

2.2 Contribución al desarrollo social

2.2.1 Contribución al desarrollo local



Lar España trabaja activamente para **aportar valor en los entornos donde se localizan sus activos** y por ello pone en marcha acciones de contribución social que permitan contribuir al desarrollo humano, económico y medioambiental y al mismo tiempo ayuden a la sociedad a responder a los grandes desafíos como el desempleo o la crisis socioeconómica.

Las operaciones de Lar España tienen un gran impacto en la economía en la que desarrolla su actividad y en el empleo del territorio en general, por ello la misión de la Compañía se centra en potenciar el progreso social de las comunidades en las que opera, generando **beneficios económicos, empresariales y sociales**. Para lograr este objetivo Lar España lleva a cabo una serie de acciones y proyectos promoviendo la inclusión, el apoyo a iniciativas sociales, la educación o el fomento de la cultura, entre otros.

→ [Pinche aquí para obtener más información sobre la sección Acción social.](#)

→ [Pinche aquí para obtener más información sobre los mecanismos de diálogo en la sección Transformación: cultura digital e innovación.](#)

En este sentido, la Compañía **interactúa con sus grupos de interés** de carácter económico, social y ambiental atendiendo cualquier requerimiento que pueda realizarse en cada uno de sus activos. Así, por ejemplo, destaca entre otras medidas la encuesta elaborada de forma anual por Lar España para llevar un control de las **personas con discapacidad** por categoría profesional en todos sus centros y a través de la cual la Compañía obtiene información para proporcionar la **mejor adaptación** de estas personas a su puesto de trabajo.

Además, Lar España trabaja en el establecimiento de alianzas y favorece la promoción de iniciativas conjuntas **en favor del desarrollo sostenible**, manteniendo una relación cercana para entender las necesidades de cada grupo. De esta forma, Lar España garantiza su compromiso con el **ODS 17**, concienciando a empleados y grupos de interés sobre la importancia de lograr una sociedad más equitativa y a afianzar el compromiso de **Lar España como negocio responsable**.

Impacto de Lar España en el Empleo

Durante el año 2021 se estima que los empleos generados en los activos del portfolio de Lar España ascienden a **más de 16.000 puestos de trabajo**.

En su búsqueda de crear un impacto positivo en la sociedad en la que se integra, la Compañía presta especial atención a la **inclusión laboral y social de personas con discapacidad** en sus activos.

Por ello, los centros y parques comerciales del portfolio están siendo adaptados de acuerdo a altos **estándares de Accesibilidad Universal** para todo tipo de discapacidades y esto permite, posteriormente, que los puestos de trabajo en los activos puedan cubrirse con facilidad por un amplio rango de perfiles y personas con diferentes capacidades.



El **8,6% de los puestos de trabajos indirectos** en los activos de Lar España están **cubiertos por personas con una discapacidad superior al 33%**.

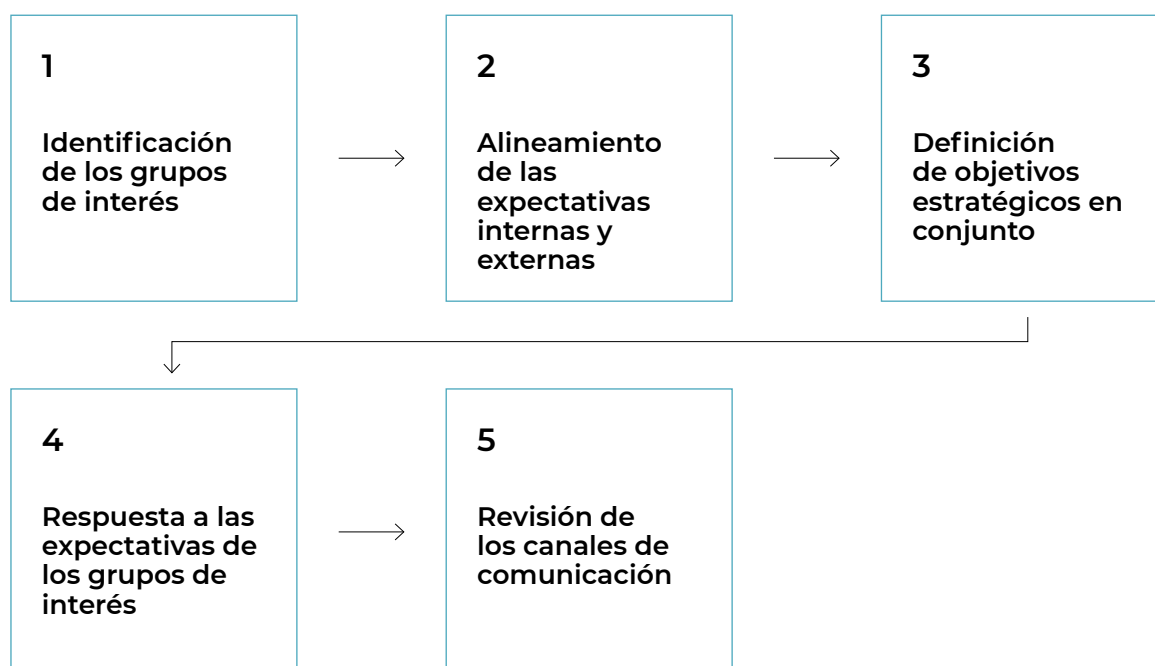
Como resultado, el **8,6% de los puestos de trabajos indirectos en los activos de Lar España están cubiertos por personas con una discapacidad superior al 33%**. En España, la Ley General de derechos de las personas con discapacidad y de su inclusión social, aunque no es de aplicación para Lar España, establece que las empresas de más de 50 trabajadores están obligadas a que, al menos, el 2% de los puestos sean cubiertos con personas con discapacidad, por lo que la Compañía supera con amplio margen la cifra estipulada por ley.

Este trabajo de inclusión laboral y social se seguirá desarrollando de manera activa por Lar España con el objetivo de contribuir a las comunidades en las que participa.

Relación con los grupos de interés

El objetivo de Lar España es mantener una correcta **interacción con sus grupos de interés dando respuesta a sus expectativas**. Por ello, se han establecido los mecanismos de diálogo adecuados que permiten mantener y mejorar la relación externa e interna de la Compañía. Lar España se compromete con la **creación de valor** para sus principales grupos de interés y promueve la incorporación de medidas en sus centros que permita obtener una imagen clara de sus expectativas.

Para ello, la Compañía trabaja a través de un **modelo de gestión** que incorpora las expectativas de los grupos de interés en sus procesos, integrando un amplio abanico de herramientas para la consulta y el diálogo con cada uno de ellos. Este modelo de gestión se divide en las siguientes fases:



Identificación de los grupos de interés y alineamiento de las expectativas internas y externas

Con el objetivo de alinear los objetivos estratégicos y de sostenibilidad a las expectativas de sus grupos de interés, la Compañía ha identificado a sus principales grupos internos y externos y

evalúa de forma periódica sus expectativas mediante canales de comunicación y consulta específicos, incorporándolas en sus procesos de toma de decisiones.

↳ Entorno externo:



↳ Entorno interno: empleados

Canales de comunicación

Lar España utiliza **diferentes canales para fomentar el dialogo** con sus usuarios y grupos de interés. Por ello, una vez ha finalizado el proceso de identificación de cada uno de los grupos de interés, la Compañía establece **canales de comunicación** para conocer sus expectativas,

las cuales son recogidas y alineadas con los objetivos de la Compañía, de tal manera que exista un equilibrio entre los diferentes sectores de la sociedad y el medioambiente en las acciones resultantes llevadas a cabo.

A continuación, se muestra el detalle de las categorías y subcategorías existentes dentro de estos grupos de interés primarios, así como las **necesidades y expectativas** de cada uno de ellos:

Respuesta a los aspectos sociales

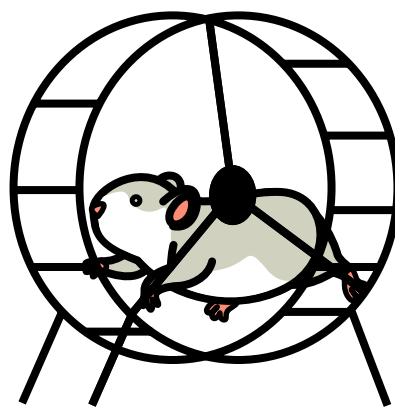
Grupos de interés	Canales de comunicación y diálogo	Expectativas expresadas por los grupos de interés	Objetivo compartido	Acción/respuesta a los grupos de interés
Empleados (Empleados de Lar España y del Gestor Grupo Lar)	<ul style="list-style-type: none"> › Comunicación interna abierta a través de contacto personal › Canal de denuncias › Reuniones de seguimiento del desarrollo profesional 	<ul style="list-style-type: none"> › Igualdad de oportunidades y no discriminación › Desarrollo profesional › Entorno seguro y saludable › Conciliación laboral › Política retributiva transparente › Ética e integridad y cumplimiento 	<ul style="list-style-type: none"> › Retención de talento › Fomento de la igualdad y no discriminación › Capacitación profesional de los empleados › Entorno de trabajo ético 	<ul style="list-style-type: none"> › Formación a los empleados › Política retributiva basada en funciones y responsabilidades › Promoción de un entorno de trabajo ético e íntegro
Comunidad local (Ciudadanos, empresas, organizaciones, Ayuntamiento)	<ul style="list-style-type: none"> › Reuniones con organizaciones locales previas a los proyectos › Encuestas de opinión en los centros y parques comerciales › Herramientas tecnológicas para conocer hábitos y preferencias locales 	<ul style="list-style-type: none"> › Respeto y fomento de la cultura › Gestión del impacto indirecto en negocios locales › Fomento de empleo local › Creación de valor compartido 	<ul style="list-style-type: none"> › Integración de los proyectos en la cultura y costumbres locales › Creación de empleo local › Creación de empresas locales 	<ul style="list-style-type: none"> › Los proyectos consideran la cultura y circunstancias locales › Eventos de <i>Start-up</i> e innovación abierto a empresas locales › Contratación de proveedores locales
Usuarios (Clientes, visitantes, acompañantes)	<ul style="list-style-type: none"> › Encuestas de opinión › Canales de sugerencia en los centros y parques comerciales › Auditorías de satisfacción y calidad 	<ul style="list-style-type: none"> › Nuevas experiencias y servicios › Conectividad y accesibilidad › Entorno seguro y saludable › Modernidad y diseño › Conocimiento de eventos y ofertas de los operadores 	<ul style="list-style-type: none"> › Activos que ofrezcan experiencias únicas › Activos atractivos › Activos accesibles y adaptados › Espacios seguros y confortables 	<ul style="list-style-type: none"> › Herramientas digitales para reconocer tendencias y ofrecer la mejor experiencia › Centros certificados en Accesibilidad universal › Contratación de personas con discapacidad › Espacios de diseño y arquitectos reconocidos

Respuesta a los aspectos económicos

Grupos de interés	Canales de comunicación y diálogo	Expectativas expresadas por los grupos de interés	Objetivo compartido	Acción/respuesta a los grupos de interés
Inversores y gestor de inversiones (Accionistas, bancos, analistas, regulador, gestor de inversiones, fondos)	<ul style="list-style-type: none"> › Reuniones <i>One to One</i> › <i>Conference calls</i> › <i>Road shows</i> › Promoción y participación en eventos › Sección web para el accionista › Junta General Anual para accionistas › Canal de denuncias 	<ul style="list-style-type: none"> › Buen gobierno y transparencia › Ética y cumplimiento normativo › Gestión de riesgos › Rentabilidad de la inversión y control del valor de la acción › Anti-corrupción y blanqueo de capitales › Estrategia ESG/RSC 	<ul style="list-style-type: none"> › Funcionamiento conforme a mejores prácticas en gobierno corporativo › Cumplimiento normativo › Rentabilidad anual › Mejora constante de los resultados ESG/RSC 	<ul style="list-style-type: none"> › Código de conducta › Política de Comunicación y contacto con accionistas, inversores y asesores de voto › Gestión y control de riesgos › Informes: anual, Gobierno Corporativo, Remuneraciones › Publicación de valoraciones de la cartera
Proveedores (Gestores de activos, servicios, productos, IT, innovación)	<ul style="list-style-type: none"> › Reuniones con proveedores › Reuniones de seguimiento de contratos › Asistencia a ferias de proveedores › Datos de contacto en la web 	<ul style="list-style-type: none"> › Transparencia en relaciones comerciales › Visión a largo plazo y seguridad › Gestión de riesgos 	<ul style="list-style-type: none"> › Establecer relaciones a largo plazo con proveedores › Mejora continua de nuestros activos › Innovación tecnológica 	<ul style="list-style-type: none"> › Contratos a largo plazo con proveedores › Selección de ofertas mediante criterios transparentes
Operadores (Arrendatarios, trabajadores de los activos, mantenimiento, seguridad, limpieza)	<ul style="list-style-type: none"> › Plataformas digitales de comunicación › Asistencia a eventos sectoriales de las diferentes marcas que operan › Reuniones de seguimiento de contratos 	<ul style="list-style-type: none"> › Transparencia en relaciones comerciales › Rapidez en la gestión de los activos › Coordinación y equilibrio entre operadores › Funcionamiento óptimo del centro 	<ul style="list-style-type: none"> › Implantación de estrategias para aumentar las ventas › Funcionamiento del centro en las mejores condiciones 	<ul style="list-style-type: none"> › Herramientas digitales para conocer tendencias de los clientes › Herramienta digital para la comunicación entre operadores y gestores › Plataforma web para dar a conocer los activos a operadores
Competidores (SOCIMIs, Fondos de Inversión)	<ul style="list-style-type: none"> › Promoción de eventos sectoriales › Participación en ferias y eventos del sector 	<ul style="list-style-type: none"> › Buen Gobierno y Transparencia › Favorecer la imagen del sector › Competencia leal y cumplimiento normativo › Empleo estable y formación 	<ul style="list-style-type: none"> › Favorecer la reputación del sector › Atraer talento › Fomentar la formación de los trabajadores del sector 	<ul style="list-style-type: none"> › Formación de nuestros trabajadores y de Grupo Lar › Campaña en redes sociales sobre los aspectos positivos del sector

Respuesta a los aspectos ambientales

Grupos de interés	Canales de comunicación y diálogo	Expectativas expresadas por los grupos de interés	Objetivo compartido	Acción/respuesta a los grupos de interés
Organizaciones sociales y medioambientales (ONG, fundaciones, organizaciones locales, Asociaciones sectoriales)	<ul style="list-style-type: none"> › Creación de eventos para la participación de grupos sociales en los activos › Encuestas y petición de información › Datos de contacto en la web 	<ul style="list-style-type: none"> › Proyectos con bajo impacto ambiental › Reporte de información ESG estandarizada › Gestión del impacto y reparación del daño › Cooperación con otras empresas para la promoción del <i>knowledge sharing</i> 	<ul style="list-style-type: none"> › Mejores prácticas en diseño ambiental › Reporte de la información estandarizada (GRI/ EPRA) 	<ul style="list-style-type: none"> › Obtención de certificados independientes › Verificación de la información por terceras partes independientes › Informe anual integrado con sostenibilidad
Reguladores (Organismos de control)	<ul style="list-style-type: none"> › Peticiones de información en fases iniciales de proyectos para el cumplimiento › Documentación preceptiva en la redacción y aprobación de proyecto 	<ul style="list-style-type: none"> › Buen Gobierno y Transparencia › Reporte de información de ESG estandarizada 	<ul style="list-style-type: none"> › Cumplimiento de normativa › Cumplimiento de procedimientos 	<ul style="list-style-type: none"> › Análisis de la legislación ambiental y estricto cumplimiento › Sistemas internos de recopilación de información ambiental
Administraciones (Unión Europea, Estado Nacional, Comunidades Autónomas, Municipios)	<ul style="list-style-type: none"> › Encuentro con administraciones a través de foros sectoriales › Diálogo bidireccional en relación a las expectativas del sector y posibles colaboraciones 	<ul style="list-style-type: none"> › Resiliencia urbana › Rehabilitación y conservación de inmuebles › Evaluación del Impacto Ambiental › Mitigación del cambio climático › Gestión del impacto en la biodiversidad y entorno natural 	<ul style="list-style-type: none"> › Mejora del entorno local › Satisfacer las necesidades locales › Proyectos alineados con planes internacionales y nacionales en cambio climático y otros aspectos ambientales 	<ul style="list-style-type: none"> › Evaluación del impacto ambiental de nuestros proyectos a través de metodologías reconocidas internacionalmente › Estrategia de sostenibilidad que mejora la normativa existente



2.2.2 Orientación al cliente

Los clientes y usuarios de Lar España son la base fundamental de su modelo de negocio, es por ello por lo que la Compañía prioriza y centra sus esfuerzos en **satisfacer las necesidades de sus clientes** en todo momento. De este modo, la Compañía promueve la **escucha activa y el diálogo de una manera bidireccional** que permita ofrecer un servicio de calidad a la altura de las expectativas del cliente.

Para ello, utiliza diversas herramientas que fomentan el proceso de comunicación con el cliente:

- **Protocolo de comunicación** con el *Property Manager* de incidencias, a través de una cuenta de correo específica “Incidencias Lar Project”, en línea con el compromiso de mejorar los canales de comunicación y escucha.
- **Relación directa** entre el *Asset Manager* responsable de cada activo y sus arrendatarios.
- Auditoría de servicios y atención al cliente mediante las cuales Lar España afianza su **compromiso de excelencia en la experiencia del cliente**.

Lar España considera esencial conocer la opinión de sus clientes antes, durante y después del proceso de compra. Para ello cuenta con una serie de medidas de recogida de información tanto físicas como *online* con el objetivo de conocer de manera más rápida **cuáles son los hábitos y preferencias del cliente**.

Este proceso de comunicación se caracteriza por la **adaptación a las nuevas tecnologías**, así como a la existencia de múltiples canales, dando respuesta de esta forma a un cliente más informado y exigente. Este tipo de herramientas sirve además para reconocer las tendencias existentes en el mercado y ofrecer la mejor experiencia a los clientes.

Como resultado, Lar España se asegura disponer de la información necesaria para trasladarla a una adaptación y a una transformación completa de sus activos de la manera más eficiente posible.

—> ***Pinche aquí para más información en la sección Transformación: cultura digital e innovación.***



Con el fin de lograr que sus centros ofrezcan experiencias únicas y atractivas, Lar España ha continuado **fomentando la participación** de los clientes en diferentes eventos organizados

en sus activos. En 2021, además de las medidas implantadas orientadas a satisfacer las necesidades cliente, también se han llevado a cabo otras acciones para mejorar la experiencia en sus activos:

Gastro Fan

Ciclo de **eventos transversales de temática gastronómica** que rotó por siete centros comerciales y que consistió en diferentes tipos de talleres de cocina y coctelería, adaptándose a productos gastronómicos típicos de cada una de las áreas de influencia. Para ello se contó con profesionales del sector como el chef Bosquet, el campeón de España de coctelería acrobática Pedro García y 3 finalistas del programa de cocina Master Chef.

Además, la iniciativa fue retransmitida en *streaming* en varios de los centros: Gran Vía, El Rosal, As Termas, Albacenter, Portal de la Marina, Lagoh y Ànec Blau.

El objetivo se centraba en generar vínculos con la población, incrementando la notoriedad de los centros y generando *Engagement y Publicity*.

Hola Familia

“Hola Familia” es un proyecto cuyo objetivo es la **creación de un espacio cómodo, acogedor**, humano y alegre, donde madres y padres puedan alimentar a los más pequeños durante su paso por el centro comercial.

Dentro de los servicios incluidos dentro de este proyecto se encuentran:

- Sala de lactancia.
- Plazas de aparcamiento especiales para familias.
- Servicio de préstamo de sillas infantiles, entrega de pañales y servicio de reserva de cumpleaños en colaboración con los locales de restauración.
- Descuentos en tiendas.
- Fun Play Area para niños.



Cultura de seguridad y salud con los clientes

En 2021 Lar España ha continuado trabajando para proporcionar **espacios seguros y confortables** para sus clientes a través de la implantación de medidas y soluciones que garanticen un alto nivel de seguridad en sus diferentes activos.

Por ello, se presta especial interés al **cumplimiento de la normativa básica de seguridad y salud**, a través de la coordinación con los trabajadores y los centros de trabajo, de la información de los riesgos existentes y de una correcta difusión del protocolo de actuación en caso de emergencia.

A pesar de que la evolución de la pandemia y su impacto tanto en España como en el resto del mundo se ha visto reducido durante este último año, desde Lar España **se han mantenido los protocolos de seguridad y limpieza en sus activos**, siendo flexibles a las particularidades registradas en cada una de las Comunidades Autónomas. En este sentido la Compañía actúa en todo momento en línea con las recomendaciones establecidas por las autoridades en materia de seguridad e higiene frente al contagio y expansión de la COVID-19.

Sistemas y protocolo de gestión de crisis

Con el objetivo de detectar un posible ataque terrorista en centros y parques comerciales, Lar España dispone de **sistemas y protocolos de prevención e intervención** ante cualquier señal sospechosa de ser considerada una amenaza en este sentido. Este sistema desarrolla medidas para aumentar la vigilancia e inspecciones prestando especial atención a la presencia de personas y objetos sospechosos. Asimismo, entre los principios de actuación preventiva destaca el establecimiento



de reuniones con policía, guardia civil o policía autonómica permitiendo la cooperación con las autoridades locales.

Por otro lado, Lar España tiene en consideración además la activación de una serie de medidas de atención por parte del responsable de la empresa de seguridad con el objetivo de identificar cualquier comportamiento sospechoso. En caso de manifestarse cualquier peligro, **Lar España cuenta con una serie de equipos operativos y sistemas electrónicos**, así como medios auxiliares para actuar de forma rápida y segura con los usuarios y el personal del centro.

Los activos de Lar España cuentan con un **Protocolo** específico de actuación donde se dispone de un Plan de Prevención y Protección Antiterrorista que permite la detección, seguimiento, análisis y evaluación de este tipo de riesgos. Las medidas para prevención de atentados siguen los consejos emitidos por el Ministerio del Interior y las empresas de seguridad privadas con las que trabaja Lar España.

De forma complementaria a estas medidas, Lar España cuenta con un **Manual de Funcionamiento Operativo** que permite conocer a la Gerencia de los activos aquellos procedimientos existentes en caso de cualquier incidente. Adicionalmente, la Compañía realiza acciones de comunicación en sus activos y elabora presentaciones adecuadas para la difusión de estas medidas fuera del ámbito de las gerencias.

Certificación SGS

Lar España centra sus esfuerzos en la aplicación de normas y medidas para transmitir a sus clientes que se encuentran en un entorno seguro, con garantías de higiene y seguridad. En este sentido, durante el año 2021, la **empresa verificadora líder SGS** ha continuado llevando a cabo la certificación de los procedimientos de higienización y desinfección que se han implementado en los activos propiedad de Lar España.

Las labores de comprobación han abarcado tres cuestiones principales:

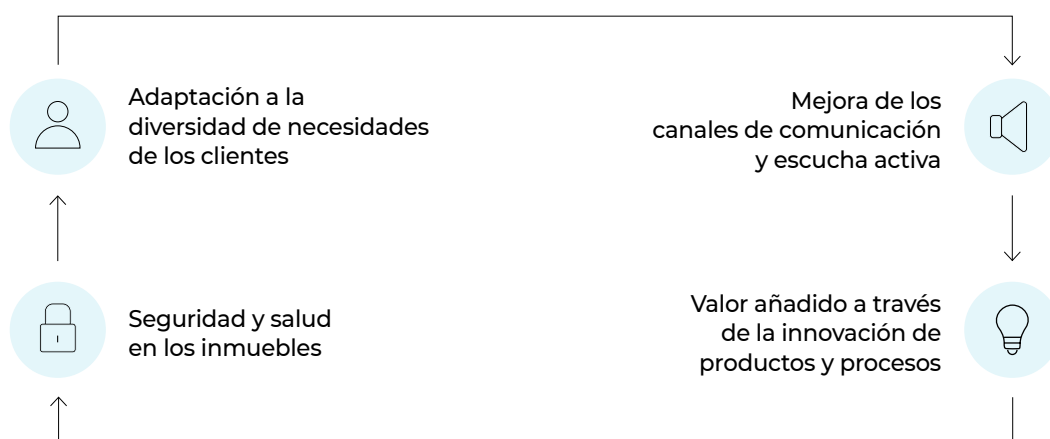
- **Cumplimiento de toda la normativa** y buenas prácticas que han de ser de aplicación en el diseño y redacción de los protocolos.
- **Implantación de todos los procedimientos** y buenas prácticas en todos los centros y parques comerciales ⁽¹⁾ del portfolio.
- **Mantenimiento de los procedimientos** correctamente de manera ininterrumpida.

Tras la evaluación favorable del diseño de los protocolos sin incidencias en todos los activos, se ha continuado realizando el **proceso de inspección** con el objetivo de verificar que se siguen manteniendo vigentes en todos los aspectos. Estas revisiones se realizaron de manera mensual hasta el mes de julio de 2021, momento a partir del cual pasaron a realizarse de manera trimestral a un tercio de los activos de Lar España.

Satisfacción del cliente

Lar España dispone de **diferentes herramientas implantadas** en los centros comerciales con el objetivo de mantener una relación estable y de confianza con todos sus clientes. A través de estas herramientas la Compañía actúa de forma eficiente, pudiendo dar respuesta a sus clientes y logrando la canalización de la información que satisfaga sus demandas y expectativas.

La visión de Lar España en el proceso de satisfacción del cliente es la siguiente:



(1) Centros y parques comerciales en los que Lar España tiene plena capacidad de decisión.

Acciones orientadas a la satisfacción del cliente

En base a los **estudios y las encuestas** realizadas en los diferentes centros durante el año 2021, Lar España ha podido conocer las percepciones de sus clientes en torno a las siguientes cuestiones:

Club Disfrutones

a. Operadores

Lar España llevó a cabo en 2021 una encuesta de satisfacción realizada a sus arrendatarios relativa al Club de Fidelización Disfrutones con el objetivo de conocer su opinión sobre la experiencia y/o posibles mejoras del servicio. La encuesta se realizó en los centros de Albacenter, Ánec Blau, As Termas, El Rosal, Gran Vía de Vigo, Lagoh y Portal de Marina.

Entre las principales conclusiones obtenidas tras la realización de la encuesta a estos operadores, destaca que el 75% de los encuestados creen que ser parte del Club Disfrutones aporta beneficios a sus negocios, como por ejemplo un mayor volumen de tráfico y ventas en la tienda. No obstante, la Compañía ha identificado como ámbito de mejora el proceso de comunicación y validación de los beneficios por ser socio entre el usuario y la tienda.

b. Usuarios

Adicionalmente, la encuesta también ha sido realizada a través de diferentes canales a los usuarios de los activos para conocer su opinión sobre la *app* del Club Disfrutones. Además de responder a cuestiones que permitieron a Lar España conocer su grado de conocimiento y satisfacción, también se aportaron recomendaciones respecto a los beneficios de la *app*.

Accesibilidad

Estas encuestas se llevaron a cabo con el objetivo de conocer el grado de satisfacción con los servicios e infraestructuras. En general **los resultados obtenidos muestran un grado de satisfacción alto**, no obstante Lar España está trabajando en aplicar diferentes mejoras. La encuesta se realizó en los centros de As Termas, El Rosal y Albacenter e incluían aspectos como los siguientes:

- Servicio de aparcamiento.
- Servicio de atención e información al público.
- Accesibilidad en todo el centro, incluidos los aseos públicos.
- Claridad y utilidad de los carteles informativos.

Videollamadas de Navidad

En línea con el compromiso de Lar España por mejorar la experiencia de sus clientes, los centros El Rosal, As Termas y Gran Vía de Vigo pusieron en marcha durante el periodo navideño una serie de videollamadas por parte de Papá Noel y los Reyes Magos conociendo en persona a todos los pequeños y escuchando sus deseos para esta Navidad.

La iniciativa tuvo un gran recibimiento y sirvió a Lar España para realizar encuestas de satisfacción a los padres con el objetivo de conocer su opinión respecto a esta experiencia y otras cuestiones como el proceso de reserva de la llamada.

En algunos activos de Lar España se realizan de forma anual estudios relacionados con cliente, por ejemplo, **cabría destacar el análisis realizado** por Megapark sobre el perfil de cliente de *Fashion Outlet*.

Deporte y estilo de vida saludable

Asimismo, desde Lar España se promueve el desempeño saludable y la buena alimentación. En este sentido, en 2021 se han celebrado eventos deportivos en los activos con el objetivo **incentivar a los usuarios a realizar deporte y adquirir hábitos saludables**. Otro de los objetivos es conseguir donativos a fundaciones y entidades sin ánimo de lucro enfocadas en el cuidado de la salud, la promoción de enfermedades minoritarias y la inclusión de personas con síndrome de Down.

Análisis Online de la Satisfacción del Comerciante

En relación con el compromiso de la Compañía por **mejorar la comunicación con sus clientes**, en 2021 Parque Abadía elaboró un Análisis Online de la Satisfacción del Comerciante a través de un proveedor independiente.

La encuesta se encontraba dirigida a ofrecer una respuesta en relación a la satisfacción general con todos los aspectos del parque comercial, atendiendo a las siguientes cuestiones:



		Satisfacción general	Satisfacción con las empresas de los servicios
Satisfacción con los atributos físicos y medioambientales	Satisfacción de la Gerencia	Aspectos de mejora permanente	Nuevas tendencias
Satisfacción con la Política de Marketing y Comunicación	Satisfacción con el resto de comerciantes	Bloque COVID	Satisfacción con los servicios disponibles



Como resultado del trabajo realizado destaca la valoración media de los encuestados en relación con cuestiones como satisfacción con el resto de los comerciantes (7,9) o la relación profesional de la Gerencia (7,8). De este modo Lar España es capaz de mantener un diálogo constante para conocer las inquietudes de sus comerciantes. A través de esta encuesta la Compañía obtuvo información detallada sobre **aspectos de mejora y nuevas iniciativas** en beneficio tanto de los clientes como de los comerciantes que sirven al activo para mejorar su relación con los clientes y atender sus expectativas.

Por último, mediante la encuesta se **han señalado aquellas tendencias y aspectos más importantes para el consumidor** a la hora de elegir un centro o parque comercial, entre los que se encuentran:

- **Oferta y variedad de marcas.**
- **La amabilidad en el trato y el factor humano.**
- **Servicios de atención al cliente.**
- **Desarrollo tecnológico.**
- **Diseño y arquitectura.**

Resolución de quejas y reclamaciones

Lar España se compromete con sus clientes a analizar cualquier incidencia que pueda producirse en sus activos y a actuar en consecuencia con el fin de dar una respuesta clara y concisa al cliente o consumidor. Para ello la Compañía dispone de **protocolos de recepción de reclamaciones** que permiten detectar y gestionar cualquier inconveniente, a través de diferentes canales como redes sociales, página web o formularios físicos. De este modo, se lleva a cabo un registro y un análisis por parte de los responsables a los que afecte con el fin de tomar medidas y acciones para su solución.

Durante el año 2021 Lar España ha atendido y resuelto 122 quejas por parte de sus clientes.

Todas las quejas y reclamaciones han sido gestionadas dentro del tiempo estimado y en línea con los procedimientos mencionados.



2.2.3 Relación con los proveedores

Lar España considera a sus proveedores como un elemento esencial de sus operaciones, por ese motivo cuenta con procedimientos de compras y contratación que establecen los **compromisos y principios de actuación** que se requiere para la contratación de cualquier proveedor, fomentando la calidad de la gestión y la transparencia.

Mecanismos de homologación

Como parte del proceso de homologación de sus proveedores Lar España y su Gestor se aseguran en todo momento que se protege el interés de la Compañía, y para ello se compromete a garantizar que sus colaboradores disponen de **mecanismos de control internos y normas de conducta** que aseguren una debida diligencia.

Entre los aspectos incluidos se encuentran las **cláusulas en materia ambiental, social y de buen gobierno** que deberán cumplir los proveedores con los que Lar España establezca relaciones, y que incluye directrices como las siguientes:

- Política anticorrupción y línea ética de Lar España.
- Prevención de blanqueo de capitales.
- Materia de prevención de riesgos laborales.
- Compromisos con los derechos y condiciones de los empleados.
- Responsabilidad con el medioambiente.

Para garantizar la presencia de estos valores en su cadena de suministro, Lar España cuenta además con una **Política de Sostenibilidad/ESG**, la cual guía a la empresa en su modo de actuación con los proveedores de una forma responsable y transparente.

Adicionalmente, en el caso de algunos de sus centros, también se ha incluido la **cláusula BREEAM** que permite medir el grado de sostenibilidad ambiental en el acondicionamiento de los locales del centro comercial, en aspectos como la eficiencia energética o el control del consumo de agua, entre otros.

Proceso de auditorías a proveedores

Lar España fundamenta sus relaciones comerciales con los proveedores en la estabilidad a largo plazo. Para lograrlo promueve el cumplimiento de los contratos, garantizando que los proveedores se ajustan a los compromisos adquiridos respecto a los principales servicios de mantenimiento, seguridad y limpieza. En caso de que sean identificadas no conformidades se desarrollan las medidas correctoras oportunas.

En las evaluaciones se tienen en consideración el cumplimiento de los aspectos relacionados con la salud y la seguridad ocupacional, el medio ambiente y la calidad de los procesos. **El resultado de estas auditorías se ha completado sin salvedades.**

Compromiso con los proveedores locales

Lar España impulsa el desarrollo de los entornos locales y las comunidades en las que opera. En ese sentido, la Compañía prioriza la contratación de proveedores locales al mismo tiempo que se exigen los requerimientos esenciales para los servicios solicitados. De este modo, la Compañía cuenta con un sistema de control acerca de la tipología, localización y activo al que corresponde para llevar a cabo un análisis de la contratación de proveedores.

En 2021 Lar España ha contratado productos y servicios con **466 proveedores**, de los cuales 446 han sido proveedores nacionales, estando dicha cifra en gran parte constituida por empresas locales. El valor de dicha contratación durante el año 2021 ha ascendido a **más de 58 millones de euros.**

Lar España adquirió productos y servicios de sus proveedores por **más de 58 M€, generando riqueza en las comunidades donde opera.**

El hecho de que la actividad de Lar España esté repartida por todo el territorio nacional lo convierte un **generador de riqueza económica, dinamizador de la economía local y creador de empleo de calidad**, además de aportar confianza y llegar a ser la opción de clara preferencia.

Ciberseguridad y seguridad de la información

La actividad de Lar España implica el tratamiento de diferentes tipos de datos e información, y en especial, dadas las características específicas de su modelo organizativo, una parte importante de sus actividades están contratadas a terceros especializados.

Con el objetivo de gestionar y reducir hasta un nivel razonable los riesgos derivados de la seguridad de la información, la Compañía ha desarrollado en 2021 un **Modelo de gestión de riesgos de ciberseguridad de terceros**.

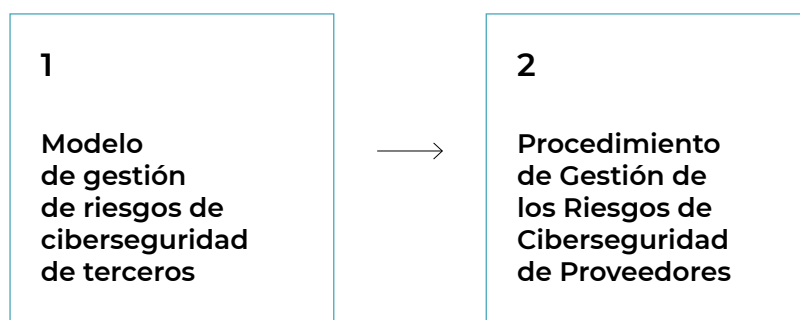
Este modelo pretende revisar los procesos más relevantes de la Compañía con objeto de mantener en todo momento los **principios de integridad, confidencialidad y disponibilidad**, de acuerdo con los estándares y mejores prácticas en materia de ciberseguridad.

De forma complementaria, la Compañía tiene implementado un **Procedimiento de Gestión de los Riesgos de Ciberseguridad de Proveedores** para el correcto tratamiento de los datos, así como para la definición y gestión de los controles para cumplir con los objetivos de seguridad corporativos y con la normativa vigente.

Análisis y evaluación de la prestación de servicios de terceros

Lar España realiza un **procedimiento exhaustivo para la contratación de proveedores externos** a fin de asegurarse de su competencia, independencia y capacitación técnica y legal respecto a los servicios prestados. Además, lleva a cabo una evaluación periódica de los trabajos prestados para verificar que el desempeño es el adecuado.

Cabe destacar que el análisis de estos posibles riesgos en materia de ciberseguridad y seguridad de la información **son considerados como parte del sistema de información financiera** y por lo tanto es analizada por los principales órganos de gobierno de la empresa.



El Procedimiento de Gestión de los Riesgos de Ciberseguridad de terceros tiene como objetivo establecer una serie de pautas en el proceso de homologación de sus proveedores, así como en la gestión de la seguridad informática de los mismos.

Política de seguridad de la información

En línea con su compromiso de velar por la seguridad de la información en los distintos procesos de negocio, en 2021 la Compañía ha elaborado la **Política de Seguridad de la Información** como resultado del análisis de riesgos previo realizado por la Compañía en esta materia, siendo el Área de la Seguridad de la Información de Lar España responsable de su supervisión y aplicación.

El objeto de esta Política es alcanzar una protección adecuada de la información de Lar España, preservando los siguientes principios de la seguridad:

- **Garantizar que la información sea accesible** sólo para quien esté autorizado a tener acceso a la misma.
- Garantizar la **exactitud y completitud** de la información y de los métodos de su procesamiento.
- **Asegurar que los usuarios** autorizados tienen acceso cuando lo requieran a la información y sus activos asociados.



La disrupción generada por las nuevas tecnologías está modificando las estructuras y plantean numerosos retos y oportunidades. Con esta Política, Lar España se compromete ofrecer el mejor servicio a clientes, mejorando sus procesos y respetando los derechos legalmente establecidos. A continuación, se mencionan algunos de los principales objetivos de la Política de Seguridad:

- Proteger los activos frente a amenazas que puedan derivar en incidentes de seguridad.
- Establecer un sistema de clasificación de la información con el fin de proteger los activos críticos.
- Elaborar un conjunto de reglas, aplicables a todos los empleados de Lar España.
- Evaluar los riesgos que afectan a los activos para adoptar controles de seguridad oportunos.
- Verificar el funcionamiento de las medidas de seguridad mediante auditorías internas.
- Formar a los usuarios en la gestión de la seguridad y en tecnologías de la información.
- Proteger el capital intelectual de Lar España para que no se divulgue ni se utilice ilícitamente.
- Reducir las posibilidades de indisponibilidad a través del uso adecuado de los activos de Lar España.
- Defender los activos ante ataques para que no se transformen en incidentes de seguridad.

Medidas y acciones en Ciberseguridad

Como consecuencia de la creación del Modelo de gestión de riesgos de ciberseguridad de terceros, Lar España ha comenzado a trabajar, con el apoyo de un consultor externo, en la elaboración y envío de un **cuestionario de autoevaluación a proveedores**, para evaluar su riesgo de seguridad de la información, así como en la inclusión de cláusulas de ciberseguridad que se anexaran a los contratos de prestación del servicio.

La Compañía cuenta además con un **Comité de ciberseguridad** que se reúne de forma periódica velando por el control de este riesgo y la salvaguarda de la seguridad de la información. Está compuesto por:

- El vicepresidente de Lar España.
- El CFO de Grupo Lar, como prestador de servicios de seguridad de la información a Lar España.
- El CFO y Director Corporativo de Lar España.
- El Director de Auditoría Interna de Lar España.

Durante 2021, en el contexto de la segunda fase de dicho modelo de gestión, se iniciaron también auditorías *on-site*, con el apoyo de un consultor técnico especializado, con el alcance de los dominios y página web de Lar España, así como sobre los direccionamientos públicos, de usuarios y servidores de Grupo Lar y Gentalia.

En base a la información obtenida en dichas auditorías se procederá a elaborar un informe con las principales recomendaciones que llevarán a cabo los proveedores de estos servicios, así como un **Plan de Acción** para su implantación, que será monitorizado por parte del Comité de Ciberseguridad de Lar España.


2.2.4 Relación con los inversores

Lar España **promueve de forma activa la escucha y colaboración con sus principales inversores** para continuar aplicando las mejores prácticas y cumplir con sus objetivos de **manera ética y transparente**. Para ello, la Compañía cuenta con un departamento de relación con inversores a través del cual se realizan diversos *road shows* a lo largo del año que permiten atraer el interés de posibles nuevos inversores y reforzar las relaciones con los actuales. Asimismo, Lar España complementa estas actividades con la publicación de información a través de redes sociales, correo electrónico y página web, en la cual dispone de una **Agenda del Inversor** e informes evolutivos de su organización, garantizando el acceso a la información de accionistas e inversores.

Adicionalmente, la Compañía dispone de una **Política de Información, Comunicación, Contactos e Implicación** con el objeto de fomentar el diálogo, la confianza y la transparencia con los accionistas e inversores, nacionales y extranjeros. Los principios de esta Política son los siguientes:

- Veracidad, transparencia e igualdad de la información comunicada.
- Estricto cumplimiento de las obligaciones de comunicación establecidas.
- Protección de los derechos e intereses legítimos de todos los accionistas.
- Igualdad de trato.
- Diálogo continuo, accesibilidad y rapidez en la información.
- Compromiso y fomento de la participación informada de los accionistas en la Junta General del ejercicio de sus derechos.

Principales actividades realizadas con inversores en 2021

 Actividad de relación con inversores

 Medios de comunicación


18,4 Mn €

Las apariciones en los medios de comunicación y RRSS han supuesto el equivalente a un valor estimado de 18,4 millones de euros en prensa escrita y digital.

Publicación de información ESG

Mediante este enfoque la Compañía se propone además cumplir con las expectativas de grupos de interés e inversores potenciando el progreso socioeconómico en España y generando un **retorno financiero para los inversores de forma sostenible**. Como parte esencial de su Política de Sostenibilidad/ESG, la Compañía no se limita a la publicación de información financiera, sino que también se orienta a **desarrollar iniciativas que generen valor compartido**.

En este sentido, Lar España celebra reuniones periódicas con sus inversores en las que comparte la información ESG, además de publicar semestralmente el comportamiento del portfolio sobre cuestiones como por ejemplo:

- Gestión eficiente de los consumos en los activos (agua y energía).
- Emisiones de GEI asociadas a la actividad del negocio.
- Actualización del estado de los diversos proyectos implementados en el portfolio.
- Estado de certificaciones medioambientales.



Además, Lar España dispone de información publicada en su página web haciendo referencia a su **compromiso con la sostenibilidad** y a través de la cual se pueden encontrar los principales estándares internacionales a los que está adherida la Compañía, así como sus mejores prácticas en materia ESG:



La información ambiental pública se elabora siguiendo el estándar internacional para la elaboración de memorias de sostenibilidad de **Global Reporting Initiative (GRI)** en su versión Standards. Asimismo, la información relativa a sostenibilidad publicada por la Compañía ha sido revisada externamente por un tercero con un alcance de revisión limitada y teniendo como referencia la guía *GRI Sustainability Reporting Standards (GRI Standards)*.



Lar España aplica la guía **“Mejores prácticas y recomendaciones”** elaborada por EPRA en relación a la presentación, análisis y cálculo de los principales indicadores financieros y no financieros, estándar que ha sido seguido para la elaboración del presente informe.



Lar España participa anualmente en la evaluación de **GRESB (Global Real Estate Sustainability Benchmark)**, marco de referencia para la evaluación de aspectos ambientales, sociales y de buen gobierno (ASG) en el sector de *real estate*.



Lar España colabora asimismo con MSCI-IPD y está presente en su índice inmobiliario anual —**Índice IPD de inversión inmobiliaria en España (IPD Spain Annual Property Index)**, que facilita información y visibilidad adicional dentro del sector inmobiliario.



Lar España asume la responsabilidad de colaborar con el cumplimiento y promoción de los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y la Agenda 2030**. En 2021, de acuerdo a la metodología propuesta por UN *Global Compact* para que las empresas actúen a favor de los ODS, se ha analizado qué objetivos son prioritarios de acuerdo a la actividad propia de Lar España.



Lar España además reporta de forma periódica a la **Red Española de Pacto Mundial** a través de un informe sus acciones relativas a la implementación de sus Diez Principios en materia de derechos humanos, trabajo, medioambiente y lucha contra la corrupción.

2.2.5 Acción social

Lar España recoge en su **Política de Sostenibilidad/ESG** su firme compromiso de contribuir a un desarrollo humano, económico, y medioambiental que favorezca el desarrollo sostenible y el progreso social de las comunidades donde opera.

Comunidades locales

Debido a su actividad empresarial, la Compañía **genera beneficios económicos, empresariales y sociales** para múltiples actores, así como miles de empleos directos e indirectos. Por ello, Lar España contribuye a generar un beneficio en la economía de las comunidades locales donde se localizan sus activos:

- Crea nuevas oportunidades de negocio.
- Promueve la salud y bienestar.
- Transforma el clima social.
- Promueve un ambiente de inclusión.
- Fortalece los valores de la sociedad.
- Incentiva la participación ciudadana.

En la apuesta de valor de sus activos, la rehabilitación y operación del porfolio de manera integrada lleva implícita una atención y relación específica con la población local donde Lar España opera y, en especial, a su **progreso sostenible**. En este sentido, la Compañía realiza evaluaciones de impacto social en el 100% de sus operaciones y desarrollo de los activos:

El éxito de Lar España para generar empleo local e integrar los proyectos en la cultura y costumbres locales se basa en la **solidez de sus relaciones con los grupos de interés**, donde las comunidades locales cobran una especial relevancia. La Compañía utiliza canales como las reuniones con organizaciones locales previas a los proyectos, encuestas de opinión y herramientas tecnológicas para garantizar el flujo de información entre la empresa y la comunidad local.

Iniciativas de acción social

En 2021, como parte de su compromiso de contribución al entorno, Lar España ha realizado más de **160 iniciativas**. La Compañía ha promovido el desarrollo de actividades e iniciativas para dar apoyo a entidades sociales del entorno. Asimismo, fomenta acciones relacionadas con el desarrollo sostenible y el apoyo a la cultura local.

Entre las iniciativas que ha desarrollado a lo largo del año, se encuentra, entre otras, el reciclaje de ropa, el apoyo al deporte juvenil, recogida solidaria de juguetes, concienciación y sensibilización sobre aspectos ambientales, y donaciones a hospitales. Estas iniciativas han supuesto:

- **Más de 1.400 horas** dedicadas a iniciativas sociales y ambientales.
- **Más de 25 ONGs** y fundaciones con las que se ha colaborado.
- **Más de 570.000 €** destinados a colaboraciones, patrocinios e iniciativas sociales.
- **Más de 43.000 kgs** de ropa donada.
- **Más de 4.000 kgs** en campañas de recogida de alimentos.






Área de Impacto	EPRA: Medidas de desempeño en sostenibilidad (Social)				
	Código EPRA sBPR	Unidades de medida	Lar España 2019	Lar España 2020	Lar España 2021
Evaluación de impacto local	Comty-Eng	% de activos	100% (16 de 16)	100% (15 de 15)	93% (13 de 14)

Acciones sociales en los centros y parques comerciales

Lar España, siendo consciente de la capacidad de atracción e influencia que tienen sus activos en los habitantes de las áreas de influencia, fomenta las campañas de acciones sociales para dar apoyo

en la **contribución al desarrollo de sus comunidades**. Siguiendo esta línea, en 2021 se realizaron, entre muchas otras, las siguientes actividades en sus centros comerciales:



Campañas de concienciación y sensibilización ambiental

Activo	Iniciativa
Albacenter 	Campaña de concienciación del reciclaje de aceite usado , donde se informó de las consecuencias que conlleva el verter el aceite en las aguas y de las ubicaciones donde pueden depositar las botellas de aceite usado.
Ànec Blau 	El centro comercial promociona la concienciación sobre el medioambiente mediante la creación de un nuevo espacio para pequeños y adultos donde disfrutar de actividades y talleres ECO en familia. Estos talleres ponen el foco en el medio ambiente, la sostenibilidad y el reciclaje .
Gran Vía de Vigo 	Con motivo del Día Mundial del Agua , se realizó un sorteo en redes sociales para dar consejos sobre el ahorro de agua.
Las Huertas y MegaPark 	Con motivo de la celebración de la iniciativa mundial La Hora del Planeta, organizado por WWF, se apagaron las luces de los rótulos de los centros de 20:30 a 21:30h, contribuyendo de este modo a la mayor campaña de sensibilización de la lucha contra el cambio climático global.
Lagoh 	Para celebrar el día mundial del medioambiente se creó una aplicación llamada The Happiness Car ofrecida a empleados, con el objetivo de compartir coche para ir a Lagoh a trabajar y volver a casa. El objetivo era doble: medioambiental y social.






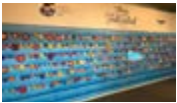

Campañas de reciclaje y uso sostenible de los recursos

Activo	Iniciativa
Albacenter 	Durante el año 2021, se ha recogido un total de 14.550 kg de ropa usada en colaboración con Inditex y H&M. Esta campaña tiene como objetivo fomentar el reciclaje.
Gran Vía de Vigo 	En el parking del centro se inauguró un nuevo espacio ecológico en el que se ha instalado un punto donde poder reciclar luminosos o pilas pero también donar ropa en desuso.
Portal de La Marina 	Portal de la Marina apuesta por ser un centro sostenible y trabaja para que su repercusión en el medioambiente sea la mínima. Una de las últimas acciones dedicadas a conseguir este objetivo ha sido la instalación de las máquinas RECICLOS de Ecoembes , que permiten que los clientes puedan reciclar latas y botellas de plástico. Asimismo, pueden conseguir puntos que se traducen en dinero destinado a causas sociales del entorno.

Campañas de apoyo a la cultura y el deporte

Activo	Iniciativa
Ànec Blau 	Ànec Blau apuesta por el cine y la cultura habiendo sido el patrocinador oficial del primer Festival de Cine Internacional de Castelldefels, contando con la categoría propia de mejor micro cortometraje de temática sostenibilidad y concienciación por el medioambiente . El corto ganador fue premiado con un cheque de 3.000€ para hacer un nuevo proyecto audiovisual que entrará automáticamente en el certamen del año siguiente.
VidaNova Parc 	Dentro del marco de la política de patrocinios, el parque comercial colaboró con el club de baloncesto Puerto de Sagunto. El 16 de octubre se celebró el 2º campeonato 3x3 dentro de las instalaciones de VidaNova, congregando a un gran número de familias de toda la comarca para disfrutar del deporte.

Campañas de salud y bienestar

Activo	Iniciativa
<p>Albacenter</p> 	<p>Se instaló una carpa de vacunación COVID-19 en el parking exterior del centro comercial los días 8, 9 y 10 de octubre para dar apoyo en la vacunación de la enfermedad.</p> <p>La campaña "Ahora no podemos parar" contra la mortalidad infantil se basa en la necesidad de seguir trabajando por la supervivencia infantil con programas que mejoran la nutrición y la salud, asegurando el acceso a agua potable y saneamiento, y promoviendo hábitos saludables para prevenir y tratar las principales causas de mortalidad infantil. Albacenter se involucró para tratar de conseguir financiación, los fondos obtenidos se destinan a los programas de supervivencia infantil de UNICEF.</p>
<p>Ànec Blau</p> 	<p>Con motivo del 10º aniversario de ASDENT, la asociación que investiga la cura para la enfermedad de Dent, Ànec Blau celebró dos eventos: un <i>talent show</i>, en el que concursaron diferentes talentos locales, y dos clases de <i>spinning</i> capitaneadas por Perico Delgado, ganador del Tour de Francia de ciclismo. Además de los donativos conseguidos en los eventos, Ànec Blau donó un cheque de 4.000€ a la asociación para la investigación realizada en el Hospital Vall d'Hebron de Barcelona.</p>
<p>As Termas</p> 	<p>El centro comercial desarrolló la Campaña "Hola Familia", un conjunto de actividades para familias donde se imparten talleres formativos de diversa índole para mejorar su bienestar, entre las que destacan: "Rabietas; cómo gestionarlas", "Adolescencia: mitos y realidades" o "Cambios en el embarazo".</p>
<p>Portal de La Marina</p> 	<p>Con el objetivo de donar los fondos necesarios para acondicionar y decorar el área de Salud Mental del Hospital Marina Salud, el centro comercial convocó a través de los medios y redes sociales a todos los deportistas de la Marina Alta a sumar kilómetros en el reto deportivo y solidario lanzado a través de la aplicación <i>Strava</i>.</p>
<p>Parque Abadía</p> 	<p>De la mano de la AECC, se realizan campañas anuales en un <i>stand</i> informativo para la lucha contra el cáncer.</p>
<p>Lagoh</p> 	<p>En colaboración con las residencias de ancianos y "Adopta a un abuelo", se realizaron acciones con el fin de recaudar fondos y concienciar al público general sobre la felicidad en personas mayores. En esta acción participaron 810 personas y se recogieron donaciones por valor de 2.000€.</p>
<p>El Rosal</p> 	<p>Instalación del espacio "Más salud, más Bierzo" para la Clínica Ponferrada, donde realiza charlas y da información sobre salud y bienestar.</p>



Otras campañas

Activo	Iniciativa
Lagoh	 <p>Como cada mes de febrero desde 2020, y en colaboración con el centro de transfusiones de sangre de Sevilla, se llevó a cabo una donación de sangre masiva. En esta acción que implicaba tanto al público general como a comerciantes, se recogieron 238 bolsas de sangre y participaron 270 personas en dos días.</p>
Gran Vía de Vigo	 <p>Se realizó una Máster Class formativa en <i>streaming</i> enfocada a aquellas personas que se encuentran en búsqueda activa de empleo o quieran explorar nuevas oportunidades en el mercado laboral. Se contó con la presencia de <i>coaches</i> especializados en formación y orientación laboral.</p>
Vistahermosa	 <p>Alcampo y City Vistahermosa llevaron a cabo la XVII Edición de la campaña “Ningún niño sin juguete” recogiendo entre el 5 de noviembre y el 20 de diciembre de 2021, la cantidad de 70 juguetes nuevos.</p>
As Termas	 <p>En el centro lucense se realizó una campaña de recogida de alimentos, donde a los clientes que traían su kilo de comida se les regalaba la camiseta oficial del centro comercial.</p>

—> [Pinche aquí para obtener más información sobre las iniciativas en la sección Anexo de este informe.](#)

2.2.6 Accesibilidad

Lar España tiene un firme compromiso de conseguir en sus activos entornos comprensibles, utilizables y practicables por todas las personas con independencia de sus capacidades.

En 2021 Lar España ha continuado el **proceso de mejora y adaptación** de sus activos para conseguir la mejor experiencia de todos los usuarios. El objetivo de la Compañía es obtener el **sello de Accesibilidad Universal de AENOR** en los activos en los que Lar España es propietario mayoritario, y no se encuentren bajo un proceso de reforma, en los próximos años.

Durante los últimos años la Compañía ha estado trabajando en alcanzar la certificación en ISO 21542 sobre accesibilidad del entorno construido, y cumplir con la norma UNE-170001 sobre Accesibilidad Universal, demostrando así su **compromiso por la integración.**

Durante los últimos años se han realizado las siguientes actividades:

100% del portfolio auditado en Accesibilidad Universal.

Los 14 centros y parques comerciales que conforman el portfolio de Lar España han sido auditados por ILUNION en Accesibilidad Universal.

43% del portfolio en trámite de certificación en UNE-170001.

Lar España se encuentra en proceso de obtención del sello AENOR de Accesibilidad Universal en **6 de los 14 centros y parques comerciales** en los próximos años: Gran Vía de Vigo, Parque Abadía, Albacenter, Ànec Blau, Megapark y Portal de la Marina.



En 2021 Lar España ha obtenido la certificación de **Accesibilidad Universal** en el parque comercial **Rivas Futura**.

43% de los activos certificados.

En 2021 se ha conseguido el certificado de **Accesibilidad Universal de AENOR para el parque comercial Rivas Futura**, el cual se suma a los conseguidos anteriormente en Lagoh, El Rosal, As Termas, VidaNova Parc, Vistahermosa.

Todo ello demuestra el compromiso de Lar España en materia de accesibilidad, con el fin de facilitar el acceso adecuado y cómodo a sus centros y parques comerciales, teniendo en cuenta las problemáticas existentes. De este modo, la Compañía tiene como objetivo garantizar la igualdad de oportunidades a todas las personas, con independencia de sus capacidades, en el acceso y disfrute de todos sus activos.

Más 140.000 € de inversión en mejora de la Accesibilidad en 2021.

Durante el 2021, y en línea con su **compromiso de promover la accesibilidad en sus activos**, Lar España ha seguido desarrollando el **plan de trabajo** que realizó en 2017, donde se establecieron prioridades y el modo de intervenir en los edificios para **hacerlos más rentables, saludables, seguros y eficientes**.

El resultado ha sido diferenciar entre medidas **urgentes, necesarias y recomendadas** con el objetivo de acometer, en los activos en los que Lar España es propietario mayoritario, las máximas medidas urgentes y necesarias. La inversión realizada durante el ejercicio 2021 se añade a las realizadas en 2020 por importe de 128.000€, en 2019 de 834.000€ y de 113.000€ en 2018 y 2017, cuando se inició el plan de accesibilidad.

Además, dentro del plan de accesibilidad la cifra contemplada dentro del plan de negocio para continuar con la mejora de los activos durante el año 2022 asciende a, aproximadamente, 700.000€ en el global del portfolio, lo que pone de manifiesto la capacidad de seguir aportando valor a los activos, posibilitando el aumento de visitantes.

Los datos relativos a la inversión de Lar España fueron fruto del diagnóstico que se realiza en colaboración de **ILUNION Tecnología y Accesibilidad, del Grupo ONCE y AENOR** (Asociación Española de Normalización y Certificación) cuyas auditorías de accesibilidad reflejan el estado de cumplimiento de la normativa vigente y proponen las acciones necesarias para obtener **certificaciones de Accesibilidad Universal**. Estas auditorías informan de tres niveles de acción:

1



Supresión de riesgos para los usuarios en el caso de que existieran carencias de accesibilidad en los edificios.

2



Cumplimiento de la normativa vigente en los edificios en proyecto y mediante la adopción de ajustes razonables en los edificios en uso, la adaptación a esa normativa (CTE y otras disposiciones).

3



Evaluación de las posibilidades y costes de ser certificados mediante normas de Accesibilidad Universal, lo que supondría alcanzar la excelencia en este aspecto.