenezca o a cualquiera de nuestras subsidiarias.

El deber de lealtad también se incumple si un consejero usa activos de la empresa o aprueba el uso de activos de la empresa en contravención con alguna de nuestras políticas, divulga información falsa o engañosa, ordena que no se inscriba, o impide que se inscriba, cualquier operación en nuestros registros, que pudiera afectar nuestros estados financieros, u ocasiona que información importante no sea revelada o modificada.

El incumplimiento con el deber de lealtad sujeta al consejero correspondiente a una responsabilidad solidaria y conjunta con todos los consejeros que hayan incumplido, respecto de los daños y perjuicios ocasionados a nosotros y a las personas que controlamos. También existe responsabilidad si se generan daños y perjuicios como resultado de beneficios obtenidos por los consejeros o terceros que resulten de actividades realizadas por los consejeros.

Las reclamaciones por el incumplimiento del deber de diligencia o el deber de lealtad podrán entablarse únicamente en beneficio de la emisora (como una acción derivada), y no de los accionistas, y únicamente por parte de la emisora o accionistas que representen por lo menos el 5.0% de acciones en circulación.

Como medida de protección para los consejeros, respecto de las violaciones al deber de diligencia o al deber de lealtad, la Ley del Mercado de Valores establece que las responsabilidades derivadas del incumplimiento del deber de diligencia o el deber de lealtad no resultarán aplicables si el consejero actuó de buena fe y (a) en cumplimiento con la legislación aplicable y nuestros estatutos sociales, (b) con base en hechos y la información proporcionada por los funcionarios, auditores externos o peritos externos, cuya capacidad y credibilidad no podrá estar sujeta a duda razonable, y (c) elige la alternativa más adecuada de buena fe o cuando los efectos negativos de dicha decisión pudieron no ser predecibles razonablemente, según la información disponible. Los tribunales mexicanos no han interpretado el significado de dicha disposición y, por lo tanto, el alcance y significado de la misma es incierto.

De conformidad con la Ley del Mercado de Valores y nuestros estatutos, nuestro director general y nuestros directivos relevantes también deberán actuar en beneficio de la misma y no en beneficio de un accionista o grupo de accionistas. Principalmente, estos directivos deberán someter al Consejo de Administración la aprobación de las principales estrategias de negocio y el negocio de las sociedades que controlamos, llevar a cabo las resoluciones del Consejo de Administración, cumplir con las disposiciones relacionadas con la recompra y oferta de nuestras acciones, verificar la realización de las contribuciones de capital, cumplir con cualquier disposición relacionada con la declaración y pago de dividendos, someter al comité de auditoría propuestas relacionadas con sistemas de control interno, preparar toda la información material relacionada con nuestras actividades y las actividades de las sociedades que controlamos, revelar toda la información material al público, mantener sistemas adecuados contables y de registro, así como mecanismos de control interno y preparar y someter al consejo para su aprobación los estados financieros anuales.

Comité de Auditoría y Prácticas Societarias

Tenemos un Comité de Auditoría y Prácticas Societarias, que apoya al Consejo de Administración en la gestión, conducción y ejecución de los asuntos de la Compañía. Estamos obligados a que este comité que realice las funciones de auditoría y prácticas societarias esté conformado únicamente por consejeros independientes y deberá consistir al menos de tres consejeros.

Disolución o Liquidación

Ante la disolución o liquidación de la Compañía, se deberá nombrar a uno o más liquidadores en una asamblea extraordinaria de accionistas. Todas las acciones del capital social totalmente pagadas y en circulación tendrán derecho a participar equitativamente en cualquier distribución resultado de la liquidación.

Registro y Transferencia

Se ha solicitado el registro de las Acciones ante el Registro Nacional de Valores, de conformidad con la Ley del Mercado de Valores y las disposiciones emitidas por la CNBV. Las Acciones están amparadas por títulos que deberán depositarse con Indeval. Los intermediarios, bancos y otras instituciones financieras de México y del extranjero, así como otras entidades autorizadas por la CNBV como participantes en Indeval, podrán mantener cuentas con Indeval. Conforme a la ley mexicana, únicamente las personas inscritas en el registro de accionistas de la Compañía o los titulares de certificados emitidos por Indeval o los participantes en Indeval, serán reconocidos como accionistas de la Compañía. Conforme a la Ley del Mercado de Valores, los certificados emitidos por Indeval, junto con las constancias expedidas por los participantes en Indeval, son prueba suficiente para acreditar la titularidad de las Acciones y para ejercer los derechos atribuibles a dichas Acciones en las asambleas de accionistas de la Compañía o para cualquier otro asunto.

Derecho de Suscripción Preferente

Conforme a la ley mexicana y los estatutos de la Compañía, nuestros accionistas tienen derechos de suscripción preferente respecto de todas las emisiones de acciones o aumentos capital social, salvo por ciertas excepciones. Generalmente, si la Compañía emite acciones de capital social adicionales, los accionistas tienen derecho a suscribir el número de nuevas acciones de la misma serie que resulte suficiente para que dicho accionista pueda conservar su mismo porcentaje de participación accionaria en acciones de dicha serie. Los accionistas deberán ejercer sus derechos de preferencia en los periodos de tiempo que se establezcan en la asamblea que apruebe la emisión de acciones adicionales en cuestión. Este período no podrá ser menor a 15 días después de la publicación del aviso correspondiente en el Diario Oficial de la Federación.

Conforme a las leyes mexicanas, los accionistas no pueden renunciar a su derecho de preferencia de manera anticipada y los derechos de preferencia no pueden ser representados por un instrumento que sea negociable de independientemente de la acción correspondiente. Los derechos de preferencia no aplican a (i) acciones emitidas por la Compañía en relación con fusiones, (ii) acciones emitidas en

relación con la conversión de títulos de valores convertibles, cuya emisión haya sido aprobada por nuestros accionistas, (iii) acciones emitidas en relación con la capitalización de cuentas especificadas en nuestro balance general, (iv) la colocación de acciones depositadas en nuestra tesorería como resultado de la recompra de dichas acciones por parte de la Compañía en la BMV, y (v) acciones que sean colocadas como parte de oferta pública de conformidad con el artículo 53 de la Ley del Mercado de Valores, en caso de que la emisión de dichas acciones haya sido aprobada en una asamblea general de accionistas.

Es posible que los accionistas extranjeros no puedan ejercer los derechos de suscripción preferente en caso de aumentos de capital futuros, salvo que se reúnan ciertas condiciones. La Compañía no está obligada a adoptar ninguna medida, u obtener cualquier autorización necesaria, para permitir dicho ejercicio. Ver *“Factores de Riesgo— Es posible que los derechos de preferencia para suscribir nuestras acciones no estén disponibles para los accionistas extranjeros.”*

Amortización

De conformidad con nuestros estatutos sociales, las acciones representativas de nuestro capital social están sujetas a amortización, en virtud de, ya sea (i) una reducción en el capital social, o (ii) una amortización con utilidades repartibles, que en ambos casos debe ser aprobada por nuestros accionistas. La parte fija de nuestro capital social únicamente podrá ser disminuida para absorber pérdidas y requiere de la aprobación de una asamblea general extraordinaria de accionistas.

Derechos de Minoría

Conforme a la Ley del Mercado de Valores y la Ley General de Sociedades Mercantiles, nuestros estatutos sociales incluyen ciertas protecciones para los accionistas minoritarios. Estas protecciones a las minorías incluyen:

1. A los titulares que sean propietarios de por lo menos el 10.0% del total de nuestro capital accionario en circulación con derecho a voto pueden: requerir que se convoque a una asamblea general de accionistas; solicitar que las resoluciones con relación a cualquier asunto del cual no fueron suficientemente informados, se aplacen; y nombrar o revocar un miembro del consejo de administración así como a su respectivo suplente;
2. A los titulares que sean propietarios de por lo menos el 20.0% del capital accionario en circulación: oponerse judicialmente a las resoluciones adoptadas en una asamblea de accionistas, siempre y cuando se cumplan ciertos requisitos, tales como (i) que la resolución contravenga la legislación aplicable o los estatutos sociales de la Compañía, (ii) que el accionista que se opone no haya asistido a la asamblea o no haya votado a favor de dicha resolución y (iii) el accionista que se opone presente un documento ante el tribunal que garantice el pago de cualquier daño que pudiera resultar de la suspensión de la resolución adoptada en caso de que dicho tribunal falle en contra del accionista que se opone; y
3. Adicionalmente, los accionistas que sean propietarios de por lo menos el 5.0% o más del capital social: podrán ejercer la acción por responsabilidad civil, prevista en la Ley del Mercado de Valores, contra todos o cualquiera de los consejeros o directivos relevantes de la Compañía, por causar daños y/o perjuicios a la Compañía al incumplir sus deberes de diligencia y lealtad. Esta responsabilidad será exclusivamente a favor de la Compañía y las acciones para exigirla prescribirán en cinco años.

Los derechos otorgados a los accionistas minoritarios conforme a la ley mexicana son distintas a las otorgadas en los Estados Unidos y muchas otras jurisdicciones. Los deberes de lealtad y diligencia de los consejeros no ha sido objeto de una interpretación judicial extensa en México, al contrario de muchos

estados de los Estados Unidos donde el deber de diligencia y lealtad desarrollado por resoluciones judiciales ayuda a definir los derechos de los accionistas minoritarios.

Como resultado de estos factores, en la práctica, puede ser más difícil para los accionistas minoritarios de la Compañía ejercer derechos en contra de la Compañía, sus consejeros o accionistas mayoritarios de lo que sería en comparación, para los accionistas de una sociedad de los Estados Unidos.

Restricciones a Ciertas Transmisiones

Los estatutos sociales establecen que cualquier transmisión de más del 10.0% de las acciones de la Compañía, consumada en una o más operaciones por cualquier persona o grupo de personas que actúen conjuntamente, requiere previa aprobación del consejo de administración, para realizar dicha transmisión, se requiere presentar solicitud por escrita dirigida al presidente y al secretario del Consejo de Administración. El consejo de administración deberá emitir su resolución en un plazo no mayor a tres meses contados a partir de la fecha en que se le someta la solicitud correspondiente o de la fecha en que reciba la totalidad de la información adicional que hubiere requerido, lo que suceda después, siguiendo los términos establecidos en nuestros estatutos sociales.

Suspensión de Cotización o Cancelación del Registro de las Acciones en el RNV

En el supuesto de que la Compañía decida cancelar la inscripción de sus acciones en el RNV, o de que la misma sea cancelada por la CNBV, la Compañía estará obligada a llevar a cabo una oferta pública de compra con respecto a la totalidad de las acciones que se encuentren en circulación, en posesión de accionistas minoritarios, antes de proceder con dicha cancelación. Dicha oferta únicamente será extensiva a aquellas personas que no pertenezcan al grupo de accionistas que ejerce el control de la Compañía. Los accionistas que tienen el “control”, según se define en las disposiciones correspondientes de la Ley del Mercado de Valores, son aquellos que tengan la propiedad de la mayoría de las acciones de la Compañía, tienen la capacidad de controlar los resultados de las decisiones tomadas en las asambleas de accionistas o bien, tienen la posibilidad de designar o revocar la designación de la mayoría de los miembros del consejo de administración, directores o funcionarios equivalentes, o pueden controlar, directa o indirectamente, la administración, estrategia o las principales políticas de la Compañía.

En caso que al concluir la oferta pública de compra aún existen acciones en manos del público inversionista, pudiéramos estar requeridos a constituir un fideicomiso con una duración de seis meses y a aportar a dicho fideicomiso recursos por un monto suficiente para adquirir, al mismo precio ofrecido en la oferta pública de compra, la totalidad de las acciones que se encuentren en manos del público inversionista y que no se hayan vendido como resultado de la oferta.

A menos que la CNBV autorice lo contrario, el precio de oferta, para el caso de cancelación de registro en el RNV, deberá ser el que resulte más alto de entre (i) el promedio ponderado de los precios de cierre de dichas acciones en la BMV durante los últimos 30 días de operación, y (ii) el valor en libros de dichas acciones reportado en el último reporte trimestral presentado a la CNBV y la BMV.

La cancelación de la inscripción en forma voluntaria estará sujeta entre otros, a (i) la previa autorización de la CNBV, y (ii) el voto favorable de cuando menos el 95.0% de las acciones representativas del capital social, reunidas en una asamblea general extraordinaria de accionistas.

Aspectos Adicionales

Capital Variable

La Compañía está facultada para emitir acciones representativas del capital fijo y acciones representativas del capital variable. La emisión de acciones de capital variable, al contrario de la emisión de acciones de capital fijo, no requiere una modificación de los estatutos, aunque sí requiere el voto mayoritario de las acciones de la Compañía.

Pérdida del Derecho sobre las Acciones

En cumplimiento de lo dispuesto por las leyes mexicanas, los estatutos de la Compañía disponen que los accionistas extranjeros se considerarán mexicanos para efectos de las acciones de que sean titulares, derechos exclusivos, concesiones, participaciones e intereses de Grupo Sanborns así como de los derechos y obligaciones derivadas de cualquier contrato que la Compañía celebre con el gobierno mexicano. De conformidad con esta disposición, se considera que los accionistas extranjeros han convenido en abstenerse de invocar la protección de sus gobiernos. En caso de incumplimiento de dicho acuerdo estarán sujetos a la pena de perder sus derechos sobre las acciones o participación en el capital social de la Compañía, en beneficio del gobierno mexicano.

La ley mexicana exige que dicha disposición se incluya en los estatutos de todas las sociedades mexicanas, a menos que los estatutos prohíban que personas extranjeras sean titulares de las acciones.

Compra de Acciones Propias

De conformidad con nuestros estatutos, la Compañía puede recomprar sus propias Acciones en la BMV en cualquier momento al precio de mercado vigente en ese momento. Cualquier compra en estos términos deberá ajustarse a las disposiciones de la ley mexicana, y el monto máximo autorizado para recomprar acciones deberá ser aprobada por una asamblea general ordinaria de accionistas. Los derechos patrimoniales y de votación correspondientes a las acciones recompradas no podrán ejercerse durante el periodo en el cual la Compañía sea titular de dichas acciones, y las mismas no se considerarán como acciones en circulación para efectos de quórum alguno o votación alguna en asamblea alguna de accionistas durante dicho periodo.

Conflictos de Interés

Conforme a la Ley de Sociedades Mercantiles, un accionista que en una operación determinada tenga por cuenta propia o ajena un interés contrario al de la Compañía, deberá abstenerse a toda deliberación relativa a dicha operación. El accionista que contravenga esta disposición, será responsable de los daños y perjuicios, cuando sin su voto no se hubiere logrado la mayoría necesaria para la validez de la determinación.

Cualquier miembro del Consejo de Administración o de los miembros del comité que realice las funciones de auditoría o prácticas societarias que tenga un conflicto de interés con la Compañía deberá dar a conocer dicho conflicto y abstenerse de cualquier deliberación o voto en relación con el mismo. El incumplimiento de cualquier miembro del Consejo de Administración o del comité mencionado de dicha obligación podrá resultar en una responsabilidad por daños y perjuicios causados por dicho miembro.

Derecho de Separación

En caso de que la asamblea de accionistas apruebe la modificación del objeto social, el cambio de nacionalidad de la Compañía o la transformación de la misma de un tipo de sociedad a otro, cualquier accionista que habiendo tenido derecho a votar con respecto a dicho cambio haya votado en contra del mismo, tendrá el derecho de ejercer su derecho de separación de Grupo Sanborns, de ser aplicable, y recibir el valor de sus aportaciones, siempre que, entre otros, ejercite dicho derecho conforme a ley y estatutos sociales dentro de los 15 días siguientes a la fecha de clausura de la asamblea que aprobó el cambio.

Limitaciones a Derechos Corporativos

Salvo por las disposiciones estatutarias antes mencionadas, no existen fideicomisos ni ningún otro mecanismo, en virtud del cual se limiten los derechos corporativos que confieren las acciones representativas del capital de Grupo Sanborns. Tampoco existen cláusulas estatutarias o acuerdos entre accionistas que limiten o restrinjan al Consejo de Administración o a los accionistas de Grupo Sanborns.

V. MERCADO DE CAPITALES

A) Estructura Accionaria

La siguiente tabla contiene cierta información relacionada con la distribución de nuestra estructura de capital con anterioridad y posterioridad a la Oferta Global.

Nombre de Accionista	Acciones detentadas antes de la oferta Global		Acciones detentadas después de la Oferta Global			
	Número	%	No-ejercicio de Opción de Sobre Asignación		Ejercicio de Opción de Sobre Asignación	
	Número	%	Número	%	Número	%
Grupo Carso, S.A.B. de C.V.	1,949'259,570	99.98	1,949'263,586	83.83	1,949'263,586	82.77
Otros accionistas minoritarios	432,194	0.02	428,178	0.02	405,736,414	17.23
Nuevos inversionistas	0	0	375,407,407	16.15		
Total	1,949,691,764	100.0%	2,325,099,171	100.0	2,355,000,000	100.0
Acciones remanentes pendientes de suscripción y pago	432,308,236		56,900,829		27,000,000	
Gran total	2,382,000,000		2,382,000,000		2,382,000,000	

Se hace constar que a la fecha de este documento Grupo Sanborns S.A.B. de C.V., registró ante la Secretaría de la Sociedad 4,016 acciones que adquirió de Otros accionistas minoritarios.

Salvo por Grupo Carso, ninguna otra persona física o moral, incluyendo gobiernos extranjeros, tiene una participación accionaria superior al 10.0% del capital social de Grupo Sanborns y a la fecha no existe compromiso alguno, conocido por Grupo Sanborns que pudiere significar un cambio de control en sus acciones.

B) Comportamiento de la acción en el mercado de valores

Las acciones Serie "B-1" ordinarias, nominativas, sin expresión de valor nominal íntegramente suscritas y pagadas representativas del capital social fijo, sin derecho a retiro de Grupo Sanborns, S. A. de C. V., están inscritas en la subsección "A" de la Sección de Valores del Registro Nacional de Valores e Intermediarios ("RNVI") de la CNBV para su listado y cotización en la Bolsa Mexicana de Valores, S. A. de C. V. ("Bolsa"); clave de cotización "GSANBOR" y han mostrado, desde su colocación el 8 de febrero de 2013, el siguiente comportamiento:

Fecha	Núm. Títulos	Volumen	Cierre	Apertura	Mínimo	Máximo
07-Feb-13	-	-	28.00	28.00	28.00	28.00
08-Feb-13	41,218	1,156,381	28.46	29.00	27.70	29.00
11-Feb-13	5,169	146,500	28.36	28.50	28.15	28.64
12-Feb-13	3,656	103,127	28.24	28.40	28.10	28.40
13-Feb-13	6,228	174,252	28.00	28.10	27.91	28.15
14-Feb-13	1,726	48,187	27.94	27.81	27.81	28.00
15-Feb-13	2,427	67,682	27.84	27.85	27.80	28.00
18-Feb-13	399	11,061	27.70	27.79	27.60	28.05
19-Feb-13	5,690	155,378	27.24	27.70	26.82	27.71
20-Feb-13	3,562	97,052	27.15	27.25	27.00	27.50
21-Feb-13	4,446	120,033	27.20	27.15	26.83	27.25
22-Feb-13	3,419	92,653	27.19	27.30	26.84	27.31
25-Feb-13	2,279	62,514	27.29	27.45	27.25	27.75
26-Feb-13	2,157	59,109	27.53	27.30	27.28	27.85
27-Feb-13	1,300	36,066	27.79	27.50	27.50	27.90
28-Feb-13	1,607	44,922	28.00	27.55	27.55	28.00
Febrero (resumen)	85,281	2,374,915	28.00	28.00	26.82	29.00
01-Mar-13	1,782	49,990	28.08	27.98	27.72	28.12
04-Mar-13	816	22,858	28.12	28.10	27.94	28.12
05-Mar-13	1,872	52,510	28.14	28.12	28.00	28.18
06-Mar-13	1,174	32,918	28.10	28.00	28.00	28.10
07-Mar-13	1,788	50,250	28.00	28.15	28.00	28.16
08-Mar-13	3,230	90,456	28.09	28.00	28.00	28.10
11-Mar-13	512	14,382	28.08	28.09	28.00	28.17
12-Mar-13	1,033	28,981	28.10	27.95	27.95	28.11
13-Mar-13	440	12,320	27.90	28.10	27.90	28.10
14-Mar-13	522	14,562	28.01	28.03	26.96	28.05
15-Mar-13	394	10,971	27.87	27.99	27.60	28.00
19-Mar-13	822	22,425	27.01	27.81	27.00	27.81
20-Mar-13	1,297	34,331	26.12	27.01	25.50	27.64
21-Mar-13	363	9,624	26.47	26.50	26.30	26.95
22-Mar-13	1,691	44,530	26.38	26.52	26.15	26.55
25-Mar-13	300	8,097	27.70	26.30	26.30	27.84
26-Mar-13	1,873	52,280	28.01	27.90	27.50	28.09
27-Mar-13	1,014	28,321	28.00	28.05	27.40	28.05
Marzo (resumen)	20,922	579,804	28.00	28.08	25.50	28.18
01-Abr-13	630	17,443	27.65	28.05	27.10	28.05
02-Abr-13	843	23,481	27.91	27.65	27.65	28.00
03-Abr-13	1,055	29,443	27.83	28.00	27.71	28.04
04-Abr-13	1,674	46,173	27.85	27.83	27.50	27.95
05-Abr-13	4,438	124,315	28.10	27.93	27.79	28.15
08-Abr-13	5,198	149,895	28.54	28.20	28.20	29.20
09-Abr-13	2,912	84,165	28.87	28.42	28.42	29.09
10-Abr-13	4,394	127,306	29.09	28.92	28.64	29.10
11-Abr-13	1,293	37,629	29.10	29.09	28.90	29.20
12-Abr-13	958	27,557	28.75	29.13	28.22	29.13
15-Abr-13	613	17,296	28.00	28.75	27.73	29.10
16-Abr-13	1,215	34,865	28.89	28.17	28.17	28.98
17-Abr-13	1,800	51,583	28.78	28.80	28.50	28.89
18-Abr-13	3,219	90,904	28.16	28.77	27.65	28.85
19-Abr-13	1,943	54,605	28.14	28.16	27.98	28.20
22-Abr-13	78	2,171	28.00	28.15	27.84	28.15
23-Abr-13	1,329	37,303	27.99	28.00	27.85	28.21
24-Abr-13	518	14,590	28.15	27.99	27.99	28.49
25-Abr-13	1,628	46,214	28.31	28.28	28.18	28.62
Abril (resumen)	35,737	1,016,938	28.31	28.05	27.10	29.20

C) Formador del mercado

A la fecha de la preparación de este Informe Grupo Sanborns, no ha recibido servicios de formadores de mercado.



VI. PERSONAS RESPONSABLES

"Los suscritos manifestamos bajo protesta de decir verdad que, en el ámbito de nuestras respectivas funciones, preparamos la información relativa a la emisora Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. contenida en el presente reporte anual, la cual, a nuestro leal saber y entender, refleja razonablemente su situación.

Asimismo, manifestamos que no tenemos conocimiento de información relevante que haya sido omitida o falseada en este reporte anual o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas".

Lic. Patrick Slim Domit

Director General

C.P. Mario Enrique Bermúdez Dávila

Director de Administración y Finanzas

Lic. Omar Lugo Andere

Director Jurídico

México, D.F. a 22 de abril de 2013

**Al Consejo de Administración de
Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V.**

Lago Zurich 245
Edif. Presa Falcón Piso 7
Col. Granada Ampliación
11529 México, D.F.

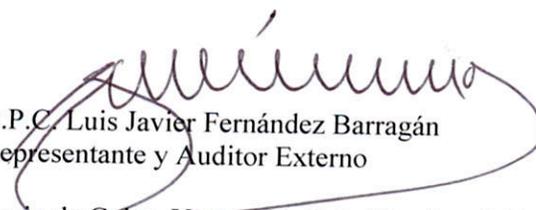
Estimados Señores:

El suscrito manifiesta, bajo protesta de decir verdad, que los estados financieros consolidados de Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. (la "Emisora") al 31 de diciembre de 2012 y 2011 y por el año que terminó en esa fecha, que contiene el presente reporte anual, fueron dictaminados con fecha 15 de marzo de 2013, de acuerdo con las Normas Internacionales de Auditoría.

Asimismo, manifiesto que he leído el presente reporte anual y, basado en su lectura y dentro del alcance del trabajo de auditoría realizado, no tengo conocimiento de errores relevantes o inconsistencias en la información que se incluye y cuya fuente provenga de los estados financieros dictaminados, señalados en el párrafo anterior, ni de información que haya sido omitida o falseada en este reporte anual, o que el mismo contenga información que pudiera inducir a error a los inversionistas.

No obstante, el suscrito no fue contratado para realizar, y no realicé, procedimientos adicionales con el objeto de expresar una opinión respecto de la otra información contenida en el reporte anual que no provenga de los estados financieros dictaminados.

Atentamente,



C.P.C. Luis Javier Fernández Barragán
Representante y Auditor Externo

Socio de Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S.C.

Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited

7. ANEXOS

Grupo Sanborns, S. A. B. de C. V. y Subsidiarias

Estados Financieros Consolidados al 31 de Diciembre de 2012 y 2011

Expresados en Miles de Pesos del 31 de Diciembre de 2012 y 2011 y Dictamen de los Auditores

Dictamen de los Auditores

Balances Generales Consolidados

Estados Consolidados de Resultados

Estados Consolidados de Variaciones en el Capital Contable

Estados Consolidados de Cambios en la Situación Financiera

Notas a los Estados Financieros Consolidados

**Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. y
Subsidiarias**
(Antes Grupo Sanborns, S.A. de C.V.)
(Subsidiaria de Grupo Carso, S.A.B. de C.V.)

Estados financieros consolidados al 31
de diciembre de 2012 y 2011, e Informe
de los auditores independientes del 15
de marzo de 2013

**Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias
(Subsidiaria de Grupo Carso, S.A.B. de C.V.)**

Informe de los auditores independientes y estados financieros consolidados 2012 y 2011

Contenido	Página
Informe de los auditores independientes	1
Estados consolidados de posición financiera	3
Estados consolidados de utilidad integral	4
Estados consolidados de variaciones en el capital contable	5
Estados consolidados de flujos de efectivo	6
Notas a los estados financieros consolidados	8

Informe de los auditores independientes al Consejo de Administración y Accionistas de Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V.

Hemos efectuado la auditoría de los estados financieros consolidados adjuntos de Grupo Sanborns, S.A.B. de C. V. y Subsidiarias (la “Entidad”), los cuales comprenden los estados consolidados de posición financiera al 31 de Diciembre de 2012 y 2011 y 1 de enero de 2011 (fecha de transición), y los estados consolidados de utilidad integral, de variaciones en el capital contable y de flujos de efectivo por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011, así como un resumen de las políticas contables significativas y otras notas explicativas.

Responsabilidad de la Administración sobre los estados financieros consolidados

La administración de la Entidad es responsable por la preparación y la presentación razonable de estos estados financieros consolidados de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera, así como del control interno que la Administración de la Entidad determina necesario para poder preparar los estados financieros consolidados para que se encuentren libres de errores importantes, debido a fraude o error.

Responsabilidad de los Auditores Independientes

Nuestra responsabilidad es la de expresar una opinión sobre estos estados financieros consolidados con base en nuestras auditorías. Hemos realizado las auditorías de acuerdo con las Normas Internacionales de Auditoría. Dichas normas requieren que cumplamos con requerimientos éticos y que planeemos y realicemos las auditorías de tal manera que permitan obtener una seguridad razonable de que los estados financieros están libres de errores importantes.

Una auditoría consiste en ejecutar procedimientos para obtener evidencia de auditoría que soporte las cifras y revelaciones de los estados financieros. Los procedimientos seleccionados dependen del juicio de los auditores, incluyendo la evaluación de los riesgos de errores importantes en los estados financieros, ya sea debido a fraude o error. Al efectuar dicha evaluación de riesgos, los auditores consideran el control interno para la preparación y presentación razonable de los estados financieros de la Entidad, con el propósito de diseñar procedimientos de auditoría que sean apropiados de acuerdo con las circunstancias, pero no con el propósito de emitir una opinión sobre la efectividad del control interno de la Entidad. Una auditoría también incluye la evaluación de lo adecuado de las políticas contables utilizadas y de la razonabilidad de las estimaciones contables efectuadas por la administración de la Entidad, así como la evaluación de la presentación en su conjunto de los estados financieros.

Creemos que la evidencia de auditoría que hemos obtenido es suficiente y adecuada para proporcionar una base para nuestra opinión de auditoría.

Opinión

En nuestra opinión, los estados financieros consolidados antes mencionados presentan razonablemente, en todos los aspectos importantes, la posición financiera de Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias al 31 de diciembre de 2012 y 2011 y 1 de enero de 2011 (fecha de transición), así como su desempeño financiero y sus flujos de efectivo por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011, de conformidad con las Normas Internacionales de Información Financiera.

Énfasis de un asunto

Como se describe en la Nota 2, la Administración de la Entidad decidió adoptar a partir del 1 de enero de 2012 las Normas Internacionales de Información Financiera; en consecuencia, los estados financieros por el año que terminó el 31 de diciembre de 2011 y los estados de posición financiera al 31 de diciembre de 2011 y 2010, han sido reformulados para hacerlos comparativos con los de 2012. Anteriormente, los estados financieros de 2011 y 2010 habían sido preparados con base en las Normas de Información Financiera Mexicanas. Los efectos de la transición a las Normas Internacionales de Información Financiera sobre la posición financiera, desempeño financiero y flujos de efectivo se muestran en la Nota 27.

Galaz, Yamazaki, Ruiz Urquiza, S. C.
Miembro de Deloitte Touche Tohmatsu Limited

C. P. C. Luis Javier Fernández Barragán

15 de marzo de 2013

Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias
(Subsidiaria de Grupo Carso, S.A.B. de C.V.)

Estados consolidados de posición financiera

Al 31 de diciembre de 2012 y 2011 y 1 de enero de 2011 (fecha de transición)
(En miles de pesos)

	Nota	2012	2011	1 de enero de 2011 (Fecha de Transición)		Nota	2012	2011	1 de enero de 2011 (Fecha de Transición)
Activos circulantes:					Pasivos circulantes:				
Efectivo y equivalentes de efectivo	6	\$ 2,327,855	\$ 2,049,562	\$ 1,526,317	Préstamos de instituciones financieras y porción circulante de la deuda a largo plazo	14	\$ 2,774,069	\$ 25,861	\$ 2,831,352
Cuentas y documentos por cobrar, Neto	7	8,856,549	8,451,519	8,293,016	Certificados bursátiles	15	2,498,970	1,347,073	-
Inventarios, Neto	8	8,840,163	8,155,504	7,138,344	Cuentas por pagar a proveedores		5,964,007	5,462,470	4,270,151
Pagos anticipados		50,483	59,486	78,069	Beneficios directos a los empleados		385,617	352,650	335,637
Instrumentos financieros derivados	11	-	-	154,734	Impuesto sobre la renta por pagar		134,696	21,348	-
					Otros impuestos por pagar y gastos acumulados		2,716,854	2,120,210	2,103,465
Total de activos circulantes		20,075,050	18,716,071	17,190,480	Provisiones	16	86,451	74,708	61,551
					Instrumentos financieros derivados	11	10	21,237	113
					Cuentas por pagar a partes relacionadas	20	<u>250,860</u>	<u>695,191</u>	<u>1,121,616</u>
					Total de pasivos circulantes		14,811,534	10,120,748	10,723,885
Activos no circulantes:					Pasivos no circulantes:				
Cuentas por cobrar a largo plazo		69,000	80,500	92,000	Impuestos diferidos	23	<u>1,161,193</u>	<u>1,442,850</u>	<u>1,464,516</u>
Inmuebles, maquinaria y equipo, Neto	12	8,808,288	8,811,067	8,274,982					
Propiedades de inversión	13	1,477,628	1,477,628	1,424,216	Total de pasivos		15,972,727	11,563,598	12,188,401
Inversión en acciones de compañías asociadas		1,318	1,319	1,319					
Beneficios a los empleados	17	736,531	832,066	758,959	Capital contable:				
Otros activos, Neto		<u>33,702</u>	<u>37,367</u>	<u>27,049</u>	Capital social		1,634,370	1,634,370	1,634,370
					Prima neta en colocación de acciones		140,043	140,043	140,043
Total de activos		\$ 31,201,517	\$ 29,956,018	\$ 27,769,005	Utilidades retenidas		12,183,563	15,116,768	12,442,496
					Otras partidas de utilidad integral		<u>(180,544)</u>	<u>(46,821)</u>	<u>-</u>
					Capital contable de la participación controladora		13,777,432	16,844,360	14,216,909
					Capital contable de la participación no controladora		<u>1,451,358</u>	<u>1,548,060</u>	<u>1,363,695</u>
					Total del capital contable	18	<u>15,228,790</u>	<u>18,392,420</u>	<u>15,580,604</u>
					Total de pasivos y capital contable		\$ 31,201,517	\$ 29,956,018	\$ 27,769,005

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

**Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias
(Subsidiaria de Grupo Carso, S.A.B. de C.V.)**

Estados consolidados de utilidad integral

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011
(En miles de pesos)

	Nota	2012	2011
Ventas netas		\$ 39,411,287	\$ 36,415,957
Costo de ventas	22	<u>23,818,767</u>	<u>21,773,912</u>
Utilidad bruta		15,592,520	14,642,045
Gastos de venta y desarrollo	22	8,644,931	8,002,375
Gastos de administración	22	1,841,820	1,878,354
Depreciación y amortización		632,536	583,540
Otros (ingresos) gastos	21	(92,289)	(124,069)
Gastos por intereses		198,240	199,951
Ingresos por intereses		(199,842)	(178,011)
(Ganancia) pérdida cambiaria		(10,220)	57,441
Efecto de valuación de instrumentos financieros derivados		<u>(45,134)</u>	<u>7,328</u>
Utilidad antes de impuestos a la utilidad		4,622,478	4,215,136
Impuestos a la utilidad	23	<u>1,324,580</u>	<u>1,263,955</u>
Utilidad neta consolidada del año		3,297,898	2,951,181
Otras partidas de la utilidad integral:			
Efecto por conversión de operaciones extranjeras		2,468	(10,432)
(Pérdidas) y ganancias actuariales		<u>(136,191)</u>	<u>(36,389)</u>
Utilidad integral consolidada del año		<u>\$ 3,164,175</u>	<u>\$ 2,904,360</u>
Utilidad neta consolidada aplicable a:			
Participación controladora		\$ 2,966,795	\$ 2,674,272
Participación no controladora		<u>331,103</u>	<u>276,909</u>
		<u>\$ 3,297,898</u>	<u>\$ 2,951,181</u>
Utilidad básica por acción ordinaria de la participación controladora		<u>\$ 1.52</u>	<u>\$ 1.37</u>
Promedio ponderado de acciones en circulación ('000)		<u>1,949,692</u>	<u>1,949,692</u>
Utilidad integral consolidada aplicable a:			
Participación controladora		\$ 2,833,072	\$ 2,627,451
Participación no controladora		<u>331,103</u>	<u>276,909</u>
		<u>\$ 3,164,175</u>	<u>\$ 2,904,360</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias
(Subsidiaria de Grupo Carso, S.A.B. de C.V.)

Estados consolidados de variaciones en el capital contable

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011
(En miles de pesos)

	Capital Social	Prima neta en colocación de acciones	Utilidades retenidas	Efecto por conversión de operaciones extranjeras	Ganancias y pérdidas actuariales	Capital contable de la participación controladora	Capital contable de la Participación no controladora	Total del capital contable consolidado
Saldos al 1 de enero de 2011 (fecha de transición)	\$ 1,634,370	\$ 140,043	\$ 12,442,496	\$ -	\$ -	\$ 14,216,909	\$ 1,363,695	\$ 15,580,604
Dividendos pagados a la participación no controladora	-	-	-	-	-	-	(92,544)	(92,544)
Utilidad integral consolidada del año	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>2,674,272</u>	<u>(10,432)</u>	<u>(36,389)</u>	<u>2,627,451</u>	<u>276,909</u>	<u>2,904,360</u>
Saldos al 31 de diciembre de 2011	1,634,370	140,043	15,116,768	(10,432)	(36,389)	16,844,360	1,548,060	18,392,420
Dividendos pagados a la participación controladora y no controladora	-	-	(5,900,000)	-	-	(5,900,000)	(427,805)	(6,327,805)
Utilidad integral consolidada del año	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>2,966,795</u>	<u>2,468</u>	<u>(136,191)</u>	<u>2,833,072</u>	<u>331,103</u>	<u>3,164,175</u>
Saldos al 31 de diciembre de 2012	<u>\$ 1,634,370</u>	<u>\$ 140,043</u>	<u>\$ 12,183,563</u>	<u>\$ (7,964)</u>	<u>\$ (172,580)</u>	<u>\$ 13,777,432</u>	<u>\$ 1,451,358</u>	<u>\$ 15,228,790</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

**Grupo Sanborns, S.A. de C.V. y Subsidiarias
(Subsidiaria de Grupo Carso, S.A.B. de C.V.)**

Estados consolidados de flujos de efectivo

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011
(En miles de pesos)

	2012	2011
Flujos de efectivo por actividades de operación:		
Utilidad neta consolidada del año	\$ 3,297,898	\$ 2,951,181
Ajustes por:		
Impuestos a la utilidad reconocidos en resultados	1,324,580	1,263,955
Depreciación	660,181	614,681
(Ganancia) pérdida en venta de inmuebles, maquinaria y equipo	58,885	30,443
Superávit por avalúos de centros comerciales	-	(53,412)
Ingresos por intereses	(199,842)	(178,011)
Ganancias o pérdidas actuariales	(136,191)	(36,389)
Gasto por intereses	<u>198,240</u>	<u>199,951</u>
	5,203,751	4,792,399
Partidas relacionadas con actividades de operación:		
Cuentas y documentos por cobrar	(405,030)	(158,503)
Inventarios	(684,659)	(1,017,160)
Pagos anticipados	9,003	18,583
Otros activos	3,665	(10,318)
Activo neto proyectado por beneficios al futuro	95,535	(73,107)
Cuentas por cobrar a largo plazo	11,500	11,500
Cuentas por pagar a proveedores	501,537	1,192,319
Beneficios directos a los empleados	32,967	17,013
Impuestos a la utilidad pagados	(1,492,889)	(1,264,273)
Otros impuestos por pagar y gastos acumulados	596,645	16,745
Provisiones	11,743	13,157
Instrumentos financieros derivados	(21,227)	175,858
Cuentas por pagar a partes relacionadas	<u>(444,331)</u>	<u>(426,425)</u>
Flujos netos de efectivo generados en actividades de operación	3,418,210	3,287,788
Flujos de efectivo por actividades de inversión:		
Adquisición de inmuebles, maquinaria y equipo	(748,891)	(1,225,299)
Venta de inmuebles, maquinaria y equipo	32,604	44,090
Intereses cobrados	<u>199,842</u>	<u>178,011</u>
Flujos netos de efectivo utilizados en actividades de inversión	(516,445)	(1,003,198)

(Continúa)

	2012	2011
Flujos de efectivo por actividades de financiamiento:		
Emisión de certificados bursátiles	1,151,897	1,347,073
Préstamos obtenidos	2,748,208	-
Pago de préstamos bancarios y de deuda a largo plazo	-	(2,805,491)
Intereses pagados	(198,240)	(199,951)
Dividendos pagados a participación controladora y no controladora	<u>(6,327,805)</u>	<u>(92,544)</u>
Flujos netos de efectivo aplicados en actividades de financiamiento	(2,625,940)	(1,750,913)
Ajustes a los flujos de efectivo por variaciones en tipos de cambio	<u>2,468</u>	<u>(10,432)</u>
Disminución neta de efectivo y equivalentes de efectivo	278,293	523,245
Efectivo y equivalentes de efectivo al principio del período	<u>2,049,562</u>	<u>1,526,317</u>
Efectivo y equivalentes de efectivo al final del período	<u>\$ 2,327,855</u>	<u>\$ 2,049,562</u>

Las notas adjuntas son parte de los estados financieros consolidados.

Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. y Subsidiarias (Subsidiaria de Grupo Carso, S.A.B. de C.V.)

Notas a los estados financieros consolidados

Por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011 y 1 de enero de 2011 (fecha de transición)
(En miles de pesos (\$) y miles de dólares estadounidenses (US\$))

1. Actividades

Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. (“Grupo Sanborns”) y Subsidiarias (“la Entidad”) es subsidiaria de Grupo Carso, S.A.B. de C.V. (“Grupo Carso”). La Entidad es tenedora de un grupo de empresas con domicilio principal de sus negocios en Lago Zurich Núm. 245 Piso 7, Colonia Ampliación Granada en México Distrito Federal, Código Postal 11529 y se dedica principalmente a la operación de tiendas y restaurantes, incluyendo una cadena de tiendas departamentales, boutiques de alta costura, tiendas Sanborns, la distribución y venta de productos de la marca Apple de última generación, una red de venta de música grabada y video, una cadena de tiendas departamentales de lujo, distribución de cosméticos y perfumes de la región, una cadena de restaurantes de comida tradicional y una cadena de cafeterías industriales, y a la administración y arrendamiento de dos centros comerciales.

El detalle de las empresas subsidiarias y sus actividades prioritarias se describen en la Nota 3.b.

2. Adopción de Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés)

Adopción de IFRS - A partir del 1 de enero de 2011 la Entidad adoptó las Normas Internacionales de Información Financiera (IFRS por sus siglas en inglés) y sus adecuaciones e interpretaciones emitidos por el Consejo Emisor de Normas Internacionales de Contabilidad (IASB por sus siglas en inglés), en vigor al 31 de diciembre de 2012; consecuentemente aplicó la IFRS 1, *Adopción inicial de las Normas Internacionales de Información Financiera*, debido a que son parte del periodo cubierto por los presentes estados financieros. Las IFRS comprenden diversas disposiciones conocidas como IFRS, IAS, IFRIC y SIC.

La IFRS 1 generalmente requiere la aplicación retrospectiva de las normas e interpretaciones aplicables a la fecha del primer reporte. Sin embargo, IFRS 1 permite ciertas excepciones en la aplicación de algunas normas a los periodos anteriores, con el objeto de asistir a las entidades en el proceso de transición. La Entidad ha aplicado las excepciones obligatorias y ha elegido ciertas opciones de adopción por primera vez como se describe a continuación. Información adicional referente a los efectos de la adopción se mencionan en la Nota 27.

Excepciones obligatorias:

- i) La Entidad aplicó la excepción obligatoria respecto a que las estimaciones contables a la fecha de transición sean consistentes con las utilizadas a esa misma fecha bajo las Normas de Información Financiera Mexicanas (NIF), excepto por las correspondientes a diferencias en políticas contables conforme a IFRS.
- ii) Participaciones no controladoras – La Entidad aplicó en forma prospectiva ciertos requerimientos de IAS 27 (2008) *Estados Financieros Consolidados y Separados* a partir de la fecha de transición.
- iii) A la fecha de transición la Entidad ya aplicaba contabilidad de coberturas conforme a NIF, que cumple con los criterios establecidos en IAS 39, *Instrumentos Financieros: Reconocimiento y Medición*, por lo que no tiene efectos esta excepción obligatoria.

Otras excepciones obligatorias con aplicación retrospectiva no aplican a la Entidad.

Adicionalmente, la Entidad ha aplicado las excepciones opcionales de adopción por primera vez como se describe a continuación:

- i) La Entidad optó por usar el valor revaluado determinado con las NIF (costo depreciado ajustado por efectos de inflación) a la fecha de transición, como su costo asumido, para ciertos componentes del rubro de inmuebles, maquinaria y equipo.
- ii) Con respecto al reconocimiento de los beneficios a los empleados al retiro, la Entidad aplicó la exención que permite reconocer todas las ganancias y pérdidas actuariales acumuladas a la fecha de transición, de todos los planes de beneficios a empleados, en lugar de separar la porción reconocida y la porción por reconocer de las mismas. Asimismo, adoptó anticipadamente las modificaciones de la IAS19 (2011), *Beneficios a los Empleados*, lo que implicó el reconocimiento de la totalidad de los costos por servicios pasados por amortizar existentes a la fecha de transición.
- iii) La Entidad optó por tomar la exención que permite aplicar los efectos de conversión por operaciones extranjeras contra las utilidades acumuladas en la fecha de transición. Esta exención opcional fue aplicada a todas las conversiones de subsidiarias con moneda funcional distinta al peso mexicano.
- iv) La Entidad aplicó las provisiones de transición del IAS 23, *Costos por Préstamos*, que permite designar la fecha de transición como fecha de inicio para capitalizar los costos por préstamos relacionados a todos los activos calificables.

3. Bases de preparación y consolidación

- a. **Bases de preparación** - Los estados financieros consolidados al 31 de diciembre de 2012 y 2011 y por los años que terminaron en esas fechas han sido preparados con base en las IFRS.

Los estados financieros han sido preparados sobre la base del costo histórico excepto por la revaluación de ciertos activos no monetarios de largo plazo e instrumentos financieros que fueron reconocidos a su valor razonable, al momento de la transición a IFRS. Por lo general, el costo histórico se basa en el valor razonable de la contraprestación otorgada a cambio de los activos. Los estados financieros consolidados son preparados en pesos, moneda de curso legal de los Estados Unidos Mexicanos y son presentados en miles, excepto cuando así se indique.

Las políticas establecidas a continuación han sido aplicadas consistentemente en todos los períodos presentados.

- b. **Bases de consolidación de estados financieros** - Los estados financieros consolidados incluyen los de Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. y los de sus subsidiarias directas e indirectas en las que tiene control, cuya participación accionaria en su capital social al 31 de diciembre de 2012, 2011 y al 1 de enero de 2011, se muestra a continuación. Los saldos y operaciones intercompañías, han sido eliminados en estos estados financieros consolidados.

Subsidiaria	Actividad	% de Participación		
		31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011
Sanborn Hermanos, S.A. y Subsidiarias ("Sanborns")	Operación de tiendas departamentales, de regalos, de discos y restaurantes a través de la marca Sanborns	99.94	99.94	99.94
Sears Operadora México, S.A. de C.V. ("Sears")	Operadora de tiendas departamentales a través de su marca Sears	84.94	84.94	84.94

Subsidiaria	Actividad	% de Participación		
		31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011
Promotora Comercial Sanborns, S.A. de C.V. y Subsidiarias	Operación de tiendas de discos, restaurantes y cafeterías a través de las marcas, Mix-up, Ishop y Sanborns Café	99.96	99.96	99.96
Operadora de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V.	Operadora de tiendas departamentales a través de la marca Saks Fifth Avenue	100.00	100.00	100.00
Servicios Corporativos de Grupo Sanborns, S.A. de C.V.	Operadora de Boutiques y subcontroladora	100.00	100.00	100.00
Grupo Sanborns Internacional, S.A. y Subsidiarias	Tienda Sanborns en Panamá	100.00	100.00	100.00
Corporación de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V. ("Corpti")	Tiendas Sanborns y Sears en El Salvador	100.00	100.00	100.00
Comercializadora Dax, S.A. de C.V.	Operadora de tiendas departamentales a través de la marca Dax	100.00	100.00	-
Prestadora de Servicios Loreto y Cuicuilco, S.A. de C.V.	Servicios de personal a plazas comerciales	100.00	100.00	-

La participación en los resultados y cambios patrimoniales de las subsidiarias compradas o vendidas durante el ejercicio, se incluye en los estados financieros, desde o hasta la fecha en que se llevaron a cabo las transacciones.

- c. **Estacionalidad** - La Entidad históricamente ha experimentado patrones estacionarios de ventas en tiendas debido a una intensificación de las actividades de consumo durante la época navideña y de año nuevo, así como en el mes de mayo y junio, originado por el día de las madres y del padre, y al principio del año escolar en el mes de septiembre. Durante estos períodos, se promocionan productos como juguetes o ropa de invierno, y artículos escolares durante el período de regreso a clases. Por el contrario se experimentan una disminución en ventas durante el verano en los meses de julio y agosto. La Entidad busca reducir el impacto de la estacionalidad en sus resultados a través de estrategias comerciales, tales como acuerdos con proveedores, precios competitivos y promoción intensiva; por lo tanto, su impacto en el estado de utilidad integral y de situación financiera no es significativo.

4. Resumen de las principales políticas contables

Los estados financieros consolidados adjuntos cumplen con las IFRS emitidas por el IASB. Su preparación requiere que la administración de la Entidad efectúe ciertas estimaciones y utilice determinados supuestos para valorar algunas de las partidas de los estados financieros y para efectuar las revelaciones que se requieren en los mismos. Sin embargo, los resultados reales pueden diferir de dichas estimaciones. La administración de la Entidad, aplicando el juicio profesional, considera que las estimaciones y supuestos utilizados fueron los adecuados en las circunstancias. Las principales políticas contables seguidas por la Entidad son las siguientes:

- a. **Reconocimiento de los efectos de la inflación** - La Entidad solo reconoce los efectos de inflación en Compañías que operan en economías hiperinflacionarias, es decir en donde la inflación de los últimos tres años es superior al 100%. Grupo Sanborns en 2012 y 2011 no reconoció efectos de inflación en sus operaciones.
- b. **Operaciones extranjeras** - Para consolidar los estados financieros de operaciones extranjeras, se aplican las siguientes metodologías:

Las operaciones extranjeras cuya moneda funcional es diferente a la moneda de registro, convierten sus estados financieros de moneda local a moneda funcional utilizando los siguientes tipos de cambio: 1) de cierre para los activos y pasivos monetarios, 2) histórico para activos y pasivos no monetarios y capital contable y 3) de celebración para los ingresos, costos y gastos, excepto aquellos que provienen de partidas no monetarias que se convierten utilizando el tipo de cambio histórico de la correspondiente partida no monetaria. Los efectos de conversión se registran como pérdidas o ganancias cambiarias en la utilidad (pérdida) integral. La información financiera en moneda funcional se convierte subsecuentemente a la moneda de reporte utilizando el tipo de cambio en efecto a la fecha del estado de posición financiera para los activos y pasivos, el histórico para el capital y el de celebración para ingresos, costos y gastos; los efectos de conversión se registran como otras partidas de la utilidad integral.

Las partidas no monetarias registradas a valor razonable denominadas en moneda extranjera, se reconvierten a los tipos de cambio vigentes a la fecha en que se determinó el valor razonable. Las partidas no monetarias calculadas en términos de costo histórico, en moneda extranjera, no se reconvierten.

Las operaciones extranjeras de moneda de reporte diferentes de la moneda funcional convierten sus estados financieros utilizando los siguientes tipos de cambio: 1) de cierre a la fecha del estado de posición financiera para activos y pasivos, 2) histórico para capital contable y 3) de celebración para ingresos, costos y gastos. Los efectos de conversión se registran como otras partidas de la utilidad integral.

Las transacciones en moneda extranjera se registran al tipo de cambio vigente a la fecha de su celebración. Los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera se convierten a la moneda de reporte a la fecha de los estados financieros. Las fluctuaciones cambiarias se registran en el estado de (pérdida) utilidad integral.

La moneda funcional y de registro de Grupo Sanborns y todas sus subsidiarias es el peso mexicano, excepto por dos subsidiarias extranjeras cuyas monedas de registro y funcional son diferentes como sigue:

Empresa	Moneda de registro	Moneda funcional
Grupo Sanborns Internacional, S.A. (Panamá)	Dólar estadounidense	Dólar estadounidense
Corporación de Tiendas Internacionales, S.A. de C.V. (El Salvador)	Dólar estadounidense	Dólar estadounidense

- c. **Efectivo y equivalentes de efectivo** - Consisten principalmente en depósitos bancarios en cuentas de cheques e inversiones en valores a corto plazo, de gran liquidez, fácilmente convertibles en efectivo o con vencimiento de hasta tres meses a partir de la fecha de adquisición y sujetos a riesgos poco significativos de cambios en valor. El efectivo se presenta a valor nominal y los equivalentes se valúan a su valor razonable; las fluctuaciones en su valor se reconocen en los resultados del periodo. Los equivalentes de efectivo están representados por inversiones en mesas de dinero principalmente en papel bancario y gubernamental.
- d. **Inventarios y costo de ventas** - Se presentan al costo de adquisición o a su valor neto de realización (precio de venta estimado menos los costos necesarios para la venta) el menor, como sigue:

Se valúan a través del sistema de costos promedios, incluyendo el costo de materiales, gastos directos y una porción apropiada de costos indirectos fijos y variables, que se incurren en la adquisición de los mismos por la actividad de la Entidad. Las reducciones al valor de los inventarios se componen por las reservas que representan el deterioro de los mismos.

- e. **Inmuebles, maquinaria y equipo** - Al 1 de enero de 2011, los inmuebles, maquinaria y equipo fueron valuados a su costo asumido (Costo depreciado ajustado por el Índice Nacional de Precios al Consumidor). Las adquisiciones subsecuentes se registran al costo de adquisición. La depreciación se registra en resultados y se calcula conforme al método de línea recta con base en las vidas útiles estimadas remanentes de los componentes de los activos, las cuales se revisan cada año junto con los valores residuales; y el efecto de cualquier cambio en la estimación registrada se reconoce sobre una base prospectiva.

	% tasa promedio de depreciación
Edificios y adaptaciones a locales arrendados	De 1.43 a 10.00
Maquinaria y equipo	5
Mobiliario y equipo	5
Equipo de transporte	25
Equipo de cómputo	16.67 y 25.00

Los costos por préstamos incurridos durante el período de construcción e instalación de los inmuebles, maquinaria y equipo calificables, son capitalizados.

La ganancia o pérdida que surge de la venta o retiro de una partida de inmuebles, maquinaria y equipo, se calcula como la diferencia entre los recursos que se reciben por ventas y el valor en libros del activo, y se reconoce en los resultados.

- f. **Arrendamientos** - Los arrendamientos se clasifican como financieros cuando los términos del arrendamiento transfieren sustancialmente todos los riesgos y beneficios inherentes a la propiedad. Todos los demás arrendamientos se clasifican como operativos.

Los pagos de rentas por arrendamientos operativos se cargan a resultados empleando el método de línea recta, durante el plazo correspondiente al arrendamiento, salvo que resulte más representativa otra base sistemática de reparto por reflejar más adecuadamente el patrón de los beneficios del arrendamiento para el usuario. Las rentas contingentes se reconocen como gastos en los periodos en los que se incurre.

- g. **Propiedades de inversión** - Las propiedades de inversión son aquellas mantenidas para arrendamiento y/o ganancias de capital mediante la apreciación de su valor en el tiempo (incluyendo propiedades en construcción para tal propósito). Las propiedades de inversión son valuadas a su valor razonable. Las ganancias o pérdidas que surgen de los cambios en el valor razonable de la propiedad de inversión se incluyen en la ganancia o pérdida neta durante el periodo en que se originan. Las propiedades que se mantienen como inversión son dos plazas comerciales.

- h. ***Inversión en acciones de asociadas*** - Una compañía asociada es una entidad sobre la cual la Entidad tiene influencia significativa y se reconoce inicialmente al valor razonable de los activos y pasivos identificables de la entidad a la fecha de constitución o adquisición. En caso de presentarse indicios de deterioro las inversiones en asociadas se someten a pruebas de deterioro.
- i. ***Otros activos*** - Incluyen principalmente depósitos en garantía y gastos por instalación de un nuevo sistema que se encuentra en periodo de prueba, por lo que se espera se amorticen una vez que se concluya con la implementación.

Los gastos incurridos por la instalación de un nuevo sistema, respecto de un activo intangible reconocido, son registrados en los estados financieros, sin embargo si el sistema se encuentra en periodo de prueba, dichos costos se amortizan una vez que se concluye con la implementación.

- j. ***Deterioro de activos tangibles*** - La Entidad revisa los valores en libros de sus activos tangibles a fin de determinar si existen indicios de que estos activos han sufrido alguna pérdida por deterioro. Si existe algún indicio, se calcula el monto recuperable del activo a fin de determinar el alcance de la pérdida por deterioro. Cuando no es posible estimar el monto recuperable de un activo individual, la Entidad estima el monto recuperable de la unidad generadora de efectivo a la que pertenece dicho activo. Cuando se puede identificar una base razonable y consistente de distribución, los activos corporativos también se asignan a las unidades generadoras de efectivo individuales, o de lo contrario, se asignan al grupo más pequeño de unidades generadoras de efectivo para los cuales se puede identificar una base de distribución razonable y consistente.

El monto recuperable es el mayor entre el valor razonable menos el costo de venderlo y el valor de uso. Al evaluar el valor de uso, los flujos de efectivo futuros estimados se descuentan a su valor presente utilizando una tasa de descuento antes de impuestos que refleje la evaluación actual del mercado respecto al valor del dinero en el tiempo y los riesgos específicos del activo para el cual no se han ajustado las estimaciones de flujos de efectivo futuros.

Si se estima que el monto recuperable de un activo (o unidad generadora de efectivo) es menor que su valor en libros, el valor en libros del activo (o unidad generadora de efectivo) se reduce a su monto recuperable. Las pérdidas por deterioro se reconocen en resultados, salvo si el activo se registra a un monto revaluado, en cuyo caso se debe considerar la pérdida por deterioro como una disminución de la revaluación.

Cuando una pérdida por deterioro se revierte posteriormente, el valor en libros del activo (o unidad generadora de efectivo) se aumenta al valor estimado revisado a su monto recuperable, de tal manera que el valor en libros incrementado no excede el valor en libros que se habría determinado si no se hubiera reconocido una pérdida por deterioro para dicho activo (o unidad generadora de efectivo) en años anteriores. La reversión de una pérdida por deterioro se reconoce en resultados.

- k. ***Instrumentos financieros*** - Los activos financieros y pasivos financieros son reconocidos cuando la Entidad se convierte en una parte de las disposiciones contractuales del instrumento.

Los activos y pasivos financieros se miden inicialmente a su valor razonable. Los costos de la transacción que son directamente atribuibles a la adquisición o emisión de un activo o pasivo financiero (diferente a activos y pasivos financieros que se reconocen a su valor razonable a través de resultados) se adicionan o se deducen del valor razonable de los activos y pasivos financieros, apropiadamente a su reconocimiento inicial. Los costos de la transacción directamente atribuibles a la adquisición de activos o pasivos financieros que se reconocen a su valor razonable a través de resultados se reconocen inmediatamente en la utilidad o pérdida del año.

- i. ***Activos financieros*** - Todos los activos financieros se reconocen y se dan de baja contablemente a la fecha de negociación, cuando se observe la presencia de una compra o venta de un activo financiero bajo un contrato cuyas condiciones requieren la entrega del activo durante un periodo que generalmente está regulado por el mercado correspondiente, y son medidos inicialmente al valor razonable, más los costos de la transacción.

Los activos financieros se clasifican dentro de las siguientes categorías específicas: “activos financieros a valor razonable con cambios a través de resultados”, “inversiones conservadas al vencimiento”, “activos financieros disponibles para su venta” y “préstamos y partidas por cobrar”. La clasificación depende de la naturaleza y propósito de los activos financieros y se determina al momento de su reconocimiento inicial. Actualmente la Entidad tiene activos financieros disponibles para su venta y préstamos y partidas por cobrar.

– ***Activos financieros a valor razonable con cambios a través de resultados***

Los activos financieros son clasificados a valor razonable con cambios a través de resultados cuando el activo financiero es mantenido con fines de negociación o es designado como un activo financiero a valor razonable con cambios a través de resultados.

Un activo financiero se clasificará como mantenido con fines de negociación si:

- Se compra principalmente con el objetivo de venderlo en un término cercano; o
- En su reconocimiento inicial, es parte de una cartera de instrumentos financieros identificados que la Entidad administra conjuntamente, y para la cual existe un patrón real reciente de toma de utilidades a corto plazo; o
- Es un derivado que no es designado como instrumento de cobertura

– ***Préstamos y cuentas por cobrar***

Los préstamos, cuentas por cobrar a clientes y otras cuentas por cobrar con pagos fijos o determinables, que no se negocian en un mercado activo, se clasifican como préstamos y cuentas por cobrar. Los préstamos y cuentas por cobrar se valúan al costo amortizado usando el método de interés efectivo, menos cualquier deterioro. Se reconoce una provisión por incobrabilidad en resultados cuando existe evidencia objetiva de que las cuentas por cobrar están deterioradas. Los ingresos por intereses se reconocen aplicando la tasa de interés efectiva, excepto por las cuentas por cobrar a corto plazo en caso de que el reconocimiento de intereses sea poco importante.

– ***Método de la tasa de interés efectiva***

Es un método de cálculo del costo amortizado de un instrumento financiero y de asignación del ingreso financiero a lo largo del periodo relevante. La tasa de interés efectiva es la tasa de descuento que iguala exactamente los flujos estimados futuros de efectivo por cobrar o por pagar (incluyendo comisión, puntos básicos de intereses pagados o recibidos, costos de transacción y otras primas o descuentos que estén incluidos en el cálculo de la tasa de interés efectiva) a lo largo de la vida esperada del instrumento financiero (o, cuando sea adecuado, en un periodo más corto), con el importe neto en libros del activo o pasivo financiero, en su reconocimiento inicial.

– ***Deterioro de activos financieros***

Los activos financieros distintos a los activos financieros a valor razonable con cambios a través de resultados, se sujetan a pruebas para efectos de deterioro al final de cada periodo sobre el cual se informa. Se considera que los activos financieros están deteriorados, cuando existe evidencia objetiva que, como consecuencia de uno o más eventos que hayan ocurrido después del reconocimiento inicial del activo financiero, los flujos de efectivo futuros estimados del activo financiero han sido afectados.

La evidencia objetiva de deterioro podría incluir:

- Dificultades financieras significativas del emisor o contraparte,
- Incumplimiento en el pago de los intereses o el principal; o
- Es probable que el prestatario entre en quiebra o en una reorganización financiera.

Para ciertas categorías de activos financieros, como cuentas por cobrar a clientes, los activos que se han sometido a pruebas para efectos de deterioro y que no han sufrido deterioro en forma individual, se incluyen en la evaluación de deterioro sobre una base colectiva. Entre la evidencia objetiva de que una cartera de cuentas por cobrar podría estar deteriorada, se podría incluir la experiencia pasada de la Entidad con respecto a la cobranza, un incremento en el número de pagos atrasados en la cartera que superen el periodo de crédito promedio de 7 meses, así como cambios observables en las condiciones económicas nacionales y locales que se correlacionen con el incumplimiento en los pagos.

Para los activos financieros que se registran al costo amortizado, el importe de la pérdida por deterioro que se reconoce es la diferencia entre el valor en libros del activo y el valor presente de los cobros futuros, descontados a la tasa de interés efectiva original del activo financiero.

El valor en libros del activo financiero se reduce por la pérdida por deterioro directamente para todos los activos financieros, excepto para las cuentas por cobrar a clientes, donde el valor en libros se reduce a través de una cuenta de estimación para cuentas de cobro dudoso. Cuando se considera que una cuenta por cobrar es incobrable, se elimina contra la estimación. La recuperación posterior de los montos previamente eliminados son reconocidos en resultados. Los cambios en el valor en libros de la cuenta de la estimación son reconocidos también en los resultados.

ii. ***Pasivos financieros e instrumentos de capital emitidos por la Entidad***

Clasificación como deuda o capital - Los instrumentos de deuda y capital se clasifican como pasivos financieros o capital, de acuerdo a la sustancia del acuerdo contractual.

Instrumentos de capital - Un instrumento de capital es cualquier contrato que ponga de manifiesto una participación residual en los activos netos de una Entidad. Los instrumentos de capital emitidos por la Entidad se reconocen por el importe recibido, neto de costos directos de emisión.

Pasivos financieros - Los pasivos financieros se clasifican como pasivos financieros a valor razonable a través de resultados u otros pasivos financieros. Actualmente la Entidad solo tiene otros pasivos financieros incluyendo instrumentos financieros derivados designado como cobertura, y no ha designado ningún pasivo financiero a valor razonable con cambios a través de resultados.

- ***Otros pasivos financieros***

Otros pasivos financieros, incluyendo los préstamos, se valúan inicialmente a valor razonable, neto de los costos de la transacción; posteriormente, son valuados al costo amortizado usando el método de tasa de interés efectiva, y se reconocen los gastos por interés sobre una base de rendimiento efectivo.

- ***Baja de pasivos financieros***

La Entidad da de baja los pasivos financieros si, y solo si, las obligaciones se cumplen, cancelan o expiran. La diferencia entre el saldo en libros y el pasivo financiero dado de baja, considerando la porción pagada y por pagar, se reconoce en resultados.

1. ***Instrumentos financieros derivados*** - La Entidad contrata instrumentos financieros derivados de negociación y cobertura con el objeto de administrar su exposición a riesgos de: a) tasas de interés y b) tipo de cambio de deudas. En la Nota 11 se incluye mayor detalle sobre los instrumentos financieros derivados.

Cuando los derivados son contratados con la finalidad de cubrir riesgos y cumplen con todos los requisitos de cobertura, se documenta su designación al inicio de la operación de cobertura, describiendo el objetivo, características, reconocimiento contable y como se llevará a cabo la medición de la efectividad, aplicables a esa operación.

Los derivados se reconocen inicialmente al valor razonable a la fecha en que se suscribe el contrato del derivado y posteriormente se remiden a su valor razonable al final del periodo que se informa. La ganancia o pérdida resultante se reconoce en los resultados a menos que el derivado esté designado y sea efectivo como un instrumento de cobertura, en cuyo caso la oportunidad del reconocimiento en los resultados dependerá de la naturaleza de la relación de cobertura. La Entidad designa ciertos derivados ya sea como coberturas de valor razonable, de activos o pasivos reconocidos o compromisos en firme (coberturas de valor razonable), coberturas de transacciones pronosticadas altamente probables, o coberturas de riesgo de moneda extranjera de compromisos en firme (coberturas de flujos de efectivo).

Un derivado con un valor razonable positivo se reconoce como un activo financiero mientras que un derivado con un valor razonable negativo se reconoce como un pasivo financiero. Un derivado se presenta como un activo o un pasivo a largo plazo si la fecha de vencimiento del instrumento es de 12 meses o más y no se espera su realización o cancelación dentro de esos 12 meses. Otros derivados se presentan como activos y pasivos a corto plazo.

– ***Coberturas de flujo de efectivo***

La Entidad al inicio de la cobertura documenta la relación de la cobertura y el objetivo y estrategia de gestión de riesgo de la entidad, esa documentación incluirá la forma en que la entidad medirá la eficacia del instrumento de cobertura para compensar el valor de los cambios en el valor razonable en la partida cubierta o en los cambios en el flujo de efectivo atribuibles al riesgo cubierto.

La Entidad reconoce todos los activos o pasivos que surgen de las operaciones con instrumentos financieros derivados en el estado de posición financiera a valor razonable, independientemente del propósito de su tenencia. El valor razonable se determina con base en precios de mercados reconocidos y cuando no cotizan en un mercado, la Entidad utiliza técnicas de valuación aceptadas en el ámbito financiero. La decisión de tomar una cobertura económica o contable obedece a las condiciones del mercado y expectativas esperadas en el contexto económico nacional e internacional.

La porción efectiva de los cambios en el valor razonable de los derivados que se designan y califican como cobertura de flujo de efectivo se reconoce en otra utilidad integral. Las pérdidas y ganancias relativas a la porción no efectiva del instrumento de cobertura, se reconocen en los resultados, y se incluye en el rubro “otros (ingresos) gastos”.

Los montos previamente reconocidos en la otra utilidad integral, y acumulados en el capital contable, se reclasifican a los resultados en los periodos en los que la partida cubierta se reconoce en los resultados, en el mismo rubro de la partida cubierta reconocida. Sin embargo, cuando una transacción pronosticada que está cubierta da lugar al reconocimiento de un activo no financiero o un pasivo no financiero, las pérdidas o ganancias previamente reconocidas en otra utilidad integral, y acumuladas en el capital contable, se transfieren y se incluyen en la valuación inicial del costo del activo no financiero o del pasivo no financiero.

La Entidad discontinúa la contabilización de coberturas cuando se revoca la relación de cobertura, cuando el instrumento de cobertura vence o se vende, termina, o se ejerce, o cuando deja de cumplir con los criterios para la contabilización de coberturas. Cualquier ganancia o pérdida acumulada del instrumento de cobertura que haya sido reconocida en el capital continuará en el capital hasta que la transacción pronosticada sea finalmente reconocida en los resultados. Cuando ya no se espera que la transacción pronosticada ocurra, la ganancia o pérdida acumulada en el capital, se reclasificará inmediatamente a los resultados.

– ***Coberturas de valor razonable***

Los cambios en el valor razonable de los derivados que se designan y califican como coberturas de valor razonable se reconocen en los resultados, junto con cualquier cambio en el valor razonable del activo o pasivo cubierto que se atribuya al riesgo cubierto. El cambio en el valor razonable del instrumento de cobertura y el cambio en la partida cubierta atribuible al riesgo cubierto se reconocen en el mismo rubro.

La Entidad discontinúa la contabilización de coberturas cuando se revoca la relación de cobertura, cuando el instrumento de cobertura vence o se vende, termina, o se ejerce, o cuando deja de cumplir con los criterios para la contabilización de coberturas. El ajuste a valor razonable del valor en libros de la partida cubierta que surge del riesgo cubierto, se amortiza contra resultados a partir de esa fecha.

– ***Derivados implícitos***

La Entidad lleva a cabo la revisión de los contratos que se celebran para identificar derivados implícitos que deban separarse del contrato anfitrión para efectos de su valuación y registros contables. Cuando se identifica un derivado implícito en otros instrumentos financieros o en otros contratos (contratos anfitriones) se tratan como derivados separados cuando sus riesgos y características no están estrechamente relacionados con los de los contratos anfitriones y cuando dichos contratos no se registran a su valor razonable con cambios a través de resultados.

Un derivado implícito se presenta como activo o pasivo a largo plazo si la fecha de vencimiento restante del instrumento híbrido del cual es relativo, es de 12 meses o más y no se espera su realización o cancelación durante esos 12 meses. Otros derivados implícitos se presentan como activos o pasivos a corto plazo.

La Entidad no tiene coberturas a valor razonable o derivados implícitos en el periodo en que se informa.

- m. ***Provisiones*** - Se reconocen cuando se tiene una obligación presente (legal o asumida) como resultado de un evento pasado, que probablemente resulte en la salida de recursos económicos y que pueda ser estimada razonablemente.

El importe reconocido como provisión es el mejor estimado de la obligación presente que sería requerida al final de periodo contable reportado, considerando los riesgos e incertidumbres sobre dicha obligación. Cuando una provisión se mide usando los flujos de efectivo estimados a valor presente, el valor en libros será el valor presente de dichos flujos de efectivo (cuando el efecto del valor del dinero en el tiempo sea material).

Cuando se espera la recuperación de un tercero de algunos o todos los beneficios económicos requeridos para liquidar una provisión, se reconoce una cuenta por cobrar como un activo si es virtualmente cierto que se recibirá el desembolso y el monto de la cuenta por cobrar puede ser valuado confiablemente.

- n. ***Impuestos a la utilidad*** - El gasto por impuestos a la utilidad representa la suma de los impuestos corriente y diferido calculado como el mayor del Impuesto Sobre la Renta (ISR) o el Impuesto Empresarial a Tasa Única (IETU). El ISR causado por pagar se basa en la utilidad fiscal, la cual difiere de la ganancia reportada en el estado consolidado de utilidad integral, debido a las partidas de ingresos o gastos gravables o deducibles en otros años y partidas que nunca son gravables o deducibles. El IETU se calcula con base en flujos de efectivo de cada año y considera los ingresos menos deducciones y ciertos créditos fiscales. El pasivo por concepto de impuesto causado se calcula utilizando las tasas fiscales promulgadas o substancialmente aprobadas al final del periodo sobre el cual se informa.

El impuesto diferido resulta de las diferencias temporales entre las bases contables y fiscales de los activos y pasivos incluyendo el beneficio de las pérdidas fiscales. El impuesto diferido activo se registra sólo cuando existe alta probabilidad de que pueda recuperarse hasta por el importe por el cual se estima que existirán utilidades gravables para aprovechar dichos beneficios. Estos impuestos diferidos activos y pasivos no se reconocen si las diferencias temporales surgen del crédito mercantil o del reconocimiento inicial (distinto al de la combinación de negocios) de otros activos y pasivos en una operación que no afecta la utilidad fiscal ni la utilidad contable.

Se reconoce un pasivo por impuestos diferidos por diferencias temporales gravables asociadas con inversiones en subsidiarias, excepto cuando la Entidad es capaz de controlar la reversión de la diferencia temporal y cuando sea probable que la diferencia temporal no se reversara en un futuro previsible. Los activos por impuestos diferidos que surgen de las diferencias temporales asociadas con dichas inversiones se reconocen únicamente en la medida en que resulte probable que habrán utilidades fiscales futuras suficientes contra las que se utilicen esas diferencias temporales y se espera que éstas se reversarán en un futuro cercano.

El valor en libros de un activo por impuestos diferidos debe someterse a revisión al final de cada periodo sobre el que se informa y se debe reducir en la medida que se estime probable que no habrán utilidades gravables suficientes para permitir que se recupere la totalidad o una parte del activo.

Los activos y pasivos por impuestos diferidos se calculan empleando las tasas fiscales que se espera aplicar en el período en el que el pasivo se pague o el activo se realice, basándose en las tasas (y leyes fiscales) que hayan sido aprobadas o sustancialmente aprobadas al final del periodo sobre el que se informa. La valuación de los pasivos y activos por impuestos diferidos refleja las consecuencias fiscales que se derivarían de la forma en que la Entidad espera, al final del periodo sobre el que se informa, recuperar o liquidar el valor en libros de sus activos y pasivos.

La Entidad causa el ISR en forma consolidada con Grupo Carso, S.A.B. de C.V.

Los impuestos causados y diferidos se reconocen como ingreso o gasto en resultados, excepto cuando se refieren a partidas que se reconocen en otras partidas de la utilidad integral. El impuesto al activo (IMPAC) pagado en años anteriores que se espera recuperar, se registra como un impuesto por cobrar.

- o. ***Beneficios directos a los empleados y al retiro*** - Los costos por beneficios directos y por beneficios definidos al retiro se reconocen como gastos al momento en que los empleados han prestado los servicios que les otorgan el derecho a las contribuciones.

El pasivo por primas de antigüedad de todo el personal y el de pensiones del personal no sindicalizado y pagos por retiro que se asemejan a una pensión, son considerados en los planes de beneficios definidos, el costo de tales beneficios se determina utilizando el método de crédito unitario proyectado, con valuaciones actuariales que se realizan al final de cada periodo sobre el que se informa. Las ganancias y pérdidas actuariales se reconocen inmediatamente en las otras partidas de la utilidad integral netas de su impuesto diferido, conforme al activo o pasivo neto reconocido en el estado de posición financiera consolidado, para reflejar el excedente (o déficit) del plan de beneficios a empleados; mientras que los costos por servicios se reconocen en resultados cuando se efectúa la modificación del plan o cuando se incurren los costos por reestructura.

Las obligaciones por beneficios al retiro reconocidas en el estado de posición financiera, representan el valor presente de la obligación por beneficios definidos, ajustado por las ganancias y pérdidas actuariales y los costos de los servicios pasados, menos el valor razonable de los activos del plan. Cuando los activos del plan son superiores a los pasivos del plan por beneficios definidos, se valorará el activo al menor de: i) el superávit en el plan de beneficios definidos, y ii) el valor presente de cualesquiera beneficios económicos disponibles en la forma de reembolsos procedentes del plan o reducciones en las aportaciones futuras al mismo.

- p. **Reconocimiento de ingresos** - Los ingresos se calculan al valor razonable de la contraprestación cobrada o por cobrar, teniendo en cuenta el importe estimado de devoluciones de clientes, rebajas y otros descuentos similares. El reconocimiento de ingresos se realiza conforme a los siguientes criterios:
- **Venta de bienes** - Se reconocen en el momento en que se transfieren los riesgos y beneficios de los bienes a los clientes, siempre que los ingresos puedan valuarse confiablemente, exista la probabilidad de que la Entidad reciba los beneficios económicos asociados con la transacción y los costos incurridos, o por incurrir, en relación con la transacción puedan ser valuados razonablemente y la Entidad no conserva involucramiento continuo en la propiedad o retiene control efectivo sobre los bienes vendidos. Generalmente, el reconocimiento de ingresos coincide con la fecha en la cual los bienes son entregados y legalmente se transfiere su título de propiedad.
 - **Intereses por ventas a crédito** – Los ingresos por intereses por ventas a crédito se reconocen cuando se devengan y se generan por la operación de tarjetas de crédito (Sanborns, Sears, Saks, Dorian´s, Mixup y Corpti).
 - **Servicios** – Los ingresos por servicios se reconocen conforme se presta el servicio.
 - **Rentas** – Los ingresos por rentas se reconocen sobre la base de línea recta conforme se prestan los servicios de arrendamiento y las cuotas de mantenimiento se reconocen en el período de la duración del contrato de arrendamiento del cual provienen.
- q. **Programas de lealtad de clientes** - Los premios se contabilizan como un componente separado de la transacción de venta inicial, se miden a valor razonable y se reconocen como ingresos diferidos en el estado de situación financiera, dentro de otros impuestos por pagar y gastos acumulados. Los ingresos diferidos se reconocen en los ingresos una vez que el premio es redimido o expira.
- r. **Estado de flujos de efectivo** - El flujo de efectivo se determina aplicando el método indirecto para la presentación de los flujos de efectivo de las actividades de operación, por lo que la utilidad neta consolidada del año es ajustada por partidas que no requirieron, ni utilizaron flujos de efectivo. Los intereses cobrados son presentados como actividades de inversión y los intereses pagados como actividades de financiamiento.
- s. **Utilidad por acción** - La utilidad básica por acción ordinaria se calcula dividiendo la utilidad neta consolidada aplicable a la participación controladora entre el promedio ponderado de acciones ordinarias en circulación durante el ejercicio.

5. Juicios contables críticos y fuentes clave de incertidumbre en las estimaciones

En la aplicación de las políticas contables (véase Nota 4), la administración de la Entidad realiza juicios, estimaciones y supuestos sobre algunos importes de los activos y pasivos de los estados financieros. Las estimaciones y supuestos correspondientes se basan en la experiencia histórica y otros factores que se consideran como relevantes. Los resultados reales podrían diferir de dichos estimados.

Las estimaciones y supuestos subyacentes se revisan sobre una base regular. Las revisiones a las estimaciones contables se reconocen en el periodo de la revisión y periodos futuros si la revisión afecta tanto al periodo actual como a periodos subsecuentes.

Los juicios contables críticos y fuentes clave de incertidumbre al aplicar las estimaciones efectuadas a la fecha de los estados financieros consolidados, y que tienen un riesgo significativo de derivar un ajuste en los valores en libros de activos y pasivos durante el siguiente periodo financiero son como sigue:

- a. **Reservas de inventarios y cuentas por cobrar** - La Entidad utiliza estimaciones para determinar las reservas de inventarios y cuentas por cobrar. Los factores que considera la Entidad en las reservas de inventarios son los volúmenes de producción y venta y los movimientos en la demanda de algunos productos. Los factores que considera la Entidad en la estimación de cuentas de cobro dudoso son principalmente el riesgo de la situación financiera del cliente, cuentas no garantizadas y, retrasos considerables en la cobranza de acuerdo a las condiciones de crédito establecidas. Ver Notas 7 y 8 para mayor detalle.
- b. **Inmuebles, maquinaria y equipo** - La Entidad revisa la vida útil estimada de los inmuebles, maquinaria y equipo al final de cada periodo anual, para determinar la depreciación de esos activos, dichas vidas útiles son definidas de acuerdo con estudios técnicos preparados por personal especializado interno donde también participan especialistas externos. Como parte de la adopción de las IFRS la Entidad preparó un análisis detallado de la vida útil de ciertos componentes de los inmuebles, maquinaria y equipo y realizó algunas modificaciones a las mismas. El grado de incertidumbre relacionado con las estimaciones de las vidas útiles está relacionado con los cambios en el mercado y la utilización de los activos por los volúmenes de producción y desarrollo tecnológicos.
- c. **Propiedades de inversión** - La Entidad realiza anualmente la valuación de sus propiedades de inversión con la asistencia de peritos valuadores independientes, la técnica de valuación se efectuó con diversos métodos; físico, mercado e ingresos, siendo el seleccionado por la Entidad el de enfoque físico de las mismas para el valor de las propiedades de inversión incluidas en estos estados financieros internos. La metodología de valuación incluye supuestos observables para propiedades que si bien no son iguales se refieren a las mismas zonas geográficas y con uso comercial. La Entidad considera el mayor y mejor uso de los activos.

No ha habido cambios en las técnicas de valuación utilizadas durante 2012 y 2011. La administración de la Entidad considera que las metodologías de valuación y supuestos utilizados son apropiadas para la determinación del valor razonable de las propiedades de inversión de la Entidad.

- d. **Deterioro de activos de larga duración** - El valor en libros de los activos no circulantes se revisa por deterioro en caso de que existan situaciones o cambios en las circunstancias que indiquen que el valor en libros no es recuperable. Si existen indicios de deterioro, se lleva a cabo una revisión para determinar si el valor en libros excede de su valor de recuperación y se encuentra deteriorado. Al efectuar las pruebas de deterioro de los activos, la Entidad requiere de efectuar estimaciones en el valor en uso asignado a sus inmuebles, maquinaria y equipo, y a las unidades generadoras de efectivo, en el caso de ciertos activos. Los cálculos del valor en uso requieren que la Entidad determine los flujos de efectivo futuros que deberían surgir de las unidades generadoras de efectivo y una tasa de descuento apropiada para calcular el valor actual. La Entidad utiliza proyecciones de flujos de efectivo de ingresos utilizando estimaciones de condiciones de mercado, determinación de precios, y volúmenes de producción y venta.
- e. **Valuación de instrumentos financieros** - La Entidad usa técnicas de valuación para sus instrumentos financieros, que incluyen información que no siempre se basa en un mercado observable, para estimar el valor razonable de ciertos instrumentos financieros. La Nota 10 muestra información detallada sobre los supuestos clave considerados en la determinación del valor razonable de sus instrumentos financieros, así como análisis detallados de sensibilidad sobre esos supuestos. La administración de la Entidad considera que las técnicas de valuación y los supuestos utilizados son apropiados para determinar el valor razonable de sus instrumentos financieros.
- f. **Contingencias** - La Entidad está sujeta a procedimientos judiciales sobre los cuales evalúa la probabilidad de que se materialicen como una obligación de pago, para lo cual considera la situación legal a la fecha de la estimación y la opinión de los asesores legales, dichas evaluaciones son reconsideradas periódicamente.
- g. **Beneficios de los empleados al retiro** - Se utilizan supuestos para determinar la mejor estimación de estos beneficios en forma anual. Dichas estimaciones, al igual que los supuestos, son establecidos en conjunto con actuarios independientes en forma anual. Estos supuestos incluyen las hipótesis demográficas, las tasas de descuento y los aumentos esperados en las remuneraciones y permanencia futura, entre otros. Aunque se estima que los supuestos usados son los apropiados, un cambio en los mismos podría afectar el valor de los activos (pasivos) por beneficios al personal y el estado de utilidad integral en el periodo en que ocurra.

6. Efectivo y equivalentes de efectivo

	2012	2011	1 de enero de 2011
Efectivo	\$ 582,139	\$ 745,103	\$ 516,356
Equivalentes de efectivo:			
Papel gubernamental	1,048,724	467,900	24,958
Papel Bancario	676,836	822,440	910,999
Inversiones a la vista en dólares estadounidenses	18,004	8,732	68,757
Otros	<u>2,152</u>	<u>5,387</u>	<u>5,247</u>
	<u>\$ 2,327,855</u>	<u>\$ 2,049,562</u>	<u>\$ 1,526,317</u>

7. Cuentas por cobrar

	2012	2011	1 de enero de 2011
Clientes	\$ 9,036,688	\$ 8,599,415	\$ 8,344,510
Estimación para cuentas de cobro dudoso	<u>(328,045)</u>	<u>(330,445)</u>	<u>(336,746)</u>
	8,708,643	8,268,970	8,007,764
Deudores diversos	92,163	102,280	145,857
Cuentas por cobrar a partes relacionadas	16,748	8,435	6,612
Impuesto sobre la renta por recuperar	-	-	45,712
Impuestos por recuperar, principalmente Impuesto por depósitos en efectivo y crédito fiscal al salario	<u>38,995</u>	<u>71,834</u>	<u>87,071</u>
	<u>\$ 8,856,549</u>	<u>\$ 8,451,519</u>	<u>\$ 8,293,016</u>

a. *Clientes*

La Entidad efectúa promociones de venta para lo cual otorga crédito a sus clientes a diversos plazos que en promedio son de 206, 218 y 224 días al 31 de diciembre de 2012, 31 de diciembre y 1 de enero de 2011, respectivamente. En el caso de promociones de venta cuyos plazos de cobro son mayores a un año, las cuentas por cobrar correspondientes se clasifican a corto plazo, por considerar que son parte del ciclo normal de sus operaciones, siendo una práctica normal de la industria. Los vencimientos a plazo mayor de un año ascienden a \$703,131 al 31 de diciembre de 2012, \$657,874 y \$673,916 al 31 de diciembre y 1 de enero de 2011, respectivamente.

b. *Cuentas por cobrar a clientes vencidas pero no incobrables*

Las cuentas por cobrar a clientes incluyen los montos que están vencidos al final del periodo sobre el que se informa, para los cuales la Entidad no ha reconocido estimación alguna para cuentas incobrables debido a que no ha habido cambio significativo en la calidad crediticia y los importes aún se consideran recuperables. A continuación se muestra un resumen de cuentas por cobrar a clientes vencidas pero que aún no se consideran incobrables:

	31 de diciembre 2012	31 de diciembre 2011	1 de enero 2011
Más de 90 días de vencimiento	<u>\$ 122,248</u>	<u>\$ 141,322</u>	<u>\$ 190,445</u>

La Entidad da seguimiento al cumplimiento de pago de sus clientes, sobre los cuales no se tienen garantías y solo se cuenta con avales, en caso de retraso de acuerdo a sus políticas, suspende la utilización de su línea de crédito para compras futuras y en caso de mayores retrasos se ejercen acciones extrajudiciales y judiciales tendientes a recuperar el saldo y en caso de no lograrlo se cancela el crédito y la cuenta. La Entidad ha reconocido una estimación para cuentas de cobro dudoso por el 100% de todas las cuentas por cobrar con posibilidades altas de no cobrabilidad.

c. **Los movimientos en la estimación para cuentas de cobro dudoso se presentan a continuación:**

	31 de diciembre 2012	31 de diciembre 2011
Saldo inicial	\$ 330,445	\$ 336,746
Estimación del periodo	286,621	262,619
Cancelaciones y aplicaciones	<u>(289,021)</u>	<u>(268,920)</u>
Saldo final	<u>\$ 328,045</u>	<u>\$ 330,445</u>

8. Inventarios

	31 de diciembre 2012	31 de diciembre 2011	1 de enero de 2011
Mercancía en tiendas	\$ 8,762,282	\$ 8,018,928	\$ 7,067,352
Estimación para obsolescencia, lento movimiento y merma de inventarios	<u>(286,953)</u>	<u>(254,600)</u>	<u>(228,182)</u>
	8,475,329	7,764,328	6,839,170
Mercancía en tránsito	245,568	262,813	191,614
Refacciones y otros inventarios	<u>119,266</u>	<u>128,363</u>	<u>107,560</u>
	<u>\$ 8,840,163</u>	<u>\$ 8,155,504</u>	<u>\$ 7,138,344</u>

La Entidad cuenta con dos estimaciones para determinar las posibles pérdidas por deterioro de sus inventarios, una para inventarios obsoletos y de lento movimiento y otra para merma de mercancías.

La estimación para obsolescencia y lento movimiento se determina con base en la experiencia de ejercicios anteriores por tienda y departamento, determinando el desplazamiento de los artículos en el mercado, su utilización en plazas diferentes, con base en la moda y nuevos modelos de productos y se considera incrementar la reserva si los artículos carecen de desplazamiento hasta que se considera la totalidad del costo como pérdida por deterioro.

La estimación para merma de mercancía se determina con base en la experiencia de la Entidad a través de inventarios físicos que se realizan de manera cíclica. La Entidad ajusta sus inventarios con porcentajes variables de mermas en las diversas tiendas.

a. **Los movimientos en la estimación para obsolescencia, lento movimiento y merma de inventarios se presentan a continuación:**

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre 2011
Saldo inicial	\$ 254,600	\$ 228,182
Estimación del periodo	80,606	75,268
Cancelaciones y aplicaciones	<u>(48,253)</u>	<u>(48,850)</u>
Saldo final	<u>\$ 286,953</u>	<u>\$ 254,600</u>

9. Administración de riesgos financieros

La Entidad tiene exposición a riesgos de mercado, de operación y financieros derivados del uso de instrumentos financieros tales como tasa de interés, crédito, liquidez y riesgo cambiario, los cuales se administran en forma centralizada por la tesorería corporativa de Grupo Carso. La Entidad busca minimizar su exposición a estos riesgos mediante el uso de coberturas con instrumentos financieros derivados.

Las diferentes categorías de instrumentos financieros y sus importes al 31 de diciembre de 2012, al 31 de diciembre y al 1 de enero de 2011, se muestran a continuación:

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011
Activos financieros			
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 2,327,855	\$ 2,049,562	\$ 1,526,317
A valor razonable:			
• Instrumentos financieros derivados	-	-	154,734
Préstamos y cuentas por cobrar	8,839,801	8,443,084	8,286,404
• Cuentas por cobrar a largo plazo	69,000	80,500	92,000
• Cuentas por cobrar a partes relacionadas	16,748	8,435	6,612
Pasivos financieros			
A costo amortizado:			
• Préstamos de instituciones financieras	2,774,069	25,861	2,831,352
• Certificados bursátiles	2,498,970	1,347,073	-
• Cuentas por pagar a proveedores	5,964,007	5,462,470	4,270,151
• Cuentas por pagar a partes relacionadas	250,860	695,191	1,121,616
• Gastos acumulados	1,732,537	1,491,939	1,644,750
Valor razonable con cambios en los resultados:			
• Instrumentos financieros derivados	10	21,237	113

El Consejo de Administración establece y vigila las políticas y procedimientos para medir otros riesgos, los cuales se describen a continuación:

- a. **Administración del riesgo de capital** - La Entidad administra su capital para asegurar que continuará como negocio en marcha, mientras que maximiza el rendimiento a sus accionistas a través de la optimización de los saldos de deuda y capital. La estructura de capital de Grupo Sanborns se conforma de su deuda neta (principalmente préstamos bancarios, certificados bursátiles e intercompañías detallados en las Notas 14, 15 y 20) y capital contable de la Entidad (capital emitido, reservas de capital, utilidades acumuladas y participación no controladora detallados en Nota 18). La estructura de capital de la Entidad no está sujeta a ningún tipo de requerimiento de capital.

Grupo Carso tiene como política mantener una razón de deuda neta no mayor a tres veces EBITDA (Utilidad antes de impuestos más/menos intereses, fluctuaciones cambiarias, efecto de valuación de instrumentos financieros derivados, depreciación y amortización). Ver Nota 26

El índice de endeudamiento neto de la Entidad es el siguiente:

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011
Deuda con instituciones financieras	\$ 2,774,069	\$ 25,861	\$ 2,831,352
Certificados bursátiles	2,498,970	1,347,073	-
Efectivo y equivalentes de efectivo	<u>2,327,855</u>	<u>2,049,562</u>	<u>1,526,317</u>
Deuda neta con instituciones financieras	<u>2,945,184</u>	<u>(676,628)</u>	<u>1,305,035</u>
EBITDA	<u>\$ 5,225,703</u>	<u>\$ 4,916,526</u>	<u>\$ 4,489,486</u>
Índice de endeudamiento neto	<u>0.56</u>	<u>N/A</u>	<u>0.29</u>

- b. **Administración del riesgo de tasa de interés** - La Entidad se encuentra expuesta a riesgos en la tasa de interés debido a que tiene créditos a clientes y deudas financieras que están sostenidas en tasas variables. El riesgo es manejado por la Entidad mediante la adecuada combinación entre tasas fijas y variables, así como con el uso de contratos swap de tasas de interés en relación a la cartera de clientes. Las actividades de cobertura se evalúan regularmente para que se alineen con las tasas de interés y su riesgo relacionado, asegurando que se apliquen las estrategias de cobertura más rentables. Los contratos de cobertura se detallan en la Nota 11.

La exposición de la Entidad por riesgo de tasas de interés se encuentran principalmente en la Tasa de Interés Interbancaria de Equilibrio (TIIE) sobre los pasivos financieros y sobre la cartera de clientes. El análisis de sensibilidad que determina la Entidad se prepara periódicamente con base en la exposición neta a las tasas variables de interés sobre la cartera de clientes y pasivos financieros con costo y se prepara un análisis asumiendo el importe del crédito pendiente al final del periodo.

Si la tasa de interés TIIE tuvieran un incremento o decremento de 100 puntos base en cada periodo que se informa y todas las otras variables hubieran permanecido constantes, la utilidad antes de impuestos por los años terminados el 31 de diciembre de 2012 y 2011 hubieran aumentado (disminuido) en \$31,833 y \$26,424, respectivamente.

- c. **Administración del riesgo cambiario** - La moneda funcional de la Entidad es el peso mexicano, sus operaciones de compra de mercancías en moneda extranjera son menores a un 12% del total de las compras para las cuales se contratan coberturas cambiarias para administrar el riesgo cambiario, cuando se considera conveniente. Los valores en libros de los activos y pasivos monetarios denominados en moneda extranjera a los que la Entidad se encuentra expuesta principalmente, al final del período sobre el que se informa, son los siguientes (cifras en miles):

	Pasivos			Activos		
	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011
Dólares Estadounidenses	42,131	44,756	237,218	41,118	38,096	39,201

La siguiente tabla detalla la sensibilidad de la Entidad a un incremento y decremento de 10% en pesos mexicanos contra el dólar estadounidense. El 10% representa la tasa de sensibilidad utilizada cuando se reporta el riesgo cambiario internamente al personal clave de la gerencia, y representa la evaluación de la administración sobre el posible cambio razonable en los tipos de cambio. El análisis de sensibilidad incluye únicamente las partidas monetarias denominadas en moneda extranjera y ajusta su conversión al final del período con una fluctuación del 10%. El análisis de sensibilidad incluye préstamos externos. Una cifra negativa o positiva, respectivamente, (como se aprecia en el cuadro que sigue) indica un (decremento) o incremento en la utilidad neta que surge de depreciar en un 10% el peso mexicano con respecto al dólar estadounidense (cifras en miles):

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011
Dólares Estadounidenses	(101)	(666)	(19,802)

- d. **Administración del riesgo de crédito** - El riesgo de crédito, se refiere a que la parte acreditada incumpla con sus obligaciones contractuales resultando en una pérdida financiera para la Entidad, y se origina principalmente sobre las cuentas por cobrar a clientes y sobre los fondos líquidos. El riesgo de crédito sobre el efectivo y equivalentes de efectivo e instrumentos financieros derivados, es limitado debido a que las contrapartes son bancos con altas calificaciones de crédito asignadas por agencias calificadoras de crédito. La máxima exposición al riesgo crediticio está representada por su saldo en libros. La Entidad otorga crédito principalmente a clientes en México, previa evaluación de su capacidad crediticia, la cual constantemente evalúa y da seguimiento como corresponde según las políticas de crédito explicadas en la Nota 7. No existen concentraciones de riesgo de crédito en su base de clientes ya que el total de las cuentas por cobrar se encuentran diluidas en más de 1,762,000 clientes, los cuales no representan una concentración de riesgo en lo individual.
- e. **Administración del riesgo de liquidez** - La administración de la Entidad da revisiones de seguimiento al capital de trabajo, lo que permite que la gerencia pueda administrar los requerimientos de financiamiento a corto, mediano y largo plazo de la Entidad, manteniendo reservas de efectivo, disposición de líneas de crédito, monitoreando continuamente los flujos de efectivo (proyectados y reales), conciliando los perfiles de vencimiento de los activos y pasivos financieros.

La siguiente tabla detalla los vencimientos contractuales basadas en la fecha mínima en la cual la Entidad deberá hacer el pago de los pasivos financieros no derivados presentados en el estado de posición financiera. La tabla ha sido diseñada con base en los flujos de efectivo de intereses proyectados no descontados, determinados a tasas futuras así como los pagos a capital de la deuda financiera incluidos en el estado de posición financiera. En la medida en que los intereses sean a tasa variable, el importe no descontado se deriva de las curvas en la tasa de interés al final del periodo sobre el que se informa.

Al 31 de diciembre de 2012	Tasa de interés efectiva promedio Ponderada	3 meses	6 meses	Más de 6 meses y menos de 1 año	Total
Préstamos con instituciones financieras	3.55%	\$ 2,774,069	\$ -	\$ -	\$ 2,774,069
Certificados bursátiles	4.5% y 4.6%	2,498,970	-	-	2,498,970
Cuentas por pagar a proveedores		5,807,111	156,896	-	5,964,007
Instrumentos financieros derivados		10	-	-	10
Cuentas por pagar a partes relacionadas		<u>250,860</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>250,860</u>
Total		\$ 11,331,020	\$ 156,896	\$ -	\$ 11,487,916

Al 31 de diciembre de 2011	Tasa de interés efectiva promedio Ponderada	3 meses	6 meses	Más de 6 meses y menos de 1 año	Total
Préstamos con instituciones financieras	1.52%	\$ 25,861	\$ -	\$ -	\$ 25,861
Certificados bursátiles	4.5% y 4.6%	1,347,073	-	-	1,347,073
Cuentas por pagar a proveedores		5,293,478	168,992	-	5,462,470
Instrumentos financieros derivados		21,237	-	-	21,237
Cuentas por pagar a partes relacionadas		<u>695,191</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>695,191</u>
Total		\$ 7,382,840	\$ 168,992	\$ -	\$ 7,551,832

Al 1 de enero de 2011	Tasa de interés efectiva promedio Ponderada	3 meses	6 meses	Más de 6 meses y menos de 1 año	Total
Préstamos con instituciones financieras	2.36%	\$ 359,932	\$ -	\$ 2,471,420	\$ 2,831,352
Cuentas por pagar a proveedores		4,270,151	-	-	4,270,151
Instrumentos financieros derivados		113	-	-	113
Cuentas por pagar a partes relacionadas		<u>1,121,616</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>1,121,616</u>
Total		\$ 5,751,812	\$ -	\$ 2,471,420	\$ 8,223,232

f. Reclasificación de activos financieros

No hubo reclasificaciones entre categorías de instrumentos durante los períodos presentados

10. Valor razonable de los instrumentos financieros

El valor razonable de los instrumentos financieros que se presentan abajo ha sido determinado por la Entidad usando la información disponible en el mercado u otras técnicas de valuación que requieren de juicio para desarrollar e interpretar las estimaciones de valores razonables, asimismo utiliza supuestos que se basan en las condiciones de mercado existentes a cada una de las fechas del estado de posición financiera. Consecuentemente, los montos estimados que se presentan no necesariamente son indicativos de los montos que la Entidad podría realizar en un intercambio de mercado actual. El uso de diferentes supuestos y/o métodos de estimación podrían tener un efecto material en los montos estimados de valor razonable.

Los instrumentos financieros que se miden luego del reconocimiento inicial al valor razonable, agrupados en Niveles que abarcan del 1 al 3 con base en el grado al cual se observa el valor razonable son:

- Nivel 1 las valuaciones del valor razonable son aquellas derivadas de los precios cotizados (no ajustados) en los mercados activos para pasivos o activos idénticos;

- Nivel 2 las valuaciones del valor razonable son aquellas derivadas de indicadores distintos a los precios cotizados incluidos dentro del Nivel 1 pero que incluyen indicadores que son observables para un activo o pasivo, ya sea directamente a precios cotizados o indirectamente es decir derivados de estos precios; y
- Nivel 3 las valuaciones del valor razonable son aquellas derivadas de las técnicas de valuación que incluyen los indicadores para los activos o pasivos que no se basan en información observable del mercado (indicadores no observables).

Los importes de efectivo y equivalentes de efectivo de la Entidad, así como las cuentas por cobrar y por pagar de terceros y partes relacionadas se aproximan a su valor razonable porque tienen vencimientos a corto plazo.

Para obtener y revelar el valor razonable de la deuda a largo plazo se utilizan los precios de cotización del mercado o las cotizaciones de los operadores para instrumentos similares. Para determinar el valor razonable de los otros instrumentos financieros se utilizan otras técnicas como la de flujos de efectivo estimados, descontando dichos flujos con las tasas que reflejan el riesgo de la contraparte, así como el riesgo de la misma Entidad para el plazo de referencia. El valor razonable de los swaps de tasas de interés se calcula como el valor presente de los flujos netos de efectivo estimados a futuro. El valor razonable de los futuros de divisas se determina utilizando los tipos de cambio futuros cotizados a la fecha del estado de situación financiera.

Los importes en libros de los instrumentos financieros por categoría y sus valores razonables estimados son:

	31 de diciembre de 2012		31 de diciembre de 2011		1 de enero de 2011	
	Valor en Libros	Valor razonable	Valor en Libros	Valor razonable	Valor en Libros	Valor razonable
Activos financieros:						
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 2,327,855	\$ 2,327,855	\$ 2,049,562	\$ 2,049,562	\$ 1,526,317	\$ 1,526,317
Instrumentos disponibles para la venta:						
Instrumentos financieros derivados	-	-	-	-	154,734	154,734
Préstamos y cuentas por cobrar						
Cuentas por cobrar a clientes	8,856,549	9,262,046	8,451,519	8,438,196	8,293,016	8,228,942
Cuentas y documentos por pagar						
Préstamos bancarios incluyendo porción circulante de la deuda a largo plazo	2,774,069	2,774,069	25,861	25,861	2,831,352	2,831,352
Certificados bursátiles	2,498,970	2,499,366	1,347,073	1,343,255	-	-
Cuentas por pagar a proveedores	5,964,007	5,964,007	5,462,470	5,462,470	4,270,151	4,270,151
Cuentas por pagar a partes relacionadas	250,860	250,860	695,191	695,191	1,121,616	1,121,616
Gastos acumulados	1,732,537	1,732,537	1,491,939	1,491,939	1,644,750	1,644,750
Derivados no designados como instrumentos de cobertura:						
Swap de tasa de interés	10	10	21,237	21,237	113	113
Total	<u>\$ (2,036,049)</u>	<u>\$ (1,630,948)</u>	<u>\$ 1,457,310</u>	<u>\$ 1,447,805</u>	<u>\$ 106,085</u>	<u>\$ 42,011</u>

Durante el período no se observaron transferencias entre el Nivel 1, 2 y 3.

11. Instrumentos financieros derivados

La Entidad celebra contratos con instrumentos financieros derivados con objeto de cubrir parcialmente contra los riesgos financieros generados por la exposición a tasas de interés y tipos de cambio. Estos contratos pueden ser clasificados como cobertura contable si cumplen con los criterios de cobertura; de lo contrario, se consideran y contabilizan como una cobertura económica. La decisión de tomar una cobertura económica o financiera, obedece a las condiciones del mercado, a la expectativa que del mismo se tenga a una fecha determinada, y al contexto económico nacional e internacional de los indicadores económicos que influyen en las operaciones de la Entidad.

Las operaciones realizadas con forwards y swaps de divisas y/o tasas de interés, así como los derivados implícitos se resumen a continuación:

Instrumento	Designado como	Nocional		Valuación al 31 de diciembre de 2012		Resultado del ejercicio	Resultado de ejercicios anteriores	(Utilidad) pérdida en liquidación	
		Monto ('000)	Unidad	Vencimiento	Activo (pasivo)				
Forwards dólar	Negociación compra	45,000	Dólares	30-ene-12	\$ -	\$ -	\$ -	\$ (45,134)	
Swaps THIE a fija	Negociación compra	150,000	Pesos	28-feb-13	(10)	10	-	-	
Swaps THIE a fija	Negociación compra	266,667	Pesos	19-sept-12	-	-	-	59	
Total al 31 de diciembre de 2012						<u>\$ (10)</u>	<u>\$ 10</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ (45,075)</u>
Total al 31 de diciembre de 2011						<u>\$ (21,237)</u>	<u>\$ 21,237</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ (191,417)</u>
Total al 1 de enero de 2011						<u>\$ 154,621</u>	<u>\$ 93,855</u>	<u>\$ (248,476)</u>	<u>\$ 57,702</u>

12. Inmuebles, maquinaria y equipo

Los Inmuebles, maquinaria y equipo se integración como sigue:

	Saldo al 31 de diciembre de 2011	Adiciones directas	Bajas por venta a terceros	Trasposos al activo	Saldo al 31 de diciembre de 2012
Inversión:					
Edificios, adaptaciones a locales arrendados y construcciones	\$ 8,765,534	\$ 408,001	(84,535)	-	\$ 9,089,000
Maquinaria y equipo	1,971,254	93,191	(25,629)	-	2,038,816
Mobiliario y equipo	2,976,423	119,712	(33,251)	-	3,062,884
Equipo de transporte	268,788	46,946	(37,579)	-	278,155
Equipo de cómputo	911,517	68,716	(8,899)	-	971,334
Total de la inversión	<u>14,893,516</u>	<u>736,566</u>	<u>(189,893)</u>	<u>-</u>	<u>15,440,189</u>
Depreciación acumulada:					
Edificio, adaptaciones a locales arrendados y construcciones	(3,796,519)	(362,432)	20,802	-	(4,138,149)
Maquinaria y equipo	(1,463,706)	(65,631)	22,330	-	(1,507,007)
Mobiliario y equipo	(1,815,986)	(147,612)	14,018	-	(1,949,580)
Equipo de transporte	(207,754)	(22,578)	33,440	-	(196,892)
Equipo de cómputo	(777,749)	(61,928)	7,814	-	(831,863)
Total de la depreciación acumulada	<u>(8,061,714)</u>	<u>(660,181)</u>	<u>98,404</u>	<u>-</u>	<u>(8,623,491)</u>
Subtotal	6,831,802	76,385	(91,489)	-	6,816,698
Terrenos	1,791,817	-	-	-	1,791,817
Inversión:					
Proyectos en proceso	<u>187,448</u>	<u>12,325</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>199,773</u>
Inversión neta	<u>\$ 8,811,067</u>	<u>\$ 88,710</u>	<u>\$ (91,489)</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ 8,808,288</u>

	1 de enero de 2011	Adiciones directas	Bajas por venta a terceros	Trasposos al activo	Saldo al 31 de diciembre de 2011
Inversión:					
Edificios, adaptaciones a locales arrendados y construcciones	\$ 7,977,812	\$ 551,741	\$ (43,594)	\$ 279,575	\$ 8,765,534
Maquinaria y equipo	1,815,587	324,519	(4,560)	(164,292)	1,971,254
Mobiliario y equipo	2,769,214	83,177	(40,547)	164,579	2,976,423
Equipo de transporte	258,581	32,106	(23,041)	1,142	268,788
Equipo de cómputo	<u>850,418</u>	<u>66,952</u>	<u>(5,853)</u>	<u>-</u>	<u>911,517</u>
Total de la inversión	13,671,612	1,058,495	(117,595)	281,004	14,893,516
Depreciación acumulada:					
Edificio, adaptaciones a locales arrendados y construcciones	(3,465,830)	(335,217)	9,959	(5,431)	(3,796,519)
Maquinaria y equipo	(1,425,754)	(43,070)	4,335	783	(1,463,706)
Mobiliario y equipo	(1,692,134)	(145,598)	11,889	9,857	(1,815,986)
Equipo de transporte	(205,053)	(24,319)	21,519	99	(207,754)
Equipo de cómputo	<u>(708,304)</u>	<u>(66,477)</u>	<u>2,980</u>	<u>(5,948)</u>	<u>(777,749)</u>
Total de la depreciación acumulada	<u>(7,497,075)</u>	<u>(614,681)</u>	<u>50,682</u>	<u>(640)</u>	<u>(8,061,714)</u>
Subtotal	6,174,537	443,814	(66,913)	280,364	6,831,802
Terrenos	2,019,680	18,378	(2,463)	(243,778)	1,791,817
Proyectos en proceso	<u>80,765</u>	<u>148,426</u>	<u>(5,157)</u>	<u>(36,586)</u>	<u>187,448</u>
Inversión neta	<u>\$ 8,274,982</u>	<u>\$ 610,618</u>	<u>\$ (74,533)</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ 8,811,067</u>

13. Propiedades de inversión

La Entidad tiene dos plazas comerciales, Loreto y Cuicuilco ubicadas en la Ciudad de México, sobre las cuales genera ingresos por rentas que se reconocen en resultados conforme se devengan y ascendieron a \$215,305 y \$197,943 por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011, respectivamente.

Los gastos de operación directos incluyendo mantenimientos que provienen de las propiedades de inversión reconocidos en resultados son de aproximadamente 41% y 42% de los ingresos por rentas por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011, respectivamente.

La tabla de abajo detalla los valores de las propiedades de inversión a cada una de las fechas indicadas:

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011
Propiedades de inversión	<u>\$ 1,477,628</u>	<u>\$ 1,477,628</u>	<u>\$ 1,424,216</u>

El movimiento de las propiedades de inversión es el siguiente:

Saldo al 31 de diciembre de 2011	Incremento por valor razonable	Saldo al 31 de diciembre de 2012
<u>\$ 1,477,628</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ 1,477,628</u>
Saldo al 31 de diciembre de 2010	Incremento por valor razonable	Saldo al 31 de diciembre de 2011
<u>\$ 1,424,216</u>	<u>\$ 53,412</u>	<u>\$ 1,477,628</u>

14. Préstamos de instituciones financieras y porción circulante de la deuda a largo plazo

Se integran como sigue:

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011
a. Préstamo sindicado por 200 millones de dólares estadounidenses, con vencimiento del principal en septiembre de 2011, causa intereses a la tasa libor más 0.275 puntos porcentuales, pagaderos trimestralmente	\$ -	\$ -	\$ 2,471,420
b. Préstamos directos con Banco Santander, S. A. contratados el 30 de diciembre del 2010 a un plazo de 90 días y causa interés al 6% anual, pagaderos mensualmente	-	-	300,000
c. Préstamos directos en dólares estadounidenses con Banco Inbursa, S. A. parte relacionada, con vencimiento del principal en enero del 2011 y causan intereses al 2.95% anual, pagaderos mensualmente	-	-	59,932
d. Préstamos directos en dólares estadounidenses con Banco Nacional de México, S. A. con vencimiento del principal en enero del 2012 y causan intereses al 1.52% anual, pagaderos mensualmente	-	25,861	-
e. Préstamos directos en dólares estadounidenses con Banco Inbursa, S.A. con vencimientos del principal en enero del 2013 y causan intereses al 1.50% anual, pagaderos mensualmente.	24,069	-	-
f. Préstamos directos en pesos con Banco Nacional de México, S. A. con vencimiento del principal en enero del 2013 y causan intereses al 4.79% anual, pagaderos mensualmente	100,000	-	-
G Préstamos directos en pesos con BBVA Bancomer, S. A. con vencimiento del principal en enero del 2013 y causan intereses al 4.86% anual, pagaderos mensualmente	1,700,000	-	-

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011
h. Préstamos directos en pesos con Banco Nacional de México, S. A. con vencimiento del principal en enero del 2013 y causan intereses al 4.79% anual, pagaderos mensualmente	<u>950,000</u>	<u>-</u>	<u>-</u>
	<u>\$ 2,774,069</u>	<u>\$ 25,861</u>	<u>\$ 2,831,352</u>

El contrato del préstamo sindicado establecía obligaciones de hacer y no hacer para Grupo Carso, S.A.B. de C.V. como garante del crédito; adicionalmente, requería que con base en los estados financieros consolidados se mantuvieran determinadas razones y proporciones financieras que fueron cumplidas por la Entidad.

15. Certificados Bursátiles

La Entidad a través de su subsidiaria Sears Operadora de México, S.A. de C.V. emitió el 19 de mayo de 2011 bajo un programa de dos años, certificados bursátiles en pesos, sin garantía específica a tasa de interés a descuento que fluctúa entre el 4.5% y 4.6%, con vencimientos a 28 días revocables, hasta por un importe de \$2,500,000. Al 31 de diciembre de 2012, el saldo dispuesto ascendió a \$2,500,000 con vencimiento el 2 de enero de 2013.

Los certificados bursátiles, contienen obligaciones de hacer y no hacer, las cuales se han cumplido a la fecha.

16. Provisiones

Las provisiones representan contingencias laborales, de comercio exterior, agua y otras que surgen en el periodo o periodos anteriores. Los montos finales a ser pagados así como el calendario de las salidas de los recursos económicos, conllevan una incertidumbre por lo que podrían variar. Los movimientos en las provisiones se presentan a continuación:

	31 de diciembre 2012	31 de diciembre 2011
Saldo inicial	\$ 74,708	\$ 61,551
Adiciones	16,181	16,241
Cancelaciones y aplicaciones	<u>(4,438)</u>	<u>(3,084)</u>
Saldo final	<u>\$ 86,451</u>	<u>\$ 74,708</u>

17. Beneficios a los empleados al retiro

La Entidad tiene planes para pagos por jubilación, muerte o invalidez total a su personal no sindicalizado en la mayoría de sus subsidiarias, y para pagos por prima de antigüedad para todo su personal, de acuerdo con lo estipulado en los contratos de trabajo. El pasivo relativo y el costo anual de beneficios se calculan por actuario independiente conforme a las bases definidas en los planes, utilizando el método de crédito unitario. Los valores presentes de estas obligaciones y las tasas utilizadas para su cálculo son:

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011
Obligación por beneficios adquiridos	\$ (249,136)	\$ (247,642)
Obligación por beneficios no adquiridos	(937,013)	(778,272)
Obligación por beneficios definidos	<u>(1,186,149)</u>	<u>(1,025,914)</u>
Valor razonable de los activos del plan	<u>1,922,680</u>	<u>1,857,980</u>
Activo neto proyectado	<u>\$ 736,531</u>	<u>\$ 832,066</u>
Aportaciones al fondo	<u>\$ 34,000</u>	<u>\$ 33,000</u>

Tasas nominales utilizadas en los cálculos actuariales:

	31 de diciembre de 2012 %	31 de diciembre de 2011 %
Descuento de las obligaciones por beneficios proyectados a su valor presente	7.00	7.13
Incremento de sueldos	4.00	4.74
Tasa de rendimiento esperada de activos del plan	7.65	7.33

El costo neto del periodo se integra como sigue:

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011
Costo del servicio actual	\$ 53,146	\$ 53,365
Costo de servicios pasados	2,110	8,167
Costo financiero	74,448	74,052
Rendimiento esperado de los activos del plan	(138,973)	(135,301)
Efecto de reducción y liquidación distinta a reestructuración	<u>(1,020)</u>	<u>(24,958)</u>
Ingreso neto del periodo	<u>\$ (10,289)</u>	<u>\$ (24,675)</u>

Cambios en el valor presente de la obligación por beneficios definidos:

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011
Cambios en el valor presente de la obligación por beneficios definidos al 1 de enero	\$ 1,025,917	\$ 1,015,959
Costo de servicio actual	53,146	53,365
Costo de servicios pasados	2,110	8,167
Costo financiero	74,448	74,052
Pérdida (Ganancia) actuarial sobre la obligación	73,330	(84,377)
Trasposos de Personal	307	-
Beneficios pagados	(42,089)	(16,294)
Efecto de reducción y liquidación distinta a reestructuración	<u>(1,020)</u>	<u>(24,958)</u>
Valor presente de la obligación por beneficios definidos	<u>\$ 1,186,149</u>	<u>\$ 1,025,914</u>

Cambios en el valor presente de los activos del plan en el ejercicio corriente:

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011
Valor razonable inicial de los activos del plan	\$ 1,862,698	\$ 1,774,918
Rendimiento esperado sobre los activos del plan	138,973	135,301
Pérdidas actuariales	(71,209)	(68,945)
Aportaciones efectuadas por la Entidad	34,000	33,000
Trasposos de Personal	307	-
Beneficios pagados	<u>(42,089)</u>	<u>(16,294)</u>
Valor razonable final de los activos del plan	<u>\$ 1,922,680</u>	<u>\$ 1,857,980</u>

Las principales categorías de las inversiones son:

	Valor razonable de los activos del plan al 31 de diciembre de 2012	Valor razonable de los activos del plan al 31 de diciembre de 2011
Instrumentos de capital	\$ 958,217	\$ 1,034,734
Instrumentos de deuda	\$ 964,463	\$ 823,246

La tasa general esperada de rendimiento representa un promedio ponderado de los rendimientos esperados de las diversas categorías de los activos del plan. La evaluación de los directores sobre los rendimientos esperados se basa en las tendencias de rendimiento históricas y las predicciones de los analistas del mercado para el rendimiento de los activos durante la vida de la obligación relacionada.

18. Capital contable

- a. El capital social suscrito y pagado a valor nominal de Grupo Sanborns al 31 de diciembre de 2012, 31 de diciembre y 1 de enero de 2011 se integra como sigue:

	Número de acciones	Importe
Capital social histórico Serie B1	<u>974,845,882</u>	<u>\$ 1,153,102</u>

El capital social está integrado por acciones ordinarias, nominativas y sin expresión de valor nominal. Las acciones de la Serie B1 representan el capital social fijo y las acciones de la Serie B2 representan el capital social variable, las cuales son de libre suscripción y podrá ser ilimitado

- b. En Asamblea General Ordinaria de Accionistas de Grupo Sanborns celebrada el 26 de abril de 2012 se decretó el pago de dividendos por \$1,200,000, los cuales fueron pagados el día 30 de abril de 2012. Así mismo en Asamblea General Ordinaria de Accionistas de Grupo Sanborns celebrada el 20 de noviembre de 2012 se decretó el pago de dividendos por \$ 4,700,000, los cuales fueron pagados el 21 de noviembre de 2012.
- c. Las utilidades retenidas incluyen la reserva legal. De acuerdo con la Ley General de Sociedades Mercantiles, de las utilidades netas del ejercicio debe separarse un 5% como mínimo para formar la reserva legal, hasta que su importe ascienda al 20% del capital social a valor nominal. La reserva legal puede capitalizarse, pero no debe repartirse a menos que se disuelva la sociedad, y debe ser reconstituida cuando disminuya por cualquier motivo. Al 31 de diciembre de 2012, 31 de diciembre de 2011 y al 1 de enero de 2011 la reserva legal a valor nominal de la Entidad asciende a \$256,569.

- d. La distribución del capital contable, excepto por los importes actualizados del capital social aportado y de las utilidades retenidas fiscales, causará el ISR a cargo de la Entidad a la tasa vigente al momento de la distribución. El impuesto que se pague por dicha distribución, se podrá acreditar contra el ISR del ejercicio en el que se pague el impuesto sobre dividendos y en los dos ejercicios inmediatos siguientes, contra el impuesto del ejercicio y los pagos provisionales de los mismos.
- e. Los saldos de las cuentas fiscales del capital contable son:

	2012	2011	1 de enero de 2011
Cuenta de capital de aportación	\$ 3,834,764	\$ 3,702,793	\$ 3,567,035
Cuenta de utilidad fiscal neta consolidada	<u>10,508,079</u>	<u>7,875,751</u>	<u>7,561,788</u>
Total	<u>\$ 14,342,843</u>	<u>\$ 11,578,544</u>	<u>\$ 11,128,823</u>

19. Saldos y transacciones en moneda extranjera

Al 31 de diciembre de 2012, 31 de diciembre y 1 de enero de 2011, los activos, pasivos y operaciones en moneda extranjeras distintas a las monedas funcionales de cada unidad reportada, convertidos a dólares americanos, son los siguientes:

	Miles de dólares americanos		
	2012	2011	1 de enero de 2011
Activo circulante	41,118	38,096	39,201
Pasivo circulante	<u>42,131</u>	<u>44,756</u>	<u>237,218</u>
Posición (pasiva) activa, neta	<u>(1,013)</u>	<u>(6,660)</u>	<u>(198,017)</u>

Las principales operaciones realizadas por las compañías en moneda extranjera, exceptuando compra de maquinaria y equipo son:

	Miles de dólares americanos	
	2012	2011
Ventas	33,101	31,678
Intereses pagados	(29)	(816)
Compras	(9,259)	(33,724)
Compras de importación	(116,672)	(81,312)
Mantenimiento de equipo	(2,462)	(2,908)
Servicios	(10,607)	(18,254)
Dividendos	(3,446)	-
Regalías	(15,097)	(15,149)
Rentas pagadas	(2,694)	(2,710)
Cartas de crédito	<u>(356)</u>	<u>(502)</u>
Neto	<u>(127,521)</u>	<u>(123,697)</u>

Los tipos de cambio del dólar estadounidense vigentes a la fecha de los estados financieros y a la fecha del informe de revisión de los auditores independientes fueron como sigue:

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011	15 de marzo de 2013
Dólar estadounidense	\$ 13.0101	\$ 13.9787	\$ 12.3571	\$ 12.4545

20. Saldos y transacciones con partes relacionadas

a. Los saldos por cobrar y pagar a partes relacionadas son:

	31 de diciembre 2012	31 de diciembre 2011	1 de enero de 2011
Por cobrar-			
Grupo Técnico de Servicios Telvista, S. A. de C. V.	\$ 3,621	\$ 2,688	\$ 2,866
Promotora del Desarrollo de América Latina, S. A. de C. V.	1,838	484	274
Nacional de Conductores Eléctricos, S.A. de C.V.	1,757	-	-
Inmobiliaria Carso, S.A. de C.V.	1,241	60	-
Administradora y Operadora de Estacionamientos, S.A. de C.V.	1,067	-	-
Imsalmar	693	259	-
Banco Inbursa, S.A.	-	-	548
Otros	<u>6,531</u>	<u>4,944</u>	<u>2,924</u>
	<u>\$ 16,748</u>	<u>\$ 8,435</u>	<u>\$ 6,612</u>
Por pagar-			
Radiomóvil Dipsa, S. A. de C. V.	\$ 64,738	\$ 86,738	\$ 46,797
Inmuebles Strom, S. A. de C. V.	29,649	76,526	-
Dorians Tijuana, S. A. de C. V.	2,550	470,984	-
Sears Brands Management Corporation	76,875	-	-
América Móvil, S.A. de C.V.	13,278	133	-
Teléfonos de México, S. A. B. de C. V.	4,896	6,346	3,791
Philip Morris México, S. A. de C. V.	6,976	8,685	22,569
Inmose, S. A. de C. V.	13,506	7,644	-
Distribuidora Telcel, S. A. de C. V.	3,288	2,816	29,397
Consortio Red Uno, S. A. de C. V.	3,618	447	4,236
Bajasur, S. A. de C. V.	5,909	5,633	-
Seguros Inbursa, S. A. de C. V.	5,746	5,291	-
Operadora Mercantil, S. A. de C. V.	2,265	3,262	3,752

	31 de diciembre 2012	31 de diciembre 2011	1 de enero de 2011
Desarrollos Sagesco, S. A. de C. V.	5,754	3,404	-
Bienes Raíces de Acapulco, S. A. de C. V.	856	6,839	-
Patrimonial Inbursa, S.A. de C.V.	186	-	(1) 921,252
Fianzas Guardiania Inbursa, S.A. de C.V.	85	772	89,102
Otras	<u>10,685</u>	<u>9,671</u>	<u>720</u>
	<u>\$ 250,860</u>	<u>\$ 695,191</u>	<u>\$ 1,121,616</u>

(1) Préstamo en moneda nacional, sin garantía específica con vencimiento el 19 de enero de 2011, devengaba intereses a la tasa del 5.9%.

b. Las transacciones con partes relacionadas efectuadas en el curso normal de sus operaciones, fueron como sigue:

	2012	2011
Ventas-		
Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.	\$ 52,250	\$ 37,576
Seguros Inbursa, S.A.	28,439	23,150
Grupo Técnico de Servicios, S.A. de C. V.	23,717	22,459
Banco Inbursa, S.A.	14,615	5,532
Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.	12,834	25,589
Inversora Bursátil, S.A. de C.V.	7,857	7,897
Nacobre Servicios Administrativos, S.A. de C.V.	6,612	2,322
Promotora del Desarrollo de América Latina, S.A. de C.V.	2,334	5,992
Nacional de Cobre, S.A. de C.V.	1,296	5,741
Ventas (otros)	<u>60,847</u>	<u>28,983</u>
Total	<u>\$ 210,801</u>	<u>\$ 165,241</u>
Intereses cobrados	<u>\$ -</u>	<u>\$ 3,106</u>
Ingresos por arrendamientos-		
Administradora y Operadora de Estacionamientos Ideal, S.A. de C.V.	\$ 13,927	\$ 5,614
Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.	12,701	11,080
Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.	8,583	7,256
Microm, S.A. de C.V.	5,271	4,732
Banco Inbursa, S.A.	4,463	2,766
Ingresos por arrendamientos (otros)	<u>1,214</u>	<u>147</u>
Total	<u>\$ 46,159</u>	<u>\$ 31,595</u>

	2012	2011
Ingresos por servicios-		
Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.	\$ 115,164	\$ 92,200
Patrimonial Inbursa, S.A.	13,209	13,059
América Móvil, S.A.B. de C.V.	9,958	-
Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.	8,650	9,835
Banco Inbursa, S.A.	8,195	12,525
Seguros Inbursa, S.A.	3,577	1,226
Promotora de Desarrollo de América Latina	3,136	-
Ingresos por servicios (otros)	<u>6,613</u>	<u>6,487</u>
Total	<u>\$ 168,502</u>	<u>\$ 135,332</u>
Ingresos por venta de activo fijo	<u>\$ 1,049</u>	<u>\$ 2,656</u>
	2012	2011
Compras de inventarios-		
Radiomóvil Dipsa, S.A. de C.V.	\$ (1,146,044)	\$ (1,077,253)
Sears Brands Management Corporation	(210,126)	(182,808)
Phillips Morris de México, S.A. de C.V.	(125,780)	(129,080)
América Móvil, S.A. de C.V.	(319,185)	(323,108)
Compras de inventarios (otros)	<u>(54,634)</u>	<u>(73,689)</u>
Total	<u>\$ (1,855,769)</u>	<u>\$ (1,785,938)</u>
Gastos por seguros	<u>\$ (40,234)</u>	<u>\$ (21,517)</u>
Gastos por arrendamientos-		
Inmuebles Srom, S.A. de C.V.	\$ (150,031)	\$ (149,141)
Inmose, S.A. de C.V.	(69,460)	(63,317)
Inmuebles General, S.A. de C.V.	(59,410)	(51,373)
Bienes Raíces de Acapulco, S.A. de C.V.	(49,477)	(41,715)
Desarrollos Sagesco, S.A. de C.V.	(29,842)	(24,892)
Bajasur, S.A. de C.V.	(24,561)	(28,782)
Gastos por arrendamientos (otros)	<u>(92,029)</u>	<u>(75,137)</u>
Total	<u>\$ (474,810)</u>	<u>\$ (434,357)</u>
Gastos por intereses	<u>\$ (6,065)</u>	<u>\$ (14,123)</u>
Gastos por servicios-		
Teléfonos de México, S.A.B. de C.V.	\$ (197,548)	\$ (300,589)
Sears Brands Management Corporation	(211,388)	(193,876)
Banco Inbursa, S.A.	(10,994)	(28,025)
Editorial Contenido, S.A. de C.V.	(15,828)	(8,560)
Seguros Inbursa, S.A.	(5,664)	(25,085)
Gastos por servicios (otros)	<u>(34,675)</u>	<u>(29,666)</u>
Total	<u>\$ (476,097)</u>	<u>\$ (585,801)</u>
Otros gastos, neto	<u>\$ (92,643)</u>	<u>\$ (58,598)</u>
Compras de activo fijo	<u>\$ (36,604)</u>	<u>\$ (96,148)</u>

c. Compensación del personal clave de la administración

La compensación a la administración y otros miembros clave de la administración durante el año fue la siguiente:

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011
Beneficios a corto plazo	\$ 53,150	\$ 82,127
Planes de beneficios definidos	\$ 113,139	\$ 97,458

21. Otros (ingresos) gastos

	2012	2011
Cancelación de beneficios de programas de lealtad	\$ (40,149)	\$ -
Regalías	(7,560)	(1,917)
Plusvalía de las propiedades de inversión	-	(53,413)
Venta de materiales y desperdicios	(98,914)	(92,419)
Pérdida en venta de inmuebles, maquinaria y equipo, neto	58,885	30,443
Otros, neto	<u>(4,551)</u>	<u>(6,763)</u>
	<u>\$ (92,289)</u>	<u>\$ (124,069)</u>

22. Costos y gastos por naturaleza

Concepto	2012			
	Costo de ventas	Gastos de venta y desarrollo	Gastos de administración	Total Gastos
Sueldos y salarios	\$ 6,654	\$ 2,449,742	\$ 520,449	\$ 2,976,845
Mercancías	23,682,402	-	-	23,682,402
Regalías	-	217,972	3,303	221,275
Publicidad	1,444	354,209	431	356,084
Seguros	2,824	73,056	3,364	79,244
Beneficios a empleados	19	1,872,481	252,447	2,124,947
Arrendamiento	-	1,104,426	51,614	1,156,040
Luz	-	635,758	6,692	642,450
Mantenimiento	2,821	375,572	41,327	419,720
Seguridad y vigilancia	-	107,277	5,457	112,734
Accesorios y útiles de limpieza	-	216,558	1,012	217,570
Abastecimientos	-	97,966	29,193	127,159
Recolección de valores	-	60,601	-	60,601
Agua	-	103,032	1,298	104,330
Impuestos y derechos	122	63,418	20,899	84,439
Combustible	9,144	95,071	98	104,313
Fletes	2,265	98,399	1,029	101,693
PTU	-	106,347	-	106,347
Gastos de expansión	-	-	109,296	109,296
Teléfono	-	52,217	60,198	112,415
Mensajería	-	9,145	61,500	70,645
Gastos de Viaje	3,571	104,696	25,551	133,818
Otros	<u>79,856</u>	<u>446,988</u>	<u>646,662</u>	<u>1,173,506</u>
	23,791,122	8,644,931	1,841,820	34,277,873
Depreciación	<u>27,645</u>	<u>604,476</u>	<u>28,060</u>	<u>660,181</u>
	<u>\$ 23,818,767</u>	<u>\$ 9,249,407</u>	<u>\$ 1,869,880</u>	<u>\$ 34,938,054</u>

Concepto	2011			
	Costo de ventas	Gastos de venta y desarrollo	Gastos de administración	Total Gastos
Sueldos y salarios	\$ 6,940	\$ 2,276,090	\$ 500,388	\$ 2,783,418
Mercancías	21,660,846	-	-	21,660,846
Regalías	-	193,876	-	193,876
Publicidad	1,716	320,881	16	322,613
Seguros	3,058	72,356	5,166	80,580
Beneficios a empleados	-	1,747,692	242,403	1,990,095
Arrendamiento	-	997,659	55,661	1,053,320
Luz	-	597,831	9,375	607,206
Mantenimiento	-	347,300	37,717	385,017
Seguridad y vigilancia	-	101,905	5,488	107,393
Accesorios y útiles de limpieza	-	140,415	-	140,415
Abastecimientos	-	89,559	17,622	107,181
Recolección de valores	-	65,470	-	65,470
Agua	-	99,915	2,098	102,013
Impuestos y derechos	-	64,568	22,901	87,469
Combustible	-	89,047	197	89,244
Fletes	-	90,109	878	90,987
PTU	-	96,375	-	96,375
Gastos de expansión	-	62,644	74,257	136,901
Teléfono	-	42,194	57,921	100,115
Mensajería	-	5,010	56,656	61,666
Gastos de viaje	-	74,287	25,162	99,449
Otros	<u>70,211</u>	<u>427,192</u>	<u>764,448</u>	<u>1,261,851</u>
	21,742,771	8,002,375	1,878,354	31,623,500
Depreciación	<u>31,141</u>	<u>559,268</u>	<u>24,272</u>	<u>614,681</u>
	<u>\$ 21,773,912</u>	<u>\$ 8,561,643</u>	<u>\$ 1,902,626</u>	<u>\$ 32,238,181</u>

23. Impuestos a la utilidad

El ISR se basa en la utilidad fiscal; la cual difiere de la ganancia reportada en el estado consolidado de utilidad integral, debido a las partidas de ingresos o gastos gravables o deducibles en otros años y partidas que nunca son gravables o deducibles. El pasivo por concepto de impuesto causado se calcula utilizando las tasas fiscales promulgadas o substancialmente aprobadas al final del periodo sobre el cual se informa por los países en donde se ubica la Entidad y sus subsidiarias.

La Entidad está sujeta al ISR y al IETU.

ISR - La tasa es del 30% a partir del 2010 hasta 2012. En 2013 disminuye al 29% y al 28% a partir de 2014. La Entidad causa el ISR en forma consolidada con Grupo Carso, S.A.B. de C.V.

IETU - Tanto los ingresos como las deducciones y ciertos créditos fiscales se determinan con base en flujos de efectivo de cada ejercicio. A partir de 2010 la tasa es 17.5%. Adicionalmente, a diferencia del ISR, el IETU se causa en forma individual por la controladora y sus subsidiarias.

El impuesto a la utilidad causado es el que resulta mayor entre el ISR y el IETU.

Con base en proyecciones financieras, la Entidad identificó que principalmente pagará ISR, por lo tanto, sólo se reconoció el ISR diferido. Al 31 de diciembre de 2012 y 31 de diciembre de 2011 ni la Entidad ni sus subsidiarias causaron IETU.

- a. Los impuestos a la utilidad se integran de la siguiente manera:

	2012	2011
ISR:		
Causado	\$ 1,602,693	\$ 1,274,274
Diferido	<u>(278,113)</u>	<u>(10,319)</u>
	<u>\$ 1,324,580</u>	<u>\$ 1,263,955</u>

- b. Los principales conceptos que originan el saldo del pasivo por impuesto sobre la renta diferido al 31 de diciembre de 2012, 31 de diciembre 2011 y 1 de enero de 2011, son:

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011	1 de enero de 2011
Impuesto sobre la renta diferido (activo) pasivo:			
Inmuebles, maquinaria y equipo	\$ 1,566,141	\$ 1,377,644	\$ 1,432,877
Inventarios	126,317	228,516	257,934
Cuentas por cobrar por ventas en abonos	276,560	340,948	389,160
Estimaciones de activo y reservas de pasivo	(716,230)	(695,705)	(632,804)
Beneficios a los empleados	220,959	241,299	220,098
Otros	<u>(64,270)</u>	<u>(41,305)</u>	<u>(132,219)</u>
ISR diferido de diferencias temporales	1,409,477	1,451,397	1,535,046
Pérdidas fiscales por amortizar	(37,130)	(44,200)	(57,715)
Impuesto al activo por recuperar	(900)	(987)	(987)
Efecto en modificación de tasa	<u>(210,254)</u>	<u>36,640</u>	<u>(11,828)</u>
Total del pasivo por impuestos a la utilidad diferidos	<u>\$ 1,161,193</u>	<u>\$ 1,442,850</u>	<u>\$ 1,464,516</u>

- c. Los movimientos del pasivo de impuestos diferidos en el ejercicio son como sigue:

	2012	2011
Saldo inicial	\$ 1,442,850	\$ 1,464,516
Impuesto sobre la renta aplicado a resultados	(278,113)	(10,319)
Otros	<u>(3,544)</u>	<u>(11,347)</u>
	<u>\$ 1,161,193</u>	<u>\$ 1,442,850</u>

- d. Los impuestos a la utilidad y la conciliación de la tasa legal y la tasa efectiva expresadas como un porcentaje de la utilidad antes de impuestos a la utilidad, es como sigue:

	2012	2011
	%	%
Tasa legal	30	30
Más (menos) efectos de diferencias permanentes -		
Gastos no deducibles	1	1
Efectos de inflación	<u>(2)</u>	<u>(1)</u>
Tasa efectiva	<u>29</u>	<u>30</u>

- e. Los beneficios de las pérdidas fiscales actualizadas pendientes de amortizar por los que ya se ha reconocido el activo por ISR diferido pueden recuperarse cumpliendo con ciertos requisitos. Los años de vencimiento de las pérdidas fiscales, de las entidades individuales, y sus montos actualizados al 31 de diciembre de 2012 son:

Año de Vencimiento	Pérdidas Amortizables
2016	\$ 312
2017	286
2018	82,912
2019	722
2020 y posteriores	<u>39,533</u>
	<u>\$ 123,765</u>

24. Compromisos

- a. Al 31 de diciembre de 2012, se tienen contratos celebrados con proveedores para la remodelación y construcción de algunas de sus tiendas. El monto de los compromisos contraídos por este concepto, asciende aproximadamente a \$1,150,790.
- b. Asimismo, al 31 de diciembre de 2012, la Entidad y sus subsidiarias tienen celebrados contratos de arrendamiento en 302 de sus tiendas (Sears, Saks, Sanborn Hermanos, Sanborn's - Café, Mix-Up, Discolandia, I Shop, Comercializadora Dax, Corpti y Sanborns Panamá). Los contratos de dichos arrendamientos son por plazos forzosos de 1 a 20 años. El importe del gasto por rentas por los años que terminaron el 31 de diciembre de 2012 y 2011 fue de \$1,200,031 y 1,110,631, respectivamente; asimismo, la Entidad y sus subsidiarias como arrendatarias tienen contratos cuyos plazos fluctúan de 1 a 15 años y el importe de ingresos por rentas por los años que terminaron al 31 de diciembre de 2012 y 2011 fue de \$242,839 y \$219,272, respectivamente.
- El monto de las rentas por pagar de acuerdo a su fecha de vencimiento ascienden a:

Vencimiento	31 de diciembre de 2012
1 año	\$ 289,984
1 a 5 años	1,214,782
Más de 5 años	<u>2,055,020</u>
	<u>\$ 3,559,786</u>

- El monto de las rentas por cobrar de acuerdo a su fecha de vencimiento ascienden a:

Vencimiento	31 de diciembre de 2012
1 año	\$ 14,410
1 a 5 años	115,728
Más de 5 años	<u>138,031</u>
	<u>\$ 268,169</u>

- c. En diciembre de 2010, Sears Operadora México, S.A. de C.V. (antes Sears Roebuck de México, S.A. de C.V.) (Sears) y Sears Roebuck and Co. (Sears EUA), firmaron un convenio, mediante el cual han decidido prorrogar en los mismos términos en que actualmente se encuentra, el Contrato de Licencia de Uso de Marcas y los contratos de Ventas de Mercancía y Asesoría que rigen la relación comercial entre ellas, el cual prevé el pago de Sears del 1% a Sears EUA sobre los ingresos por venta de mercancía, a través del cual se le permite la utilización del nombre de Sears tanto en su razón social como en sus tiendas, así como la explotación de las marcas propiedad de Sears Roebuck and Co. El acuerdo estará vigente hasta el 30 de septiembre de 2019, pero contempla la existencia de una prórroga de siete años adicionales en iguales condiciones, salvo que alguna decida no prorrogarlo, notificando a la otra parte con dos años de anticipación.
- d. A través de un acuerdo suscrito el 12 de septiembre de 2006, la Entidad celebró un contrato para el pago de consultoría y de licencia de uso de marcas, por un plazo inicial de 15 años con opción de renovación por 10 años más, el cual prevé el pago mínimo anual de US\$500, a través del cual se le permite la utilización del nombre de Saks Fifth Avenue tanto en su razón social como en sus tiendas.

25. Contingencias

A la fecha de los presentes estados financieros la Entidad tiene procedimientos judiciales en trámite ante las autoridades competentes por diversos motivos, principalmente por contribuciones de comercio exterior, para la recuperación de cuentas por cobrar y de carácter laboral.

El monto estimado de estos juicios al 31 de diciembre de 2012 equivale a \$873,506, de las cuales existe un pasivo registrado por \$112,700 el cual se incluye en otros pasivos en los estados consolidados de situación financiera. La Entidad ha erogado por este concepto durante el ejercicio 2012 una cantidad aproximada de \$22,100. Mientras que los resultados de estos procedimientos legales no se puedan predecir con certeza, la administración de la Entidad, no cree que exista ningún procedimiento legal que termine en fallos desfavorables para la Entidad, y que tenga un efecto adverso en su situación financiera o resultados de operación.

26. Información por segmentos

La información por segmentos operativos se presenta con base en el enfoque gerencial y adicionalmente, se presenta información general y por área geográfica.

a. Información analítica por segmento operativo:

	2012				
	Sears y Boutiques	Sanborns	Mixup y Ishop	Otros y eliminaciones	Total consolidado
Ingresos totales	\$ 20,382,975	\$ 12,535,064	\$ 4,281,425	\$ 2,211,823	39,411,287
EBITDA (1)	2,781,301	1,174,955	262,918	1,006,529	5,225,703
Utilidad integral consolidada del año	1,709,639	545,442	150,323	758,771	3,164,175
Ingresos por intereses	29,209	106,035	11,440	53,158	199,842
Gasto por intereses	119,083	97,466	2,969	(21,278)	198,240
Depreciación	277,666	280,884	56,149	45,482	660,181
Impuestos a la utilidad	694,955	260,403	84,832	284,390	1,324,580
Activo total	16,011,165	8,723,285	2,079,309	4,387,758	31,201,517
Pasivo circulante	8,515,884	4,040,131	1,248,962	1,006,557	14,811,534
Pasivo a largo plazo	488,289	368,674	20,476	283,754	1,161,193
Pasivo total	9,004,173	4,408,805	1,269,201	1,290,548	15,972,727
Inversiones en activos productivos	391,004	267,711	21,539	68,637	748,891

	2011				
	Sears y Boutiques	Sanborns	Mixup y Ishop	Otros y eliminaciones	Total consolidado
Ingresos totales	\$ 18,753,753	\$ 11,858,017	\$ 3,664,282	\$ 2,139,905	36,415,957
EBITDA (1)	2,657,084	1,103,762	174,732	980,948	4,916,526
Utilidad integral consolidada del año	1,554,899	622,221	76,943	650,297	2,904,360
Ingresos por intereses	4,129	121,972	8,934	42,976	178,011
Gasto por intereses	88,827	108,979	3,003	(858)	199,951
Depreciación	244,753	272,644	51,555	45,729	614,681
Impuestos a la utilidad	719,040	237,938	76,174	230,803	1,263,955
Activo total	15,462,223	8,927,231	1,632,582	3,933,982	29,956,018
Pasivo circulante	6,837,819	3,208,478	906,243	(831,792)	10,120,748
Pasivo a largo plazo	662,024	445,463	18,170	317,193	1,442,850
Pasivo total	7,499,483	3,653,941	924,413	(514,239)	11,563,598
Inversiones en activos productivos	662,548	424,599	26,066	112,086	1,225,299

(1) Conciliación del EBITDA

	31 de diciembre de 2012	31 de diciembre de 2011
Utilidad antes de impuestos a la utilidad	\$ 4,622,478	\$ 4,215,136
Depreciación	660,181	614,681
Ingresos por intereses	(199,842)	(178,011)
Gastos por intereses	198,240	199,951
(Ganancia) pérdida cambiaria, neta	(10,220)	57,441
Efecto de valuación de instrumentos financieros derivados	<u>(45,134)</u>	<u>7,328</u>
EBITDA	<u>\$ 5,225,703</u>	<u>\$ 4,916,526</u>

b. Información general de segmentos por área geográfica:

La Entidad opera en diferentes zonas geográficas y cuenta con canales de distribución en México y Centroamérica, a través de sus oficinas comerciales o representantes.

La distribución de sus ventas es la siguiente:

	Al 31 de Diciembre de 2012	%	Al 31 de diciembre de 2011	%
México	\$ 38,976,388	98.90	\$ 36,015,839	98.90
El Salvador	324,356	0.82	302,952	0.83
Panamá	<u>110,543</u>	<u>0.28</u>	<u>97,166</u>	<u>0.27</u>
	<u>\$ 39,411,287</u>	<u>100.00</u>	<u>\$ 36,415,957</u>	<u>100.00</u>

27. Explicación de la transición a IFRS

Como se menciona en la nota 2, los estados financieros consolidados que emitirá la Entidad por el año que terminará el 31 de diciembre de 2012 son los primeros estados financieros que cumplen con las IFRS. La fecha de transición a las IFRS es el 1 de enero de 2011. En la preparación de los primeros estados financieros bajo IFRS, se han aplicado las reglas de transición a las cifras reportadas previamente de conformidad con NIF. Como se describe en la nota 2 a los estados financieros, la Entidad ha aplicado las excepciones obligatorias y ha elegido ciertas opciones de adopción por primera vez de conformidad con la IFRS 1. Las siguientes conciliaciones proporcionan la cuantificación de los efectos y el impacto en el capital contable a la fecha de transición del 1 de enero de 2011 y también al 31 de diciembre de 2011, y en la utilidad integral por el año de transición que terminó el 31 de diciembre de 2011.

	Al 1 de enero de 2011				Al 31 de diciembre de 2011			
	1 de enero de 2011 NIF	Efecto de transición a IFRS	Reclasificaciones	Balance IFRS	31 de diciembre 2011 NIF	Efecto de transición a IFRS	Reclasificaciones	IFRS
Activo								
Activo circulante:								
Efectivo y equivalentes de efectivo	\$ 516,356	\$ -	\$ 1,009,961	a. \$ 1,526,317	\$ 745,103	\$ -	\$ 1,304,459	a. \$ 2,049,562
Inversiones en valores con fines de negociación	1,009,961	-	(1,009,961)	a. -	1,304,459	-	(1,304,459)	a. -
Cuentas y documentos por cobrar, Neto	8,697,800	j. (404,784)	-	8,293,016	8,891,022	j. (439,503)	-	8,451,519
Inventarios, Neto	7,141,614	j. (4,776)	1,506	b. 7,138,344	8,119,045	j. 36,457	2	8,155,504
Pagos anticipados	79,575	-	(1,506)	b. 78,069	62,413	k. (2,927)	-	59,486
Instrumentos financieros derivados	154,734	-	-	154,734	-	-	-	-
Total de activos circulantes	17,600,040	(409,560)	-	17,190,480	19,122,042	(405,973)	2	18,716,071
Cuentas por cobrar a largo plazo	92,000	-	-	92,000	80,500	-	-	80,500
Inmuebles, maquinaria y equipo, Neto	9,359,218	h. i. (1,084,236)	-	8,274,982	9,975,672	h. i. (1,164,605)	-	8,811,067
Propiedades de inversión	-	h. 1,424,216	-	1,424,216	-	h. 1,477,628	-	1,477,628
Inversión en acciones de asociadas	1,319	-	-	1,319	1,319	-	-	1,319
Beneficios a los empleados	380,058	g. 378,901	-	758,959	431,076	g. 403,995	(3,005)	c. 832,066
Otros activos, Neto	27,049	-	-	27,049	37,109	(2,747)	3,005	c. 37,367
Total de activos no circulantes	9,859,644	718,881	-	10,578,525	10,525,676	714,271	-	11,239,947
Total de activos	\$ 27,459,684	\$ 309,321	\$ -	\$ 27,769,005	\$ 29,647,718	\$ 308,298	\$ 2	\$ 29,956,018
Pasivo y capital contable								
Pasivo circulante:								
Préstamos bancarios y porción circulante de la deuda a largo plazo	\$ 2,831,352	\$ -	\$ -	d. \$ 2,831,352	\$ 25,861	\$ -	\$ -	\$ 25,861
Certificados bursátiles	-	-	-	-	1,350,000	k. (2,927)	-	1,347,073
Cuentas por pagar a proveedores	4,372,654	j. (4,776)	(97,727)	e. 4,270,151	5,566,014	j. (7,073)	(96,471)	e. 5,462,470
Beneficios directos a los empleados	335,637	-	-	335,637	352,650	-	-	352,650
Impuesto sobre la renta por pagar	-	-	-	-	21,348	-	-	21,348
Otros impuestos por pagar y gastos acumulados	2,557,184	j. (489,894)	36,175	d.e. 2,103,465	2,577,885	j. (479,440)	21,765	e. 2,120,210
Provisiones	-	-	61,551	e. 61,551	-	-	74,708	e. 74,708
Instrumentos financieros derivados	113	-	-	113	21,237	-	-	21,237
Cuentas por pagar a partes relacionadas	1,121,616	-	-	1,121,616	695,191	-	-	695,191
Total de pasivos circulantes	11,218,556	(494,670)	-	10,723,885	10,610,186	(489,440)	2	10,120,748
Impuestos diferidos	1,536,062	l. (71,547)	-	1,464,516	1,504,593	l. (61,743)	-	1,442,850
PTU diferida	44,656	g. (44,656)	-	-	47,032	g. (47,032)	-	-
Total de pasivos no circulantes	1,580,718	(116,203)	-	1,464,516	1,551,625	(108,775)	-	1,442,850
Total de pasivos	12,799,274	(610,873)	-	12,188,401	12,161,811	(598,215)	2	11,563,598

	Al 1 de enero de 2011				Al 31 de diciembre de 2011			
	1 de enero de 2011 NIF	Efecto de transición a IFRS	Reclasificaciones	Balance IFRS	31 de diciembre 2011 NIF	Efecto de transición a IFRS	Reclasificaciones	IFRS
Capital contable								
Capital contribuido								
Capital social histórico	1,747,162	f. (112,792)	-	1,634,370	1,747,162	f. (112,792)	-	1,634,370
Prima en colocación de acciones	<u>475,542</u>	f. <u>(335,499)</u>	<u>-</u>	<u>140,043</u>	<u>475,542</u>	f. <u>(335,499)</u>	<u>-</u>	<u>140,043</u>
	<u>2,222,704</u>	<u>(448,291)</u>	<u>-</u>	<u>1,774,413</u>	<u>2,222,704</u>	<u>(448,291)</u>	<u>-</u>	<u>1,774,413</u>
Capital ganado								
Utilidades retenidas	11,050,919	m. 1,391,577	-	12,442,496	13,707,552	m. 1,409,216	-	15,116,768
Otras partidas de utilidad integral	<u>34,848</u>	n. <u>(34,848)</u>	<u>-</u>	<u>-</u>	<u>24,416</u>	n. <u>(71,237)</u>	<u>-</u>	<u>(46,821)</u>
	<u>11,085,767</u>	<u>1,356,729</u>	<u>-</u>	<u>12,442,496</u>	<u>13,731,968</u>	<u>1,337,979</u>	<u>-</u>	<u>15,069,947</u>
Total de la participación controladora	13,308,471	m. 908,438	-	14,216,909	15,954,672	m. 889,688	-	16,844,360
Total de participación no controladora	<u>1,351,939</u>	m. <u>11,756</u>	<u>-</u>	<u>1,363,695</u>	<u>1,531,235</u>	m. <u>16,825</u>	<u>-</u>	<u>1,548,060</u>
Total del capital contable	<u>14,660,410</u>	<u>920,194</u>	<u>-</u>	<u>15,580,604</u>	<u>17,485,907</u>	<u>906,513</u>	<u>-</u>	<u>18,392,420</u>
Total de pasivos y capital contable	<u>\$ 27,459,684</u>	<u>\$ 309,321</u>	<u>\$ -</u>	<u>\$ 27,769,005</u>	<u>\$ 29,647,718</u>	<u>\$ 308,298</u>	<u>\$ 2</u>	<u>\$ 29,956,018</u>

Reclasificaciones en los estados de posición financiera.

- La Entidad analizó sus inversiones en valores con fines de negociación y llegó a la conclusión de que algunos de ellos contienen características de efectivo y equivalentes de efectivo, por lo cual fueron reclasificados de inversiones en valores con fines de negociación a equivalentes de efectivo.
- La Entidad reclasificó refacciones relacionada con inventarios, las cuales se presentaban como pagos anticipados. Adicionalmente, ciertos montos en otros activos fueron reclasificados a pagos anticipados.
- Ciertos activos de la Entidad por beneficios a empleados fueron reclasificados a otros activos.
- La Entidad reclasificó intereses relacionados con sus documentos por pagar, los cuales se presentaban como gastos acumulados y se realizó la reclasificación a préstamos bancarios y porción circulante de la deuda a largo plazo.
- La Entidad reclasificó gastos acumulados que se presentaban como cuentas por pagar a proveedores y presentó por separado las provisiones.

Los impactos por la transición a IFRS son como sigue:

- f. Conforme IAS 29, *Información financiera en Economías Hiperinflacionarias*, los efectos de la inflación únicamente deben reconocerse en una economía hiperinflacionaria, entre otros, cuando la inflación acumulada durante tres años se aproxima o sobrepasa el 100%. Dado que la Entidad y sus principales subsidiarias se encuentran en un entorno económico no hiperinflacionario desde 1999, los efectos de inflación reconocidos bajo NIF desde 1999 y hasta 2007 fueron cancelados, excepto por los activos por los que se utilizó la excepción de costo asumido de la IFRS 1 que se menciona en la Nota 2.
- g. Conforme IAS 19, *Beneficios a empleados*, se recalculó el importe de la provisión por beneficios laborales: i) eliminando la provisión por terminación laboral por no cumplir con los requisitos de un pasivo bajo IAS 19; ii) el reconocimiento de las pérdidas y ganancias actuariales que se diferían bajo NIF mediante el método del corredor y iii) el reconocimiento de los costos por servicios pasados debido a la adopción anticipada de IAS 19 (revisada 2011).

Adicionalmente, se eliminó la PTU diferida por no ser un pasivo por beneficios a empleados requerido por la norma;

- h. Conforme IAS 40, *Propiedades de inversión* Existen dos inmuebles que califican como propiedades de inversión los cuales fueron reclasificados del rubro de activo fijo. La Entidad determinó como política contable el uso del modelo de valor razonable para la valuación subsecuente de sus propiedades de inversión, por lo tanto también revaluó el importe de las propiedades de inversión a la fecha de transición.
- i. Conforme IAS 16, *Propiedad, Planta y Equipo*, la Entidad determinó los componentes significativos de sus inmuebles y equipos; y en consecuencia ajustó sus vidas útiles y su correspondiente efecto en la depreciación acumulada a la fecha de transición. Adicionalmente, capitalizó las refacciones y la loza ya que espera usarlas durante más de un año, anteriormente se reconocían en su totalidad como gasto en la fecha de su adquisición. Asimismo, se cancelaron gastos incurridos que no calificaban para ser capitalizados como parte del activo fijo para efectos de IFRS.

La Entidad optó por aplicar la exención de costo asumido, por lo tanto, ha elegido utilizar el monto de la revaluación bajo NIF a la fecha de transición como su costo asumido, para algunos activos del rubro de propiedad, planta y equipo.

- j. Conforme IAS 18, *Ingresos*, las ventas generadas en la modalidad de “meses sin intereses” deben reconocerse a valor descontado para separar el componente financiero de la venta; posteriormente la Entidad reconoce el ingreso del financiamiento sobre el periodo en el que recibe los pagos por los bienes utilizando el método de la tasa de interés efectiva.

De conformidad con la IAS 2, *Inventarios*, se establece, que el costo de los inventarios comprende todos los costos de conversión y otros para tener los inventarios a su condición existente y ubicación para su venta inmediata. Como esta norma no permite el costeo directo, la Entidad reconoció como parte de la cuenta de inventarios los gastos del centro de distribución que se habían reconocido directamente en el costo de ventas bajo NIF.

- k. Conforme IAS 39, *Instrumentos financieros – reconocimiento y medición*, los pasivos financieros se reconocen inicialmente a su valor razonable menos los costos directamente atribuibles a la adquisición o emisión de dichos instrumentos.
- l. Conforme IAS 12, *Impuestos a la Utilidad*, la Entidad recalculó los impuestos diferidos utilizando el valor en libros de los activos y pasivos valuados bajo IFRS. Adicionalmente, conforme IAS 12 un pasivo por impuestos diferidos se debe reconocer para todas las diferencias temporales gravables, excepto por los pasivos por impuestos diferidos que surgen del reconocimiento inicial del crédito mercantil; por lo tanto, el pasivo por impuestos diferidos reconocido bajo NIF por el reconocimiento inicial del crédito mercantil en una combinación de negocios realizada en 1999, fue eliminada.
- m. El efecto al 1 de enero de 2011 de todos los ajustes por la adopción de IFRS se registraron en utilidades acumuladas, y el efecto correspondiente en la participación no controladora.
- n. La Entidad eligió utilizar para todos los efectos de conversión de operaciones extranjeras a cero, según lo permitido por la IFRS 1, la cual fue discutida en la Nota 2.

Efectos de la adopción de IFRS en el estado consolidado de utilidad integral por el año terminado el 31 de diciembre de 2011.

	NIF		Ajuste por adopción IFRS	Reclasificaciones	Total IFRS
Ingresos totales	\$ 37,044,327	a,b,c,	\$ (628,370)		\$ 36,415,957
Costo de ventas	<u>22,567,948</u>	a,b,d,f	<u>(794,036)</u>		<u>21,773,912</u>
	14,476,379		165,666		14,642,045
Gastos de venta y desarrollo	7,662,084	a,e,f,h.	334,624	5,667	8,002,375
Gastos de administración	1,717,294	a,e,f,h.	70,352	90,708	1,878,354
Depreciación	491,171	f.	92,368		583,539
Otros gastos (ingresos)	25,855	g.	(53,548)	(96,375)	(124,068)
Gasto por intereses	419,333	e.h.	(272,703)	53,321	199,951
Ingreso por intereses	(74,139)	e.h.	(50,551)	(53,321)	(178,011)
Pérdida (ganancia) cambiaria	64,769		(7,328)		57,441
Efecto de valuación de instrumentos financieros	<u>-</u>		<u>7,328</u>		<u>7,328</u>
Utilidad antes de impuestos	4,170,012		45,124		4,215,136
Impuestos a la utilidad	<u>1,243,581</u>	i.	<u>20,374</u>		<u>1,263,955</u>
Utilidad neta consolidada del año	2,926,431		24,750		2,951,181
Otras partidas de utilidad integral					
Efecto por conversión de operaciones extranjeras	(10,344)		(88)		(10,432)
Ganancias o pérdidas actuariales	<u>-</u>		<u>(36,389)</u>		<u>(36,389)</u>
Utilidad integral consolidada del año	<u>\$ 2,916,087</u>		<u>\$ (11,727)</u>		<u>\$ 2,904,360</u>

Notas para la Conciliación del Resultado Integral:

- a. Conforme IAS 18, Ingresos, las ventas generadas en la modalidad de “meses sin intereses” deben reconocerse a valor descontado para separar el componente financiero de la venta; posteriormente la Entidad reconoce el ingreso del financiamiento sobre el periodo en el que recibe los pagos por los bienes utilizando el método de la tasa de interés efectiva.
- b. Conforme IFRIC 13, *Programas de lealtad de clientes*, el valor razonable de la contraprestación recibida respecto de la venta inicial debe ser alojado entre la venta de bienes y servicios y el programa de lealtad a clientes. Consecuentemente la Entidad reclasificó la provisión de ingresos diferidos correspondiente al programa de lealtad de clientes del costo de ventas para ser presentado como un ajuste a los ingresos.
- c. Conforme IAS 18, *Ingresos*, en aquellos casos en los que la Entidad conserve solamente un riesgo insignificante de propiedad, sobre los bienes vendidos, y exista un derecho de devolución sobre los mismos, la Entidad podrá reconocer el ingreso relacionado con esta transacción, solamente si puede estimar confiablemente las devoluciones futuras y en tal caso, la entidad reconoció el pasivo por dichas devoluciones, haciéndolo con base en la experiencia anterior y en otros factores relevantes, con la consecuente disminución de ventas y las cuentas por cobrar correspondientes.
- d. Conforme IAS 2 *Inventarios* el costo de los inventarios comprende todos los costos de adquisición, costos de conversión y otros costos incurridos para hacer llegar los inventarios a su condición existente y ubicación para venta inmediata. No permite el costeo directo, por lo cual, la Entidad reconoció como parte de la cuenta de inventarios los gastos del centro de distribución que se habían reconocido directamente en costo de ventas bajo NIF.
- e. Conforme IAS 19, *Beneficios a empleados (revisada 2011)*, se recalculó el importe de la provisión por beneficios laborales: i) eliminando la provisión por terminación laboral por no cumplir con los requisitos de un pasivo bajo IAS 19; ii) el reconocimiento de las pérdidas y ganancias actuariales que se diferían bajo NIF mediante el método del corredor, iii) el reconocimiento de los costos por servicios pasados debido a la adopción anticipada de IAS 19 (revisada 2011).
- f. Conforme IAS 16, *Propiedades, planta y equipo*, se modificó la política de la Entidad para incluir los requerimientos relativos a la depreciación por componentes. Asimismo se valoraron ciertos activos fijos a valor razonable a la fecha de transición, afectando el monto de la depreciación en los periodos presentados.
- g. La Entidad ha elegido reconocer ciertos inmuebles de conformidad con IAS 40, *Propiedades de inversión*, mediante el uso del modelo de valor razonable. Por lo que ha reclasificado dichas propiedades desde inmuebles, maquinaria y equipo a propiedades de inversión además de reconocer el efecto por plusvalía a la fecha de transición.
- h. Diferencias de presentación: Las siguientes reclasificaciones se han incluido: i) comisiones relativas al pago con tarjeta de crédito fue clasificado como un gasto por intereses bajo NIF; de conformidad con IFRS dicho gasto se presenta dentro de los gastos de venta y desarrollo; ii) el componente financiero relativo a las obligaciones por beneficios a los empleados y su activo correspondiente fue clasificado como gastos venta y desarrollo y gastos de administración bajo NIF; bajo IFRS la Entidad eligió presentar dichos importes dentro de los gastos e ingresos por intereses.
- i. Recalculo de ISR diferido: se recalculó el ISR diferido utilizando las bases contables ajustadas por los efectos de IFRS.

Flujos de efectivo: La transición a IFRS no afectó significativamente la presentación de los estados consolidados de flujos de efectivo de la Entidad.

28. Eventos subsecuentes

- a. El 29 de enero de 2013, en Asamblea General Ordinaria y Extraordinaria de accionistas se aprobó lo siguiente:
- i. Iniciar una Oferta Pública de Acciones ordinarias de la parte fija de su capital social (i) en México a través de la Bolsa Mexicana de Valores, S.A.B. de C.V., y/o (ii) en los Estados Unidos de América bajo la regla 144A y/o la regulación S de la Ley de Valores de los Estados Unidos de América (Securities Act de 1933) o cualquier otra regulación aplicable, y en otros mercados del extranjero conforme a la legislación aplicable, según sea necesario o conveniente.
 - ii. Que la Oferta se lleve a cabo en los plazos, términos y condiciones que en su caso determinen los representantes de la Oferta, con base en los niveles de oferta y demanda de las acciones, las condiciones imperantes en los mercados de valores en la fecha de la colocación y otros factores que se consideren relevantes.
 - iii. Llevar a cabo una división (split) de las acciones representativas del capital social de la Entidad mediante la emisión de dos acciones nuevas por cada una de las acciones representativas del capital social de la Entidad actualmente en circulación, sin que ello implique aumento de capital alguno. Como el Split de las acciones ha sido aprobado, sus efectos han sido reflejados en los estados financieros consolidados adjuntos de manera retroactiva, con respecto de la revelación del número de acciones y de la utilidad por acción.
 - iv. Aumentar la parte mínima fija sin derecho a retiro del capital social en la cantidad de hasta \$432,308 mediante la emisión de hasta 432,308,236 acciones nominativas, ordinarias de la Serie “B-1”, para que el capital mínimo fijo sin derecho a retiro autorizado de la Entidad quede en la cantidad total de hasta \$1,585,410, representado por un total de hasta 2,382,000,000 de acciones nominativas, ordinarias, de la Serie “B-1”, después de dar efecto al split de las acciones representativas del capital social. La totalidad de las acciones objeto del aumento fueron ofrecidas para su colocación en la Oferta y el precio de colocación por acción fue de \$28 pesos por acción.
 - v. Reformar los Estatutos Sociales de la Sociedad, para cumplir con los requisitos establecidos por la Comisión Nacional Bancaria y de Valores (CNBV), en el entendido que los nuevos Estatutos Sociales de la Entidad entrarán en vigor de manera general a partir de dicha fecha, con excepción de los artículos relativos a la denominación de la Sociedad, como “sociedad anónima bursátil”, los cuales entrarán en vigor al inscribirse las acciones representativas del capital social de la Sociedad en el Registro Nacional de Valores, que maneja la CNBV.
- La Entidad tiene contemplado utilizar los recursos provenientes de la oferta pública de acciones para propósitos generales corporativos, incluyendo entre otros la expansión de nuevas tiendas y restaurantes, la remodelación de unidades existentes, el crecimiento de su capital de trabajo, el financiamiento de sus necesidades operativas y el fondeo del plan de desarrollo y expansión de manera orgánica o a través de adquisiciones, así como el pago de la deuda actual.
- b. Con fecha de liquidación 13 de febrero de 2013 Grupo Sanborns, S.A.B. de C.V. (Grupo Sanborns) llevó a cabo exitosamente la colocación de acciones por un importe bruto de \$10,511.4 millones, considerando la opción de sobreasignación por otros \$837.2 millones, misma que fue liquidada el 13 de marzo de 2013.

29. Nuevos pronunciamientos contables

El IASB ha promulgado una serie de nuevas IFRS y modificaciones a las IAS, que ya fueron emitidas pero que aún no están vigentes a la fecha de este informe:

- IFRS 9, *Instrumentos Financieros*, aplicable a partir del 1 de enero de 2013, aunque se permite su aplicación anticipada. En agosto de 2011 el IASB emitió una propuesta normativa contable titulada Fecha de Vigencia Obligatoria de las IFRS, la cual propone cambiar la fecha de vigencia de la IFRS 9 del 1 de enero de 2013 al 1 de enero de 2015.
- IFRS 10, *Estados Financieros Consolidados*.
- IFRS 11, *Acuerdos Conjuntos*.
- IFRS 12, *Revelación de Participaciones en otras Entidades*.
- IFRS 13, *Medición de Valor Razonable*.
- IAS 28, *Inversiones en Asociadas y Asociaciones en Participación*.

La IFRS 9 requiere que todos los activos financieros reconocidos que estén dentro del alcance de IAS 39 sean medidos posteriormente a costo amortizado o valor razonable. Específicamente, las inversiones de deuda en un modelo de negocios cuyo objetivo es cobrar los flujos de efectivo contractuales y que tengan flujos de efectivo contractuales que sean exclusivamente pagos de capital e intereses sobre el capital en circulación, generalmente se miden a costo amortizado al final de los periodos contables posteriores. Todas las demás inversiones de deuda y de capital se miden a sus valores razonables al final de los periodos contables posteriores.

En mayo de 2011 se emitió un paquete de cuatro normas sobre consolidación, acuerdos conjuntos, asociadas y revelaciones, incluyendo la IFRS 10, IFRS 11, IFRS 12 y IAS 27 (según la revisión de 2011). Los principales requerimientos de estas normas se describen a continuación:

La IFRS 10 reemplaza las partes de IAS 27, *Estados financieros Consolidados y Separados*, que tratan sobre los estados financieros consolidados. La SIC 12, *Consolidación - Entidades con Propósitos Especiales*, ha sido retirada con la emisión de la IFRS 10. Conforme a la IFRS 10, sólo existe una base para consolidación que es el control. Adicionalmente, la IFRS 10 incluye una nueva definición de control que contiene tres elementos: (a) el poder ejercido sobre la empresa receptora de la inversión, (b) exposición o derechos a retornos variables por su involucramientos con la empresa receptora de la inversión y (c) la capacidad de utilizar su poder sobre dicha empresa para afectar el monto de los retornos del inversionista. Se han agregado una gran cantidad de lineamientos en la IFRS 10 para tratar los escenarios complejos.

La IFRS 11 reemplaza a la IAS 31, *Participaciones en negocios conjuntos*. La IFRS 11 trata sobre la manera en que un acuerdo conjunto en el que dos o más partes tienen control conjunto debe clasificarse. En contraste, bajo la IAS 31, existen tres tipos de acuerdos conjuntos: entidades bajo control conjunto, activos bajo control conjunto y operaciones bajo control conjunto. Adicionalmente, los acuerdos conjuntos conforme a la IFRS 11 se deben contabilizar utilizando el método de participación, mientras que las entidades bajo control conjunto conforme al IAS 31 pueden utilizar el método de participación o la consolidación proporcional.

La IFRS 12 es una norma de revelación y aplica a entidades que tienen participaciones en subsidiarias, acuerdos conjuntos, asociadas y/o entidades estructuradas no consolidadas. En general, los requerimientos de revelación de la IFRS 12 son más exhaustivos que los de las normas actuales.

La IFRS 13 establece una única fuente de lineamientos para las mediciones de valor razonable y las revelaciones correspondientes. La norma define el valor razonable, establece su marco de medición y requiere revelaciones sobre dichas mediciones. El alcance de la IFRS 13 es amplio; aplica tanto a partidas de instrumentos financieros como a partidas que no son de instrumentos financieros por las cuales otras IFRS requieren o permiten mediciones de valor razonable y revelaciones sobre las mediciones de valor razonable, excepto en circunstancias específicas. En general, los requerimientos de revelación en la IFRS 13 son más exhaustivos que los que se requieren en las normas actuales.

Estas normas aplican para ejercicios que inicien en o después del 1 de enero de 2013. Se permite la aplicación anticipada siempre y cuando dichas normas se apliquen de manera anticipada al mismo tiempo.

La Entidad espera que estas normas sean adoptadas en sus estados financieros consolidados para el ejercicio que inicie el 1 de enero de 2013, y se encuentra evaluando el impacto que estas normas pueden tener en los mismos.

30. Autorización de la emisión de los estados financieros

Los estados financieros consolidados fueron autorizados para su emisión el 15 de marzo de 2013, por el Lic. Mario Bermúdez Dávila, Director de Finanzas y Administración, consecuentemente estos no reflejan los hechos ocurridos después de esa fecha, y están sujetos a la aprobación de la Asamblea Ordinaria de Accionistas de la Entidad, quien puede decidir su modificación de acuerdo con lo dispuesto en la Ley General de Sociedades Mercantiles.

* * * * *