

Lar España: Nuestro negocio

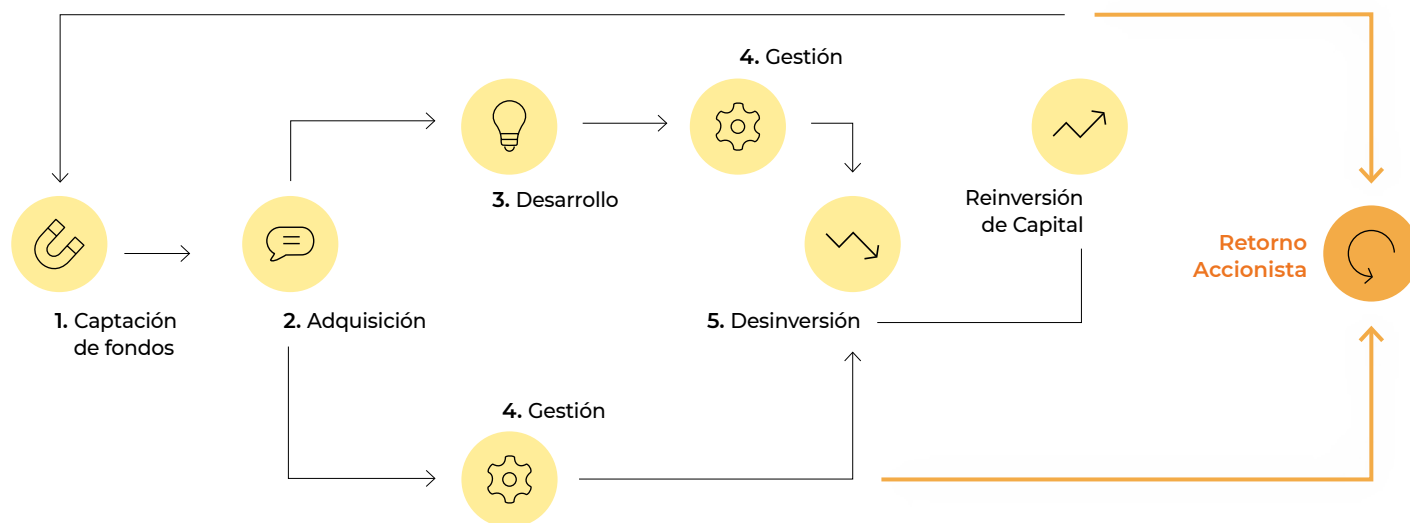
1.1 Modelo de negocio 18	1.2 Estrategia corporativa y posicionamiento 20	1.3 Cifras Clave 2021 34	1.4 Chart societario 31.12.2021 36
1.5 Grupo Lar como Gestor de Lar España 38	1.6 Entorno y tendencias 48	1.7 Transformación: cultura digital e innovación 62	




Lar España contribuye de una manera **ética, responsable y sostenible** mediante sus operaciones y toma de decisiones, **generando impacto positivo** tanto para la sociedad como para el medioambiente, obteniendo a su vez un retorno financiero para los inversores.




1.1 Modelo de negocio




1 

El **proceso de inversión** y gestión inmobiliaria comienza a nivel corporativo, donde se toman las decisiones de inversión y se adquiere **financiación** a través de:


- > Mercados financieros (Salida a bolsa y ampliaciones de capital).
- > Financiación Bancaria.
- > Financiación Alternativa (Bonos).

2 


Una vez analizada minuciosamente la oportunidad de inversión y los futuros retornos de la misma, se toma la **decisión de compra**.

3 

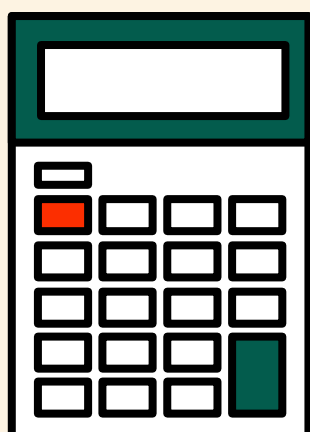
En la etapa de **desarrollo, construcción o rehabilitación de inmuebles**, prestamos especial atención a reducir los impactos ambientales y sociales negativos.

4 

Enfocamos la operación hacia la **gestión activa** y conservación de los activos de forma eficiente, dando importancia a aspectos como la sostenibilidad/ESG, la innovación y la accesibilidad, asegurando la creación de valor para todos nuestros grupos de interés.

5 

Vendemos nuestros activos en el momento óptimo, tras **maximizar la creación de valor** de los mismos, y asegurando haber alcanzado retornos en línea con los aprobados en el proceso de adquisición.





Centro Comercial
Àncel Blau (Barcelona)

1.2

Estrategia corporativa y posicionamiento

¿Quiénes somos?

Lar España Real Estate SOCIMI, S.A., (en lo sucesivo, Lar España) es una SOCIMI (Sociedad Cotizada de Inversión Inmobiliaria) que cotiza en el Mercado Continuo de la Bolsa de Madrid desde el 5 de marzo de 2014.

Se fundó en un **momento idóneo del ciclo inmobiliario español** en el que los precios alcanzaron mínimos históricos y el mercado inmobiliario entró en una nueva fase. Lar España también marcó el comienzo de un cambio de tendencia en el mercado de valores pues no solo fue la **primera SOCIMI española en salir a bolsa**, sino que fue la primera después de encadenar tres años sin que se produjeran nuevas cotizaciones y siete años desde la anterior salida a bolsa de una empresa inmobiliaria.

La Sociedad fue constituida con el objetivo de inversión en el mercado inmobiliario español con un plan de gestión patrimonial a largo plazo y de generar **altas rentabilidades para sus accionistas** a través de un reparto anual significativo de dividendos y de la creación de valor materializada en el incremento del EPRA NAV/ NTA de la Compañía.

Lar España está gestionada en exclusiva por **Grupo Lar**, Compañía inmobiliaria de la que cabe destacar su dilatada experiencia en el sector. Cuenta con un gran equipo de profesionales que realizan una tarea de gestión activa y diversificada de la cartera con el fin de maximizar la eficiencia operativa y la rentabilidad de cada activo.

A día de hoy, Lar España centra su **estrategia en la inversión** únicamente en activos del sector de **retail**, habiendo llevado a cabo un proceso de desinversión de los activos considerados como no estratégicos:

- **Parques y Centros Comerciales:** negocio de alquiler de locales y medianas comerciales. Se centra la estrategia en la búsqueda de activos **con fuerte potencial de crecimiento** y con oportunidad de mejora en la gestión de activos, principalmente en aquellos en los que existe oportunidad de reposición o ampliación.

Durante los años 2018 y 2019, Lar España llevó a cabo la desinversión de los activos logísticos y de las oficinas, para centrar su estrategia de inversión en los activos *retail*.

En lo que respecta al sector residencial, Lar España invirtió de forma excepcional mediante el desarrollo conjunto con PIMCO al 50% del proyecto de lujo Lagasca99. **Durante el año 2020 se completó la entrega de todas las viviendas.**

La política de inversiones de la Compañía se centra principalmente:

- En activos considerados como estratégicos, siendo estos **Centros y Parques Comerciales**, con fuerte potencial de crecimiento.
- Oportunidades de inversión en activos del sector **retail dominantes en su área de influencia**, que ofrezcan grandes posibilidades de gestión, evitando aquellos segmentos donde la competencia puede ser mayor.
- **Diversificación del riesgo**, expandiéndose en España principalmente en la inversión y desarrollo de superficies comerciales.

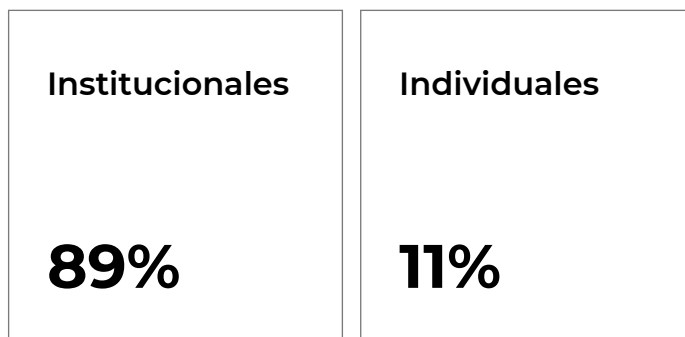
La Compañía mantiene un *pipeline* robusto que le permite estar cómodo con la consecución de los planes de inversión como estaba previsto.

Modelo de negocio responsable

El modelo de negocio de Lar España está basado en los principios rectores, compromisos, objetivos y estrategias de acción alineadas con el **Pacto Mundial de las Naciones Unidas, los principios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE), los aspectos contenidos en la Declaración Universal de los Derechos Humanos de Naciones Unidas y la Declaración de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).**

Adicionalmente, es consciente de su papel dentro de su actividad, comprometiéndose a contribuir de una manera **ética, responsable y sostenible** mediante sus operaciones y toma de decisiones, **generando impacto positivo** tanto para la sociedad como para el medioambiente y obteniendo, a su vez, un retorno financiero para los inversores.

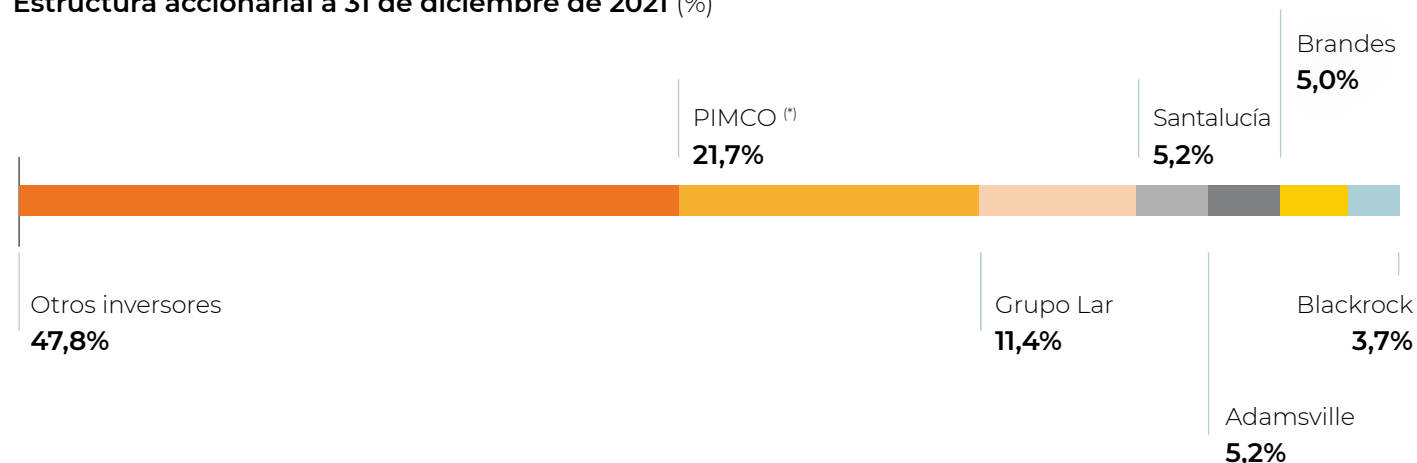
Lar España considera que la **inversión corporativa y el compromiso con el medioambiente** son elementos necesarios para la sociedad, lo que le permite aprovechar oportunidades como mejoras en eficiencia energética, desarrollo de nuevas herramientas digitales y colaboración con proveedores que garanticen los mejores servicios. De este modo, ha continuado apostando por la **creación de valor compartido**, manteniendo una comunicación fluida con los grupos de interés identificados y realizando inversiones que promuevan la sostenibilidad en diversos aspectos, mejorando el desempeño de los activos.



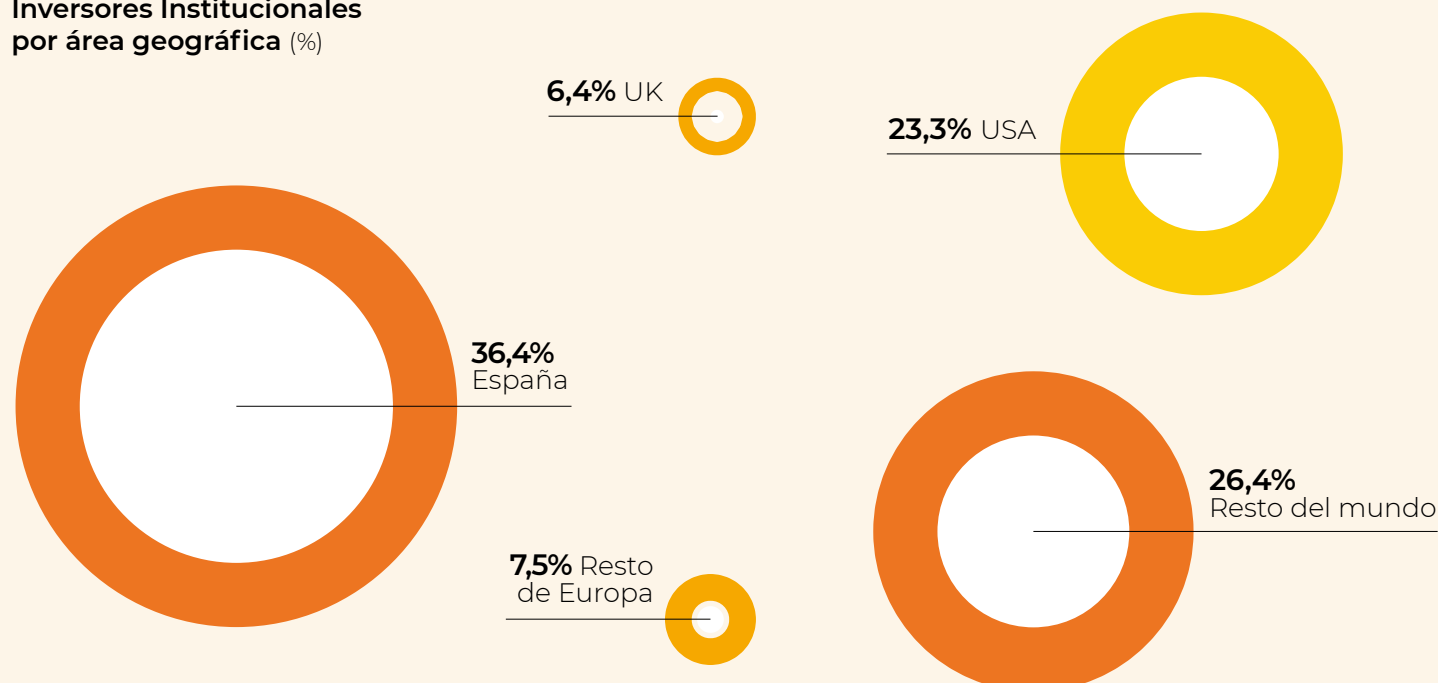
Estructura de capital

Lar España cuenta en su accionariado con algunos de los grupos de inversión y financieros más importantes del mundo.

Estructura accionarial a 31 de diciembre de 2021 (%)



Inversores Institucionales por área geográfica (%)



(*) Con fecha 28 de enero de 2022, PIMCO Bravo II Fund L.P. procedió a la venta del total de su participación en Lar España a Castellana Properties SOCIMI, S.A.

Estructura Organizativa

El **Consejo de Administración** es el máximo órgano de gobierno de Lar España, cuya responsabilidad es la supervisión de la dirección de la Sociedad con el propósito común de promover el interés social.

Además, es el órgano de gestión de Lar España, con las más amplias facultades para la administración de la Sociedad, salvo en aquellas materias reservadas a la competencia de la Junta General de Accionistas.

A fecha 31 de diciembre de 2021 el **Consejo de Administración** estaba formado por 7 de consejeros de los cuales **5 eran independientes y 2 dominicales**, en representación de PIMCO y Grupo Lar.

Todos los miembros del Consejo de Administración ocupan o han ocupado puestos de alta dirección en sociedades cotizadas de los sectores financiero e inmobiliario. (Véase la información facilitada en la sección 2 – ESG).

 P Presidente


 V Vocal

 C Consejero

 Consejero Independiente

 Comisión Auditoría y Control

 Consejero Dominical

 Comisión de Nombramientos, Retribuciones y Sostenibilidad



D. José Luis Del Valle



D. Alec Emmott



D. Roger Maxwell Cooke



D^a. Isabel Aguilera



D^a. Leticia Iglesias



D. Miguel Pereda



D. Laurent Luccioni (*)



D. Juan Gómez-Acebo

Secretario del Consejo (No Consejero)



D^a. Susana Guerrero

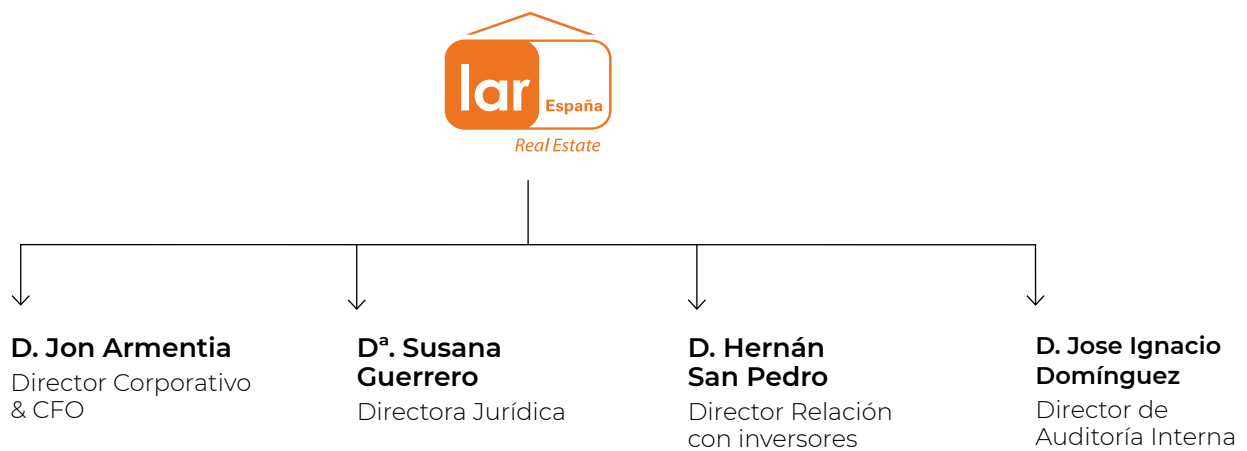
Vicesecretaria del Consejo (No Consejera)

(*) Con fecha 28 de enero de 2022 D. Laurent Luccioni presentó su dimisión como miembro del Consejo de Administración tras la venta por parte de PIMCO del total de su participación en Lar España.

Lar España, a su vez, cuenta con un **Equipo Directivo** que administra Lar España y se compone de cuatro personas (tres hombres y una mujer), que acumulan una notable experiencia en el negocio inmobiliario, además de un conocimiento experto del mercado.

El 100% de los empleados están cubiertos por Convenio Colectivo, habiendo existido durante 2021 una tasa de absentismo del 0%.

A continuación se detalla su estructura:





D. Jon Armentia
Director Corporativo & CFO

D. Jon Armentia es el Director Corporativo & CFO de la Compañía, habiéndose incorporado a Lar España en 2014.

Fue nombrado Director Financiero de Grupo Lar en el año 2006, siendo responsable del área de *retail*. Anteriormente trabajó en Deloitte (previamente Arthur Andersen) durante cuatro años.

Es Licenciado en Dirección y Administración de Empresas por la Universidad de Navarra y ha cursado el Programa de Dirección General (PDG) de IESE. D. Jon Armentia cuenta con más de 20 años de experiencia en auditoría, finanzas y en el sector inmobiliario, donde ha sido y es miembro de diferentes Comités y Consejos.

D^a. Susana Guerrero es la Directora Jurídica y Vicesecretaria del Consejo de Administración de la Compañía. Se incorporó a Lar España en noviembre de 2014.

Anteriormente trabajó como abogada en el área mercantil y fusiones y adquisiciones en Uría Menéndez durante 10 años y cuenta con amplia experiencia en gobierno corporativo, habiendo llevado la Secretaría del Consejo de numerosas sociedades de distintos sectores. Además, actualmente es Adjunta a la Dirección del Centro de Gobierno Corporativo de ESADE y Responsable de su Área de Opinión y Debate Público.

D^a. Susana Guerrero estudió Derecho en la Universidad Complutense de Madrid y cuenta con un Máster en Asesoría Jurídica por el Instituto de Empresa.



D^a. Susana Guerrero
Directora Jurídica

D. Hernán San Pedro es el Director de Relación con Inversores de la Compañía. Se incorporó a Lar España en enero del año 2016.

Anteriormente trabajó como Responsable de Relación con Inversores y RSC en Sacyr Vallehermoso, así como también en Skandia-Old Mutual Group y Banco Santander.

D. Hernán San Pedro estudió Derecho en la Universidad San Pablo-CEU (Madrid) y cuenta con un MTA por la Escuela Europea de Negocios. Experiencia de más de 30 años ocupando diferentes cargos en los sectores financiero, asegurador, construcción e inmobiliario.



D. Hernán San Pedro
Director Relación con inversores



D. Jose Ignacio Domínguez
Director de Auditoría Interna

D. Jose Ignacio Domínguez es el Director de Auditoría Interna de Lar España. Se incorporó a la Compañía en septiembre de 2021.

Cuenta con una amplia experiencia profesional internacional en diversos campos de la empresa privada, relacionados con Finanzas, Auditoría Interna, Gestión de Riesgos, *Compliance* y Gobierno Corporativo, habiendo trabajado anteriormente en empresas como Price Waterhouse Coopers, Fomento de Construcciones y Contratas o, la más reciente, Grupo Ezentis.

Es licenciado en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad Complutense de Madrid, habiendo cursado estudios en el Colegio Universitario San Pablo CEU. Posee además un máster de postgrado por el IESE Business School y es miembro del Registro Oficial de Auditores de Cuentas de España, (ROAC). Además cuenta con el certificado CRMA por el Global Institute of Internal Auditors (IIA).

Indicadores de desempeño

A continuación, se detallan los principales **indicadores sociales a nivel corporativo**, de acuerdo a los estándares EPRA, en los que se especifican materias tan relevantes para la Compañía como la diversidad, la formación, la rotación de empleados y las medidas relativas a salud y seguridad.

Área de Impacto	EPRA: Medidas de desempeño en sostenibilidad (Social)			
	Código EPRA sBPR	Unidades de medida	LAR ESPAÑA 2020	LAR ESPAÑA 2021
Diversidad	Diversity-Emp	Porcentaje de empleados directos	Hombres: 67% Mujeres: 33%	Hombres: 75% Mujeres: 25%
	Diversity-Pay	Porcentaje de empleados directos	N/A ^(*)	N/A ^(*)
Rotación	Emp-Turnover	Número y Porcentaje de empleados directos	Hombres: 0% Mujeres: 0%	Hombres: 0% * Mujeres: 0% * En 2021 se ha producido la contratación de un hombre, lo que implicaría un ratio de nuevas contrataciones del 25%
Salud y Seguridad	H&S-Emp	La tasa de lesiones (IR), tasa de días perdidos (LDR), la tasa de gravedad de accidentes (ASR), la tasa de ausencias (AR) y los fallecimientos relacionados con el trabajo para todos los empleados	IR Hombres: 0 Mujeres: 0 LDR Hombres: 0 Mujeres: 0 ASR Hombres: 0 Mujeres: 0 AR Hombres: 0 Mujeres: 0 Número de muertes por accidente o enfermedad laboral Hombres: 0 Mujeres: 0	IR Hombres: 0 Mujeres: 0 LDR Hombres: 0 Mujeres: 0 ASR Hombres: 0 Mujeres: 0 AR Hombres: 0 Mujeres: 0 Número de muertes por accidente o enfermedad laboral Hombres: 0 Mujeres: 0
	H&S-Asset	Número de activos	14 de 14 ^(**)	14 de 14
	H&S-Comp	Número de incidentes	No se ha detectado ningún incumplimiento de la normativa de seguridad y salud	No se ha detectado ningún incumplimiento de la normativa de seguridad y salud
Formación y desempeño	Emp-Training	Número medio de horas de formación de los empleados directos	120 horas	27 horas
	Emp-Dev	Porcentaje de empleados directos	100%	100%

Verificado por auditor externo, ver Anexo 5.4. Informe de Revisión Independiente.

Diversity-Emp: Diversidad de empleados por género a 31/12/2020 y a 31/12/2021.

Emp-Turnover: Número y porcentaje total de nuevas contrataciones durante el ejercicio a fecha 31/12, y el número total y porcentaje de bajas (voluntarias y forzosas) durante 2020 y 2021.

H&S-Emp: La tasa de lesiones (IR), la tasa de días perdidos (LDR) o la tasa de gravedad de accidentes (ASR), la tasa de ausencias (AR) y los fallecimientos relacionados con el trabajo para todos los empleados.

H&S-Asset: Proporción de los activos controlados por la empresa para los cuales los impactos en la salud y la seguridad han sido revisados o evaluados para su cumplimiento o mejora.

Emp-Training: Media de horas de formación durante el ejercicio.

Emp-Dev: Porcentaje del total de empleados que recibieron una evaluación regular de desempeño y desarrollo profesional durante el período del informe.

(*) En el caso de Lar España este indicador no es aplicable al tener 4 empleados, y solo uno de ellos es mujer.

(**) No se tiene en cuenta la cartera de 22 supermercados que ha sido desinvertida durante el año 2021



Centro Comercial
Lagoh (Sevilla)

Lar España continúa siendo líder en la calidad del **reporting financiero y de sostenibilidad/ESG** de acuerdo a los estándares **EPRA**.

Visión

Proporcionar experiencias de compra únicas que combinen el ocio y el *retail* en una aproximación basada en la omnicanalidad.

Misión

Liderar el sector de acuerdo al tamaño de nuestra cartera, la calidad de nuestros activos y nuestra gestión.

Valores

Enfoque corporativo
Responsabilidad

Enfoque en el cliente
Calidad y respeto

Enfoque en el mercado
Innovación

Enfoque en el inversor
Transparencia y honestidad

Estándares internacionales

Lar España tiene por objeto cumplir las normas internacionales más estrictas en materia de transparencia, comparabilidad y compromiso, aportando información de calidad y veraz.

En consecuencia, es miembro de la **European Public Real Estate Association (EPRA)**, asociación internacional líder cuyo objetivo es facilitar información financiera comparable entre empresas inmobiliarias que cotizan en bolsa.

En septiembre de 2021, por **séptimo año consecutivo**, Lar España ha sido galardonada con el **EPRA Gold Award** que reconoce a la **calidad de la información financiera** puesta a disposición de sus principales grupos de interés. En lo que concierne a la información publicada sobre **ESG**, Lar España ha obtenido por **cuarto año consecutivo** la máxima distinción por parte de EPRA, logrando el **Gold Award**.

Con ello se pone de manifiesto el reconocimiento internacional a la calidad de la información reportada por Lar España y puesta a disposición de sus accionistas.





Parque Comercial
Megapark (Vizcaya)

Es importante destacar que todos los indicadores de EPRA relativos a ESG/ Sostenibilidad incluidos en el presente informe han sido verificados por un externo independiente. En el Anexo 5.4 se encuentra incluido el Informe de revisión independiente al respecto.



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 nos facilita información y visibilidad adicional dentro del sector inmobiliario.

Como resultado a los esfuerzos realizados en materia de ESG, la Compañía ha obtenido una **calificación BBB** en el índice internacional MSCI. Con ello, se ponen de manifiesto los diferentes avances realizados en este campo y la apuesta por una estrategia en la Compañía en línea con los estándares de ESG internacionales.



Durante el ejercicio 2021, Lar España ha participado **por cuarto año consecutivo** en la evaluación **GRESB (Global Sustainability Real Estate Benchmark)** que se ha convertido en el estándar para evaluar el compromiso con el medio ambiente, social y de buen gobierno (ESG) en el sector inmobiliario. La calificación obtenida en el año 2021 supone un **incremento del 25%** respecto a la obtenida el año anterior, un porcentaje que se **eleva a más del 50%** si la puntuación es comparada con la obtenida en el año 2019 y **cerca de un 90%** si se compara con el primer año que Lar España participó en este índice, 2018.



FTSE4Good

Adicionalmente, durante el año 2021 el índice internacional FTSE Russell **ha mantenido a Lar España como constituyente de su índice FTSE4Good** de acuerdo con los resultados obtenidos en la evaluación de los criterios ESG realizada de manera independiente por la compañía FTSE Russell.

SCORE



+25%

2021 vs 2020

+56%

2021 vs 2019

+87%

2021 vs 2018

(*) El uso por parte de Lar España de cualquier dato de MSCI ESG Research LLC o sus afiliadas ("MSCI"), y el uso de logotipos, marcas registradas, marcas de servicio o nombres de índices de MSCI, no constituye un patrocinio, respaldo, recomendación o promoción de Lar España por MSCI. Los servicios y datos de MSCI son propiedad de MSCI o de sus proveedores de información, y se proporcionan "tal cual" y sin garantía. Los nombres y logotipos de MSCI son marcas comerciales o marcas de servicio de MSCI.

El índice, que ha sido diseñado para identificar a las empresas españolas con mejores prácticas de responsabilidad corporativa, ESG, es utilizado como referencia por una amplia variedad de inversores y participantes en el mercado para evaluar inversiones responsables.

Esto ha sido logrado gracias al cumplimiento por parte de Lar España de los requisitos para convertirse en un componente del índice, evidenciando las buenas prácticas llevadas a cabo por la Compañía en materia medioambiental, social y de gobernabilidad.



Lar España ha realizado con éxito la emisión de dos bonos verdes senior no garantizados por un importe conjunto total de 700 millones de euros. Dentro del contexto de la emisión, la Compañía ISS-ESG realizó la revisión independiente sobre la estrategia de sostenibilidad/ESG de la Compañía sobre la base de los 2021 *Green Bond Principles* emitidos por el ICMA (*International Capital Markets Association*).

Adicionalmente, la agencia de calificación Fitch asignó una calificación *investment grade* o calificación BBB tanto a Lar España como a las emisiones de bonos verdes. Dichas emisiones fueron lideradas por Morgan Stanley Europe, actuando como coordinador global y asesorando sobre la estructura sostenible de la operación.

Los títulos de deuda fueron finalmente colocados entre inversores cualificados y cotizan en el mercado de MTF Euro de la Bolsa de Valores de Luxemburgo.

Lar España ha empleado los fondos para refinanciar total o parcialmente una selección de activos inmobiliarios con el fin de reducir las emisiones de carbono asegurando que los activos son respetuosos con el medio ambiente.



Una muestra más de la apuesta de la Compañía por la transparencia son los resultados obtenidos en el Informe Reporta, estudio que analiza la calidad de la información de las compañías cotizadas españolas puesta a disposición de los *stakeholders* evaluando cuatro aspectos fundamentales: relevancia, compromiso, transparencia y accesibilidad de la información.

En dicho *ranking*, Lar España ha alcanzado el puesto 24 de 116 empresas, lo que supone un ascenso del 11% respecto a la información reportada en 2020 en el *ranking* general, incremento que se eleva al 17% en el sector financiero e inmobiliario donde ha obtenido el puesto 5 de 25 empresas.

De este modo, la Compañía continúa situándose por encima de la media de las empresas del IBEX35 y muy cerca del Top 10 de compañías dentro de este índice.

En 2021 la compañía ISS-ESG ha realizado la revisión independiente sobre la estrategia de sostenibilidad/ESG de la Compañía.

IBEX Gender Equality Index

Por último, Lar España ha sido incluida dentro de las 30 compañías que forman parte del índice **IBEX Gender Equality Index, como muestra del compromiso de la Compañía en cuestiones de diversidad.**



En el año 2020, Lar España llevó a cabo la **adhesión al Pacto Mundial de las Naciones Unidas mediante la firma de la carta de compromiso, mostrando así su clara intención de alinear la estrategia de sostenibilidad/ESG con la Agenda 2030 de las Naciones Unidas.**

En 2021 la Compañía ha querido dar un paso más allá desarrollando un **Plan de Acción** mediante la identificación de asuntos relevantes y su contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

Como resultado de este análisis, fueron identificadas **tres prioridades estratégicas y seis objetivos**, asociados a las funciones corporativas y operativas de la cadena de valor de Lar España y sus involucrados.

De este modo la Compañía **ha identificado los ODS de mayor relevancia para su actividad** y se han definido las líneas de actividad para **alinear la estrategia y el modelo de gestión con la consecución de los ocho ODS definidos y sus correspondientes metas** (Ver apartado 2. ESG).

Para garantizar la correcta implementación de los ODS, sensibiliza y promueve la **adopción de la Agenda 2030 en el gobierno de la compañía y en la definición de las políticas corporativas.** Asimismo, realiza un seguimiento de las acciones realizadas dentro de la actividad de la Compañía para contribuir a cada uno de los ODS identificados.

↳ 9 acciones corporativas & 13 acciones operativas

+50%

Dotarán de un marco de actuación robusto

+30%

Corregirán impactos negativos

+17%

Promocionarán positivos



Centro Comercial
Gran Vía de Vigo (Vigo)

1.3 Cifras clave 2021

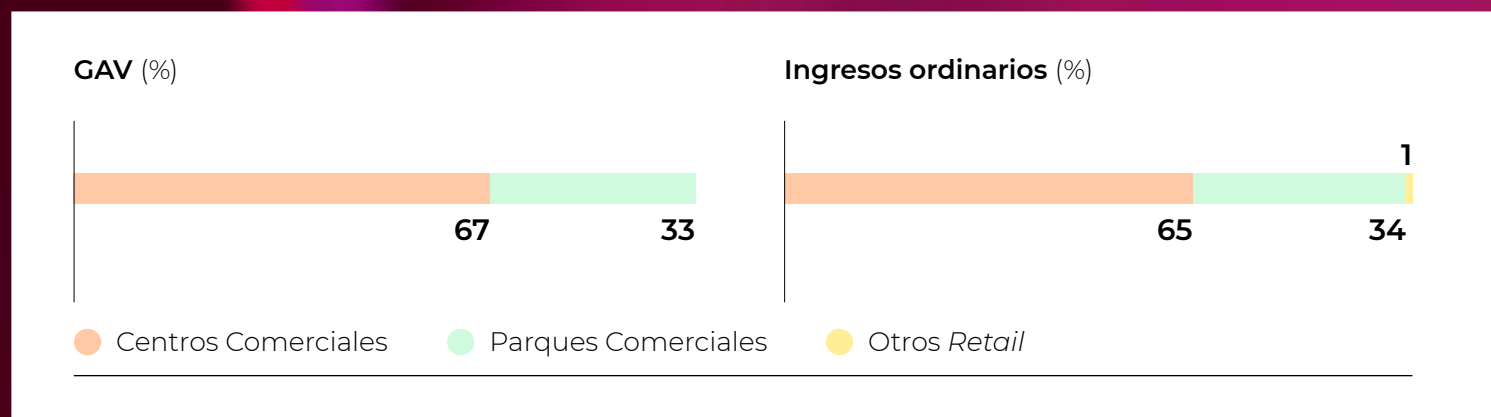
→ Información Cartera



→ Información Financiera



Resultados Operativos



Actividad Comercial



Sostenibilidad/ESG

Certificaciones BREEAM

- › **93%** del portfolio certificado
- › **100%** de los centros comerciales cuentan con la certificación

Intensidad de consumos

43,0 kWh/m²
de consumo de energía
(-0,1% vs 2020 LfL)

Emisiones

517 Ton eq CO₂
de emisiones de alcance 1, 2 y 3
(-20,5% vs 2020 LfL)

Sociedad

+ 16.000
puestos de trabajo generados

8,6%
personal con discapacidad superior al 33%

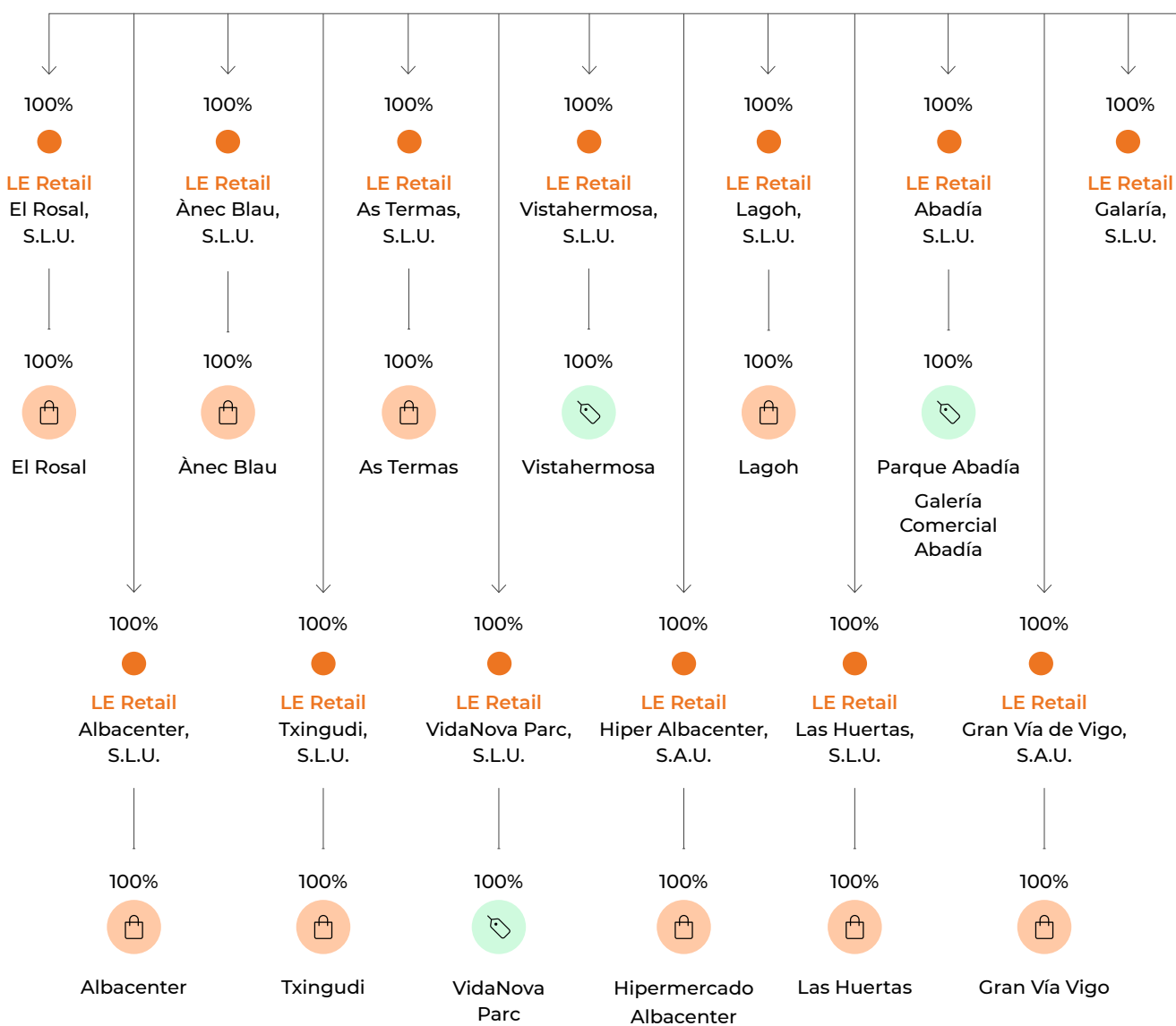
Accesibilidad

6 activos certificados en AENOR Accesibilidad Universal

(1) Ratio calculado bajo estándares EPRA. / (2) Like for Like excluyendo el portfolio de 22 supermercados desinvertido en el primer trimestre de 2021. / (3) Excluyendo 4 operaciones no comparables.

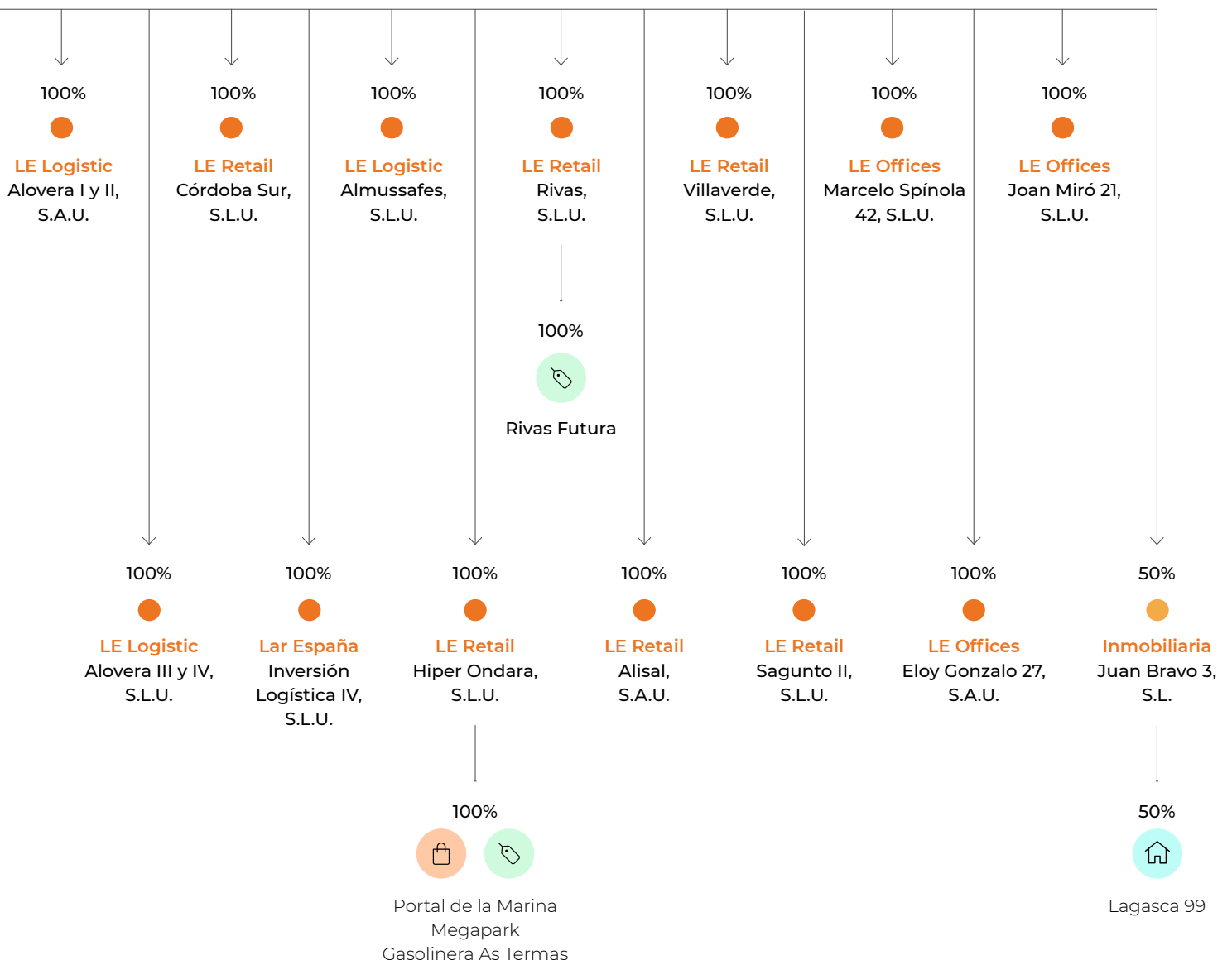
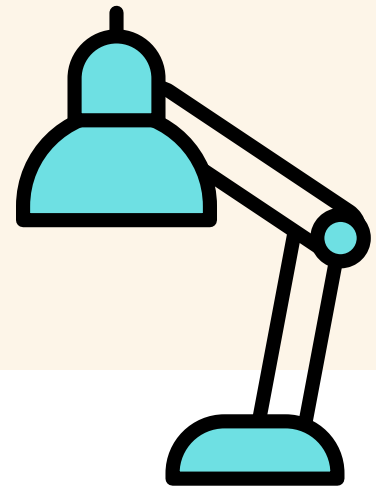
1.4 Chart Societario 31.12.2021

El **perímetro de consolidación** del Grupo a 31 de diciembre de 2021 es el siguiente:



Sociedad

- Integración Global
- Método de la participación (puesta en equivalencia)



Tipología de activo

- Centros Comerciales
- Parques Comerciales
- Residencial

1.5 Grupo Lar como Gestor de Lar España

Lar España Real Estate SOCIMI, S.A. está gestionada en exclusiva por **Grupo Lar**, prestigiosa inmobiliaria española de propiedad familiar con más de 50 años de experiencia internacional dedicada a la promoción, inversión y gestión de activos inmobiliarios.

En febrero de 2018, Lar España anunció la **renovación del contrato de gestión** de su portfolio inmobiliario con Grupo Lar hasta el 31 de diciembre de 2021.

Posteriormente, ante el vencimiento el 1 de enero de 2022 del contrato de gestión vigente, el Consejo de Administración de Lar España aprobó con fecha 8 de junio de 2021 los nuevos términos y condiciones para la **renovación del contrato de gestión suscrito** entre Lar España y Grupo Lar (el *Investment Management Agreement* o "IMA").

Los términos y condiciones fueron acordados teniendo en cuenta la **experiencia acumulada hasta la fecha y la buena relación entre la Sociedad y la gestora**, en el entendimiento de que estos cambios son **beneficiosos para la Compañía** y que derivan en un **mejor alineamiento de intereses**.

Entre las modificaciones más relevantes, destaca la estructura de comisiones (comisión fija o *base fee* y comisión variable o *performance fee*), modificadas con el objetivo de **mejorar la estructura de costes de Lar España y reforzar el alineamiento existente entre los intereses de la Sociedad Gestora y de los accionistas de Lar España**.



I. Ventajas competitivas de Grupo Lar

1. Estabilidad en la propiedad y Gobierno Corporativo

Compañía propiedad de la **familia Pereda**.

Aplicación de medidas avanzadas de **Gobierno Corporativo**. Cuenta con profesionales de gran prestigio en el ámbito inmobiliario y/o financiero.

2. Sólido equipo Gestor

La media de **profesionales** en Grupo Lar es de **248**, distribuidos en los **6 países** con presencia de Grupo Lar, con programas de capacitación en cada país y procesos de selección del talento para consolidar los mandos intermedios.

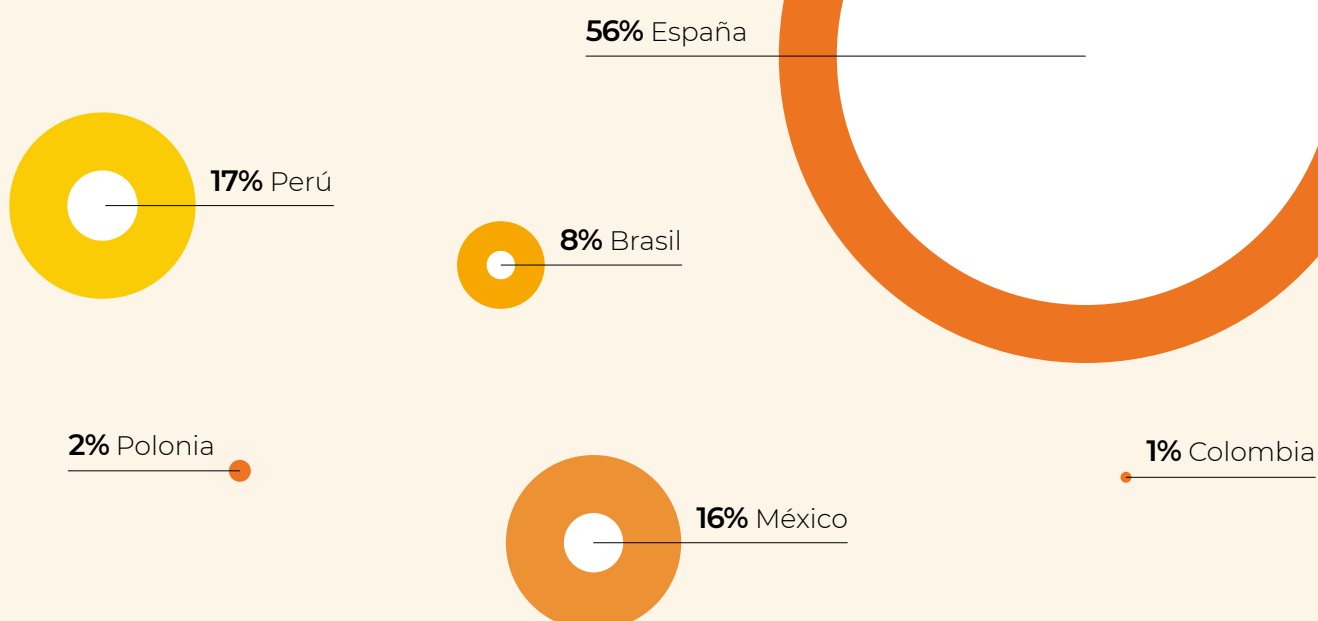
Amplia **experiencia y conocimiento** del mercado inmobiliario español.

3. Diversificación geográfica

Presencia internacional a través de la gestión de una cartera que se extiende a nivel global en **6 países** del continente europeo y americano.

Sólido equipo gestor con **amplia experiencia y conocimiento** del mercado inmobiliario español.

Peso de cada país en el portfolio de Grupo Lar (%)



Sólida posición financiera

con capacidad de adaptación a los diferentes ciclos inmobiliarios gracias a la **diversificación geográfica y de activos**.

4. Diversificación por producto

Grupo Lar es una inversora, promotora y gestora de activos inmobiliarios **especializada en varios sectores** (centros comerciales, oficinas, residencial e industrial y logístico).

5. Gestor y socio de confianza

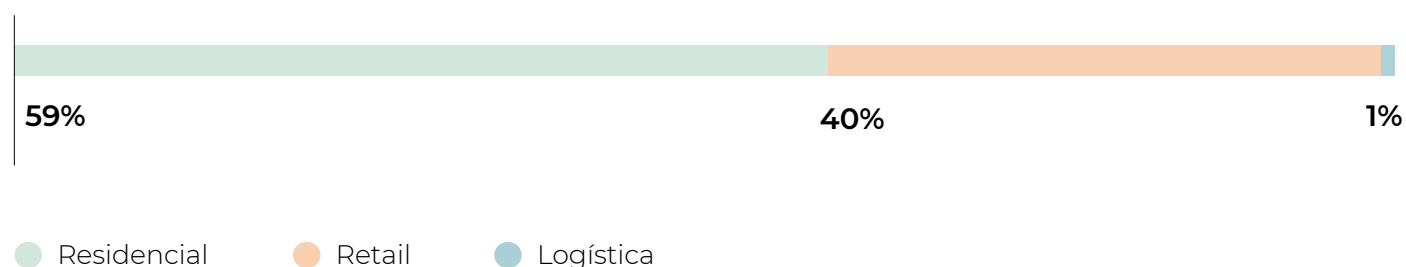
Co-inversor y socio industrial de inversores institucionales y *Hedge Funds*. Trayectoria contrastada en **Joint Ventures y alianzas con inversores de primer nivel y clientes corporativos**, a los que ha ayudado a rentabilizar su inversión aportando su experiencia y conocimiento inmobiliario.

6. Sólida estructura financiera

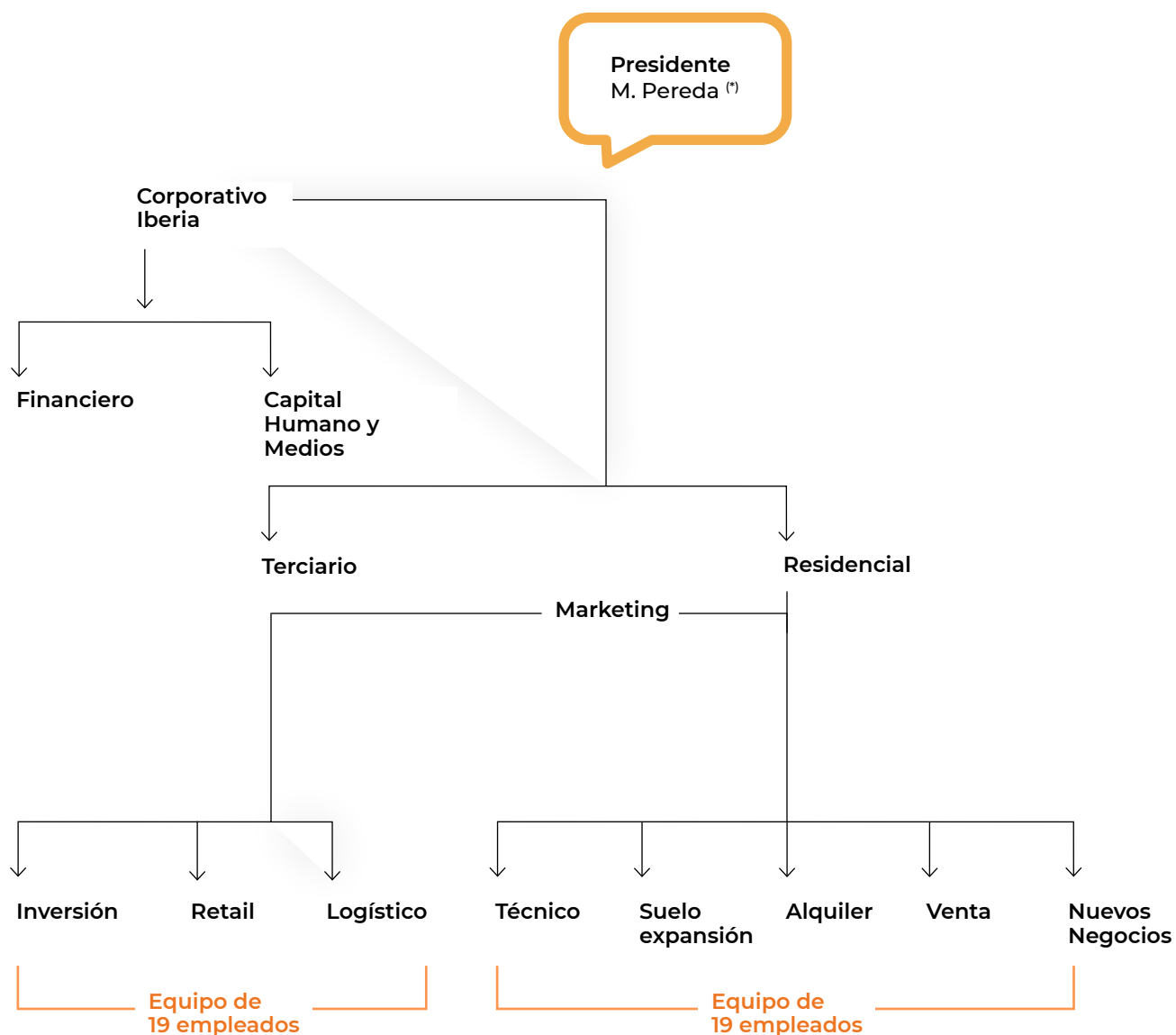
Coza de una **sólida posición financiera** con capacidad de adaptación a los diferentes ciclos inmobiliarios gracias a la **diversificación geográfica y de activos**.



GAV gestionado por Grupo Lar a 31 de diciembre de 2021 (%)



A continuación, se incluye el organigrama del equipo Gestor, involucrado en la gestión diaria de Lar España:



(*) Miembro del Consejo de Grupo Lar Inversiones Inmobiliarias.

Socio de Confianza en Alianzas/JVs

Uno de los valores diferenciales más importantes de Grupo Lar es su reconocida experiencia a la hora de establecer **alianzas con inversores internacionales** de la talla de Green Oak, Grosvenor, Goldman Sachs, Henderson Global Investors e Ivanhoé Cambridge, entre otros.



GROSVENOR

THE BAUPOST GROUP



Goldman Sachs

Joint Ventures de larga y exitosa trayectoria

- Grupo Lar ha gestionado y participado en **Fondos Inmobiliarios de instituciones** internacionales de gran prestigio.
- **JV al 50% con Grosvenor**, de 2000 a 2008, para desarrollar, invertir y gestionar oficinas y centros comerciales en España (6 parques industriales, 6 edificios de oficinas y 13 centros comerciales).
- Grupo Lar y **Whitehall (Goldman Sachs)** establecieron una alianza (1998-2002) para invertir en centros comerciales y oficinas.
- Grupo Lar y **Centerbridge** crearon una *Joint Venture* en el año 2019 con el objeto de desarrollar y crear un **portafolio de naves logísticas grado A** en España, con un volumen esperado de **250 millones de euros**. Centerbridge es una firma de inversión privada que ha realizado inversiones por encima de los 8 billones de dólares en el sector de *real estate* en Norte América y Europa.

Alianzas y JVs para invertir en diversos activos y geografías

Alemania:

En 2007, Grupo Lar invirtió en oficinas y residencial para clientes de banca privada de La Caixa.

España:

- Centros Comerciales:
JV con Invanhoé Cambridge, Eroski, Vastned Retail, Acciona Inmobiliaria, GreenOak, Sonae Inmobiliaria, GE Capital, Henderson y Rockspring.
- Segmento residencial:
En 2020, alianza con Primonial para la gestión de una cartera de 5.000 viviendas. Por otro lado, ha gestionado más de 3.850 viviendas en alianzas con Banco Sabadell, Bankia, AXA Re, Catalunya Caixa y promotores inmobiliarios.

Latinoamérica:

Alianzas estratégicas y JV con Grupo Acción en México; RB Capital, Mero do Brasil y Concima en Brasil; y Cosapi en Perú.

El año pasado Grupo Lar formalizó una alianza **con la firma francesa Primonial** para la creación de una nueva plataforma de vivienda en alquiler que desarrolle y gestione una cartera de 5.000 viviendas en las principales ciudades de España, a través de una inversión de **400 millones de euros**.

Por otro lado, ha gestionado más de 3.850 viviendas en alianzas con Banco Sabadell, Bankia, AXA Re, Catalunya Caixa y promotores inmobiliarios



La gran experiencia y conocimiento de Grupo Lar quedan sobradamente plasmados en el hecho de que la Sociedad sea propietaria en su totalidad de **Gentalia**, uno de los mayores gestores patrimoniales inmobiliarios de activos *retail* en España.

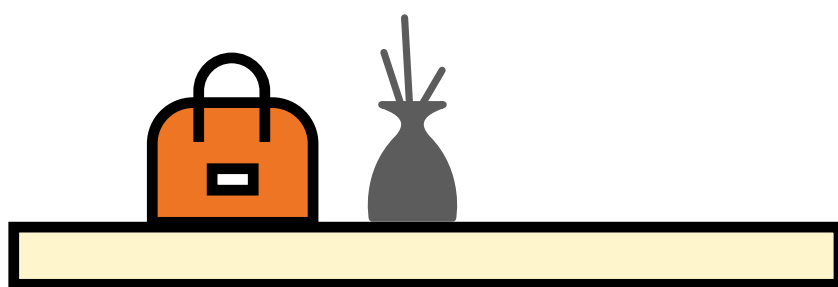
Con más 20 años de experiencia en el sector, Gentalia tiene como actividad corporativa la **consultoría, gestión patrimonial, comercialización y gestión de centros y parques comerciales**, habiéndose posicionado como una de las empresas más **sólidas, activas e innovadoras**. Dichas actividades las realiza para la gran mayoría de la cartera de Lar España.



El tener un **equipo propio** permite, además de una gestión diferenciada, la fidelización de buena parte de los operadores comerciales. Por otro lado, se consigue la optimización de los costes operativos de los centros y parques comerciales al obtener economías de escala.

En la actualidad, Gentalia cuenta con una cartera de **29 Centros y 5 proyectos** de diversas tipologías, operativos en diferentes lugares de España. Esto supone una superficie bruta alquilable de **1.020.000 m²**, además de un conocimiento actualizado y una relación permanente **con todos los operadores comerciales de prestigio del mercado**, incluidos los 1.900 inquilinos presentes en sus activos en gestión.





II. Honorarios de Grupo Lar por la gestión en 2021

El 19 de febrero de 2018 (*) Lar España suscribió un acuerdo con su sociedad gestora, Grupo Lar, con el objeto de **renovar los términos del contrato de gestión de inversiones o *Investment Management Agreement (IMA)*** firmado por ambas partes el 12 de febrero de 2014.

Entre las modificaciones más relevantes, destaca la estructura de comisiones correspondientes a la Sociedad Gestora (comisión fija o *base fee* y comisión variable o *performance fee*), modificadas con el objetivo de **mejorar la estructura de costes de Lar España y reforzar el alineamiento existente entre los intereses de la Sociedad Gestora y de los accionistas de Lar España.**

Base fee (Honorarios fijos)

De acuerdo a dicho **contrato de gestión**, el *base fee* a abonar por parte de Lar España es calculado sobre la base de un importe anual equivalente al que resulte más elevado entre:

- **2 millones de euros.**
- La suma de (a) el **1,00% del valor del EPRA NAV** (excluyendo el efectivo neto) a 31 de diciembre del ejercicio anterior hasta un importe inferior o igual a **1.000 millones de euros**, y (b) el **0,75% del valor del EPRA NAV** (excluyendo el efectivo neto) a 31 de diciembre del ejercicio anterior en relación con el **importe que supere los 1.000 millones de euros.**

De este modo, los honorarios fijos registrados en el Estado de Resultado Global Consolidado de Lar España a 31 de diciembre de 2021 ascienden a **8.609 miles de euros.**

Base Fee	miles de euros
EPRA NAV/ NTA 31.12.20	881.376
Fee bruto	8.814
Gastos de Grupo Lar incurridos por Lar España	(205)
BASE FEE	8.609

(*) Con fecha junio de 2021 la Compañía renovó el acuerdo de gestión con Grupo Lar, cuyas condiciones estarán vigentes desde el 1 de enero de 2022 hasta el 31 de diciembre de 2026.



Performance fee (Honorarios variables)

Asimismo, Grupo Lar tiene derecho a una **retribución variable anual** (*Performance fee*) que le retribuye en función de la **rentabilidad obtenida** por los accionistas de Lar España.

La rentabilidad anual de los accionistas se define en el contrato de gestión como la suma de la variación del EPRA NAV/ NTA del Grupo durante el ejercicio menos los fondos netos obtenidos por la emisión de acciones durante el ejercicio, más los dividendos distribuidos durante el referido ejercicio.

De acuerdo a las condiciones estipuladas en el contrato, el *performance fee* a abonar a la Sociedad Gestora **se calcula en función del EPRA NAV/ NTA y de la capitalización bursátil de la Sociedad**, y se encontrará sujeto a un límite total equivalente al 3% del EPRA NAV/ NTA de la Sociedad a 31 de diciembre del ejercicio precedente.

El *performance fee* se devenga a partir del momento en el que:

- **El incremento anual del EPRA NAV/ NTA** (neto de ampliaciones de capital y del reparto de dividendos) es superior al **10%** → un **16%** de todo lo que supere el 10% de incremento anual.
- **El incremento anual de la capitalización bursátil** (neto de ampliaciones de capital y del reparto de dividendos) supere el **10%** → un **4%** de todo lo que supere el 10% de incremento anual.

A continuación, se calcula el incremento anual del **EPRA NAV/ NTA**:

Evolución EPRA NAV/ NTA	miles de euros
EPRA NAV/NTA 31.12.20	881.376
EPRA NAV/ NTA 31.12.21 (*)	869.635
Diferencia bruta	(11.741)
Dividendo 2020 repartido en 2021	27.500
Reducciones de capital efectuadas	20.763
Diferencia neta	36.522
INCREMENTO % 31.12.20 - 31.12.21	4,14%
Retorno por encima del 10%	0,00%
PERFORMANCE FEE	-

(*) Cifra pre *performance fee*.

Por tanto, **no se devengó cantidad alguna de *performance fee* por variación de EPRA NAV/NTA.**

Asimismo, la evolución de la capitalización bursátil se muestra en la siguiente tabla:

Evolución capitalización bursátil	miles de euros
Capitalización bursátil 31.12.20 (*)	420.949
Capitalización bursátil 31.12.21 (*)	418.130
Diferencia bruta	(2.819)
Dividendo 2020 repartido en 2021	27.500
Reducciones de capital efectuadas	20.763
Diferencia neta	45.445
EVOLUCIÓN % 31.12.20 - 31.12.21	10,80%
Retorno por encima del 10%	0,80%
PERFORMANCE FEE	134

De este modo, se han devengado **134 miles de euros** en concepto de *performance fee* de acuerdo a la evolución de la capitalización bursátil durante el año 2021.

El importe de **8.743 miles de euros** resultante de agregar el *base fee* y el *performance fee* se encuentra registrado en el Estado de Resultado Global Consolidado a fecha 31 de diciembre 2021 dentro de la partida "Otros Gastos". Ver apartado 4 "Información Financiera y EPRA".

El importe de los honorarios se ha tenido en cuenta para el cálculo del EPRA Cost Ratio. Ver apartado 4 "Información financiera y EPRA".

(*) Calculada con la media del precio de cierre de las últimas 20 sesiones.





Centro Comercial
Àncora Blau (Barcelona)

1.6 Entorno y tendencias

1. Economía, año de la recuperación tras la pandemia

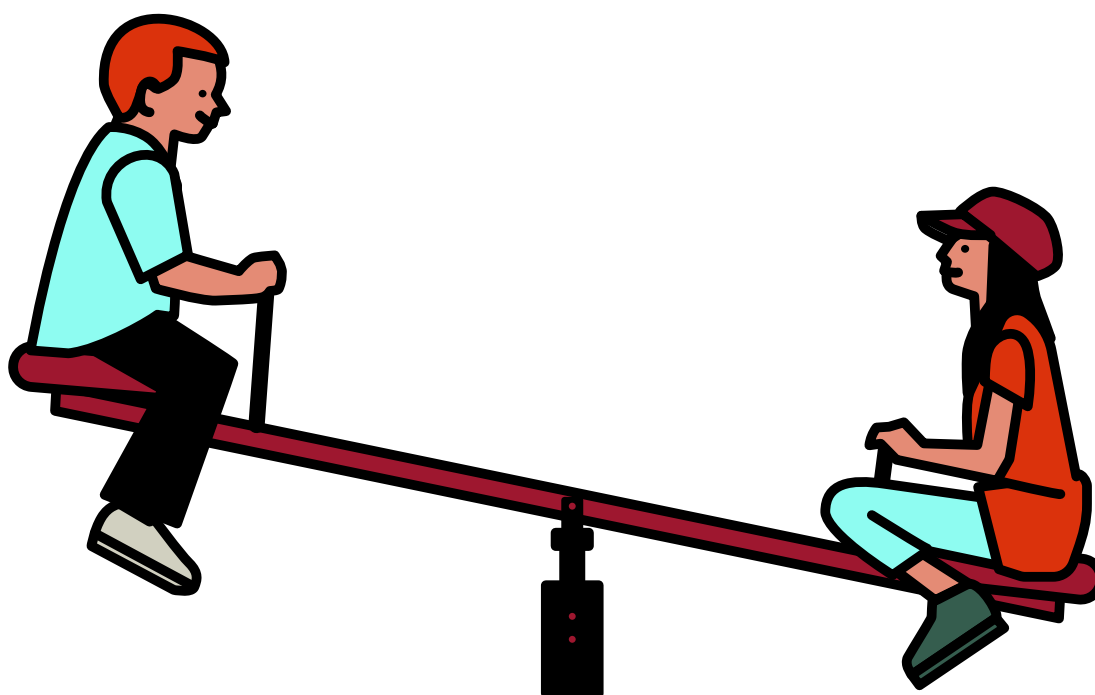
Crecimiento y PIB

La mejora de los indicadores cualitativos y el incremento de la afiliación efectiva han motivado un aumento significativo del dinamismo de la economía. La robustez del consumo se ha visto favorecido por la **recuperación progresiva del mercado de trabajo** y, como resultado, de las rentas de los hogares. Adicionalmente, la disminución paulatina de la incertidumbre sobre la situación sanitaria y económica ha favorecido una reducción del componente precautorio del ahorro y proporcionó **un impulso adicional al gasto de las familias**.

La economía española repuntó con fuerza en 2021 tras el retroceso sufrido en 2020 por la pandemia de COVID-19.

Según los datos publicados por el Banco de España, en 2021 **el crecimiento del PIB se situó en el 5,1%** (*) respecto al año anterior, gracias fundamentalmente al consumo de los hogares. La menor incidencia de la pandemia, con el trasfondo del **avance de la vacunación**, ha dado lugar en el segundo semestre del año a crecimientos elevados de la actividad a pesar de que las restricciones derivadas de la sexta ola rebajaron las expectativas de crecimiento.

No obstante, el **grado de incertidumbre es alto** y las perspectivas económicas para el próximo año siguen estando muy condicionadas por el aumento de la inflación, problemas en las cadenas de suministros y las consecuencias derivadas de la guerra en Ucrania.



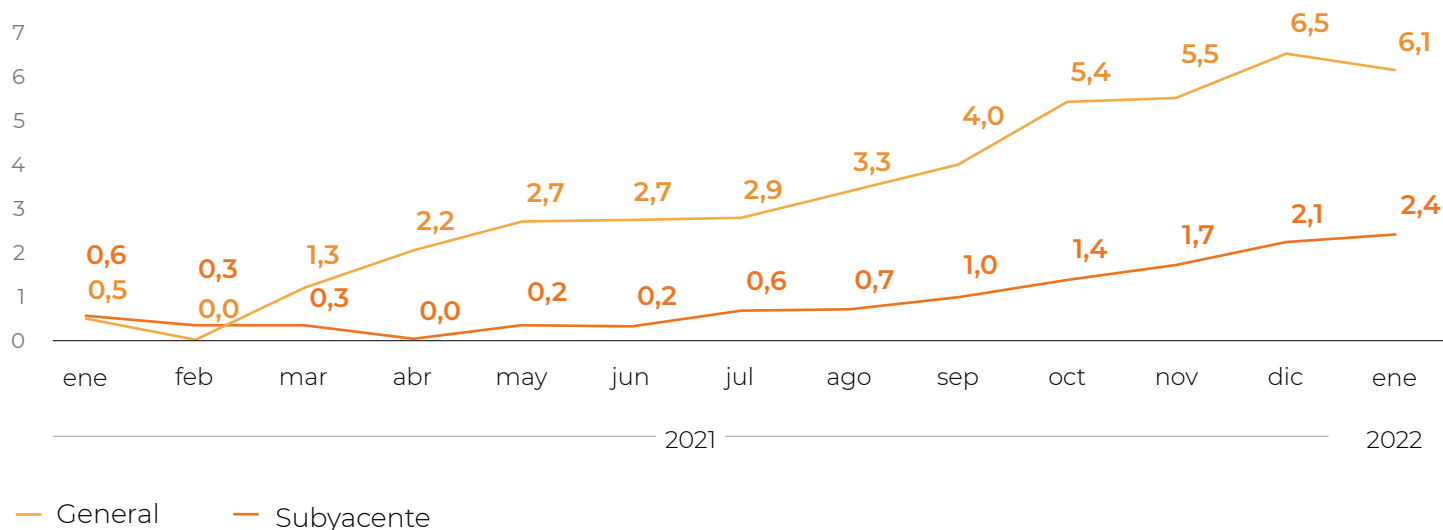
(*) Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística).

Inflación

La inflación en los últimos meses ha registrado un **repunte significativo**, debido en gran parte al aumento derivado de la subida de los precios vinculados a la energía. A pesar de que se consideraba

un efecto transitorio por tensiones de oferta, el **IPC** alcanzó en el mes de **diciembre** una **tasa de variación anual del 6,5%**, lo que supuso una **inflación media** en 2021 del **3,1%**, la más alta en 10 años.

Tasa anual del IPC (%)



Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística).

Empleo

El mercado laboral acabó el año con **datos positivos**. Durante 2021 la **tasa de desempleo** registró un descenso por los efectos derivados de la recuperación económica hasta situarse en el **13,3% a cierre de año (*)** (16,1% a finales de 2020). Por otro lado, la **población ocupada** aumentó en 840.700 personas lo que refleja un **aumento del 4,4%** en términos interanuales.

Tras el descenso en la ocupación registrado en 2020 por la pandemia, se espera una **mejora de los niveles de empleo en los próximos años**. La Cámara de Comercio de España estima un incremento de en torno al **4,9% para el conjunto de 2022** vinculado, en gran parte, a la correcta ejecución por parte del Gobierno y el tejido empresarial de las reformas estructurales necesarias con los fondos europeos *Next Generation*, de forma que el mercado laboral sea capaz de absorber la oferta existente de mano de obra.

(*) Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística).



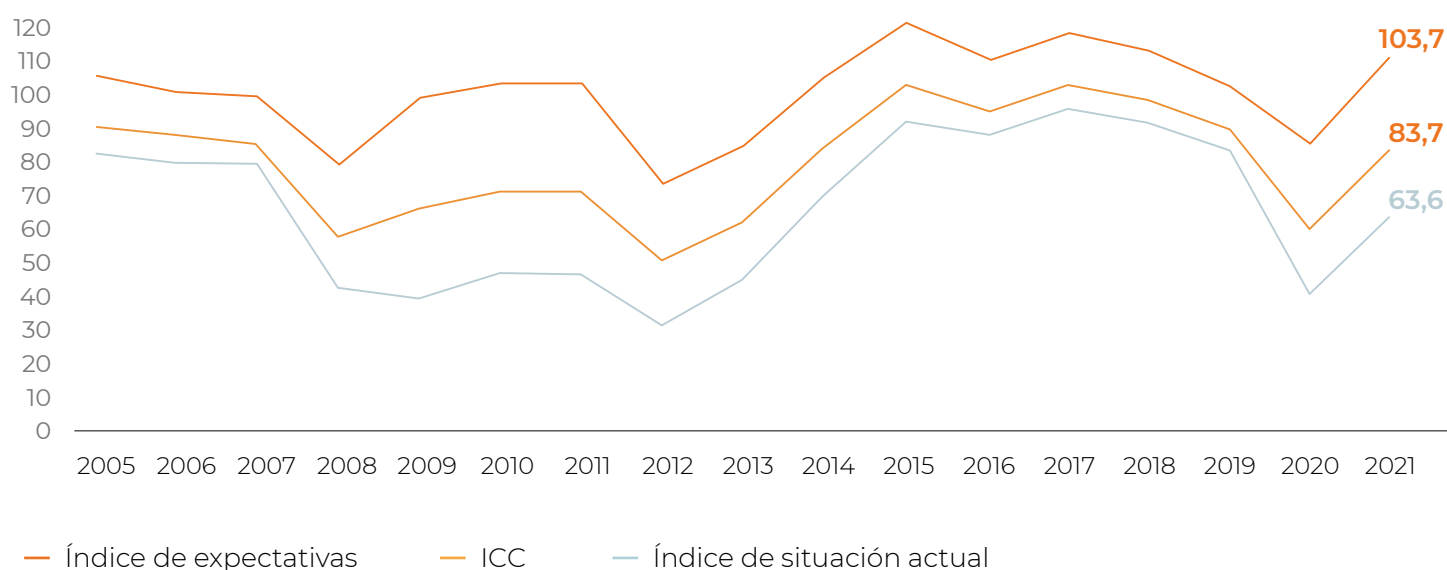
Índice de Confianza del Consumidor

La media anual en 2020 del **Índice de Confianza del Consumidor (ICC)** del CIS ascendió a **83,7 puntos**, situándose 23,7 puntos por encima del dato de 2020, aunque sigue estando por debajo de todas las cifras obtenidas entre 2014 y 2019. La **tendencia del último trimestre del año ha sido negativa** debido al crecimiento de la incertidumbre, aunque la evolución conjunta del año 2021 ha sido positiva, habiendo incrementado un total de 25,6 puntos desde inicio de año (+45,9%).

Adicionalmente, la valoración de la situación actual aumentó 37 puntos en 2021, mientras que la valoración de las expectativas registró una subida de 14,2 puntos.

En lo que respecta a los pronósticos de consumo, continúan sujetos a la evolución del conflicto bélico, de la inflación y del precio de energía.

Evolución del Índice de Confianza del Consumidor, Índice de situación actual e Índice de expectativas (%)



Turismo

El turismo ha vuelto a recuperar peso como motor clave de la economía española en 2021, pasando de representar un **5,5% del PIB a llegar hasta el 7,4%**. El número de turistas internacionales que visitaron España **aumentó un 64,4%** durante el pasado año en comparación con 2020, según datos del INE, pero sigue presentando un descenso del 62,7% respecto a 2019.

En lo que respecta al gasto turístico en España, los turistas no residentes gastaron 34.816 millones de euros durante 2021, lo que supone un **aumento del 76%** respecto al dato de 2020. El **gasto medio por turista** alcanzó los 1.118 euros, un 7% más que en 2020, mientras que el gasto medio diario creció un 2,7%, hasta los 137 euros.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística (INE) y exceltur.org



2. Inversión, alto volumen pese a la pandemia

España vuelve a registrar **niveles de inversión pre-COVID** a cierre de 2021. El año concluyó con un volumen acumulado por encima de los **12.100 millones** de euros en operaciones de inversión en España, un 57% por encima de la cifra registrada en 2020. Las cifras de inversión han recuperado fuerza, principalmente en el sector de la distribución y en el de oficinas.

Por su parte, la **inversión terciaria** (oficinas, *retail* y logística) alcanzó un volumen por encima de los **7.300 millones** de euros, demostrando la recuperación económica del sector inmobiliario en España. El sector de **oficinas** continúa siendo uno de los pilares fundamentales del sector con un volumen por encima de los 2.500 millones, lo que representa cerca de un **50% más que en 2020**, impulsado principalmente por la mayor contratación en Barcelona.

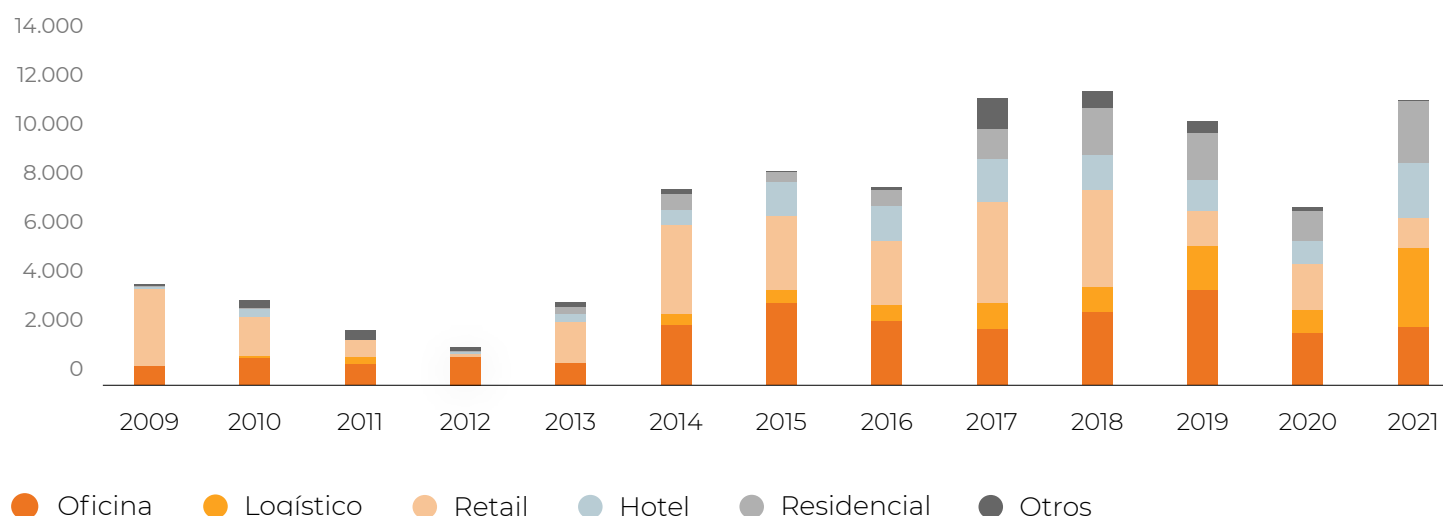
La **creciente demanda de espacio logístico** provocó que la inversión en este sector se elevase hasta los 3.478 millones, lo que supone el **mayor crecimiento de los últimos cinco años**. Cabe esperar que el apetito inversor vaya en aumento, sobre todo en la búsqueda de portafolios de calidad con contratos

a largo plazo. Sin embargo, el sector será cada vez más **riguroso en cuanto al impacto que tiene la sostenibilidad y la eficiencia** en estos activos.

En el caso del **sector retail**, se vio afectado por la ralentización general de la economía durante el año pasado, algo que se ha visto reflejado en los niveles de inversión, alcanzando **los 1.328 millones**, aproximadamente **la mitad que en el año anterior** tras el repunte en el último trimestre del año. A pesar de la menor actividad en el mercado, el foco inversor se ha centrado en la alimentación (supermercados e hipermercados) y los parques de medianas, subsectores percibidos por los inversores como alternativas seguras de obtención de ingresos.

El segmento de **food retail** ha continuado su **tendencia alcista** marcando la segunda cifra más alta de la serie histórica. Los **parques comerciales** por su parte mantendrán el **interés de los inversores** a medida que la oferta de las tiendas de alimentación se vaya reduciendo. Además, la recuperación de este segmento ha sido visiblemente más rápida, una tendencia que se ha ido consolidando, lo que ha hecho que estos activos tengan más potencial de cara a los inversores y estén atrayendo progresivamente a compradores institucionales.

Volumen de inversión según sector (millones de euros)



En cuanto a **centros comerciales**, han superado las adversidades provocadas por la pandemia **sin sufrir grandes cambios estructurales**.

La inversión **oportunist**a ha sido la predominante en este segmento, aunque se espera que el volumen de transacciones aumente en los próximos dos años tras la estabilización del mercado, conforme **la incertidumbre se vaya despejando**. Las **tendencias** que se han ido reforzando en los trimestres de pandemia, a pesar del repunte del comercio electrónico, han sido las mismas que ya se perfilaban en el segmento antes de la COVID-19: **incrementar la experiencia del usuario y diversificar la oferta de ocio**.

En cuanto al segmento **high street**, continúa el interés por parte de los inversores, a la vez que existe una elevada liquidez en el mercado. No obstante, la falta de acuerdo en cuanto a precio por parte de compradores y vendedores dificulta el cierre de operaciones. El **interés** se centra en la **zona prime**, mientras que las zonas secundarias quedarían penalizadas por su menor grado de resiliencia.

En cuanto a **centros comerciales**, han superado las adversidades provocadas por la pandemia **sin sufrir grandes cambios estructurales**.

Perfil del inversor

España continúa siendo para los inversores el mercado de preferencia en el sur de Europa para colocar su capital dado que es considerado un mercado líquido. La inversión en España durante el año 2021 estuvo protagonizada por un **80% de capital de procedencia internacional**, consolidando la tendencia del creciente protagonismo que están ganando los inversores extranjeros.

En 2021 destacó la fuerte actividad de los **fondos de inversión**, que acumulan más del **80% de la inversión total en retail**, mientras que los inversores privados y SOCIMIs/REITs representaron el resto de la inversión.



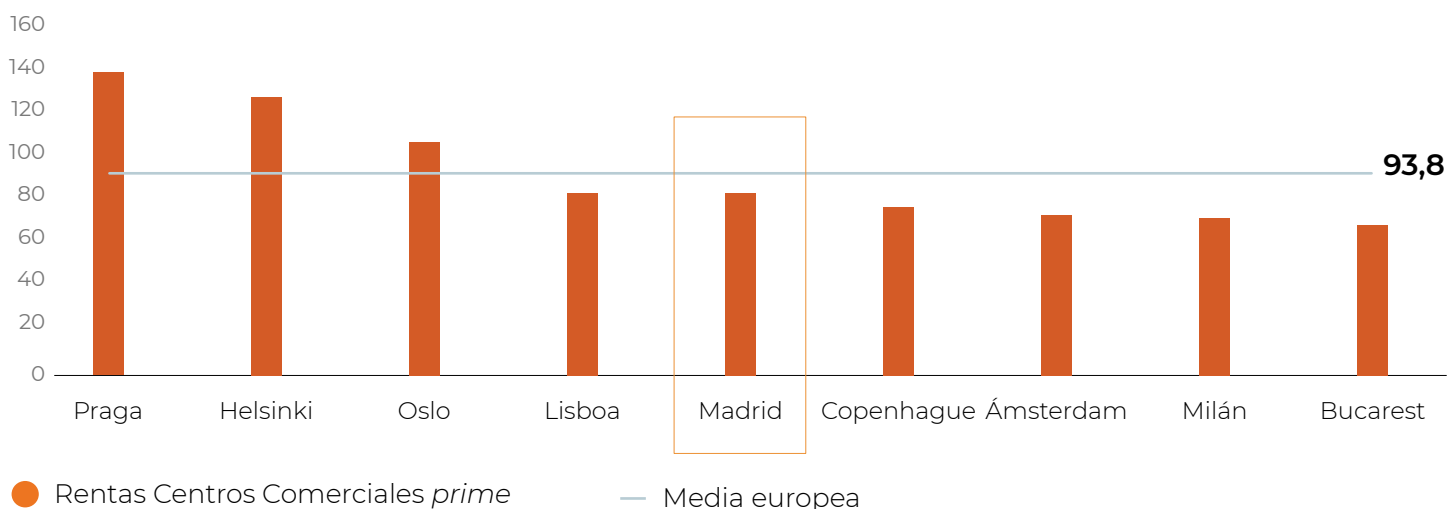
3. Mercado Retail

Rentas prime

La situación extraordinaria vivida durante 2020 modificó el panorama jurídico y contractual del sector retail y propietarios y arrendatarios tuvieron que llegar a acuerdos con el fin de que el impacto negativo provocado por los cierres y la limitación de los aforos fuera el menor posible para ambas partes.

Durante el año 2021 algunos propietarios optaron por prorrogar hasta fin de año las rentas escalonadas negociadas en 2020 para garantizar el mantenimiento de la ocupación, mientras que otros, por el contrario, eliminaron dichas condiciones al comprobar que el funcionamiento de sus centros ya justificaba el nivel de rentas de 2019.

Rentas Centros Comerciales prime (€/m²/mes)



Fuente: Cushman and Wakefield.

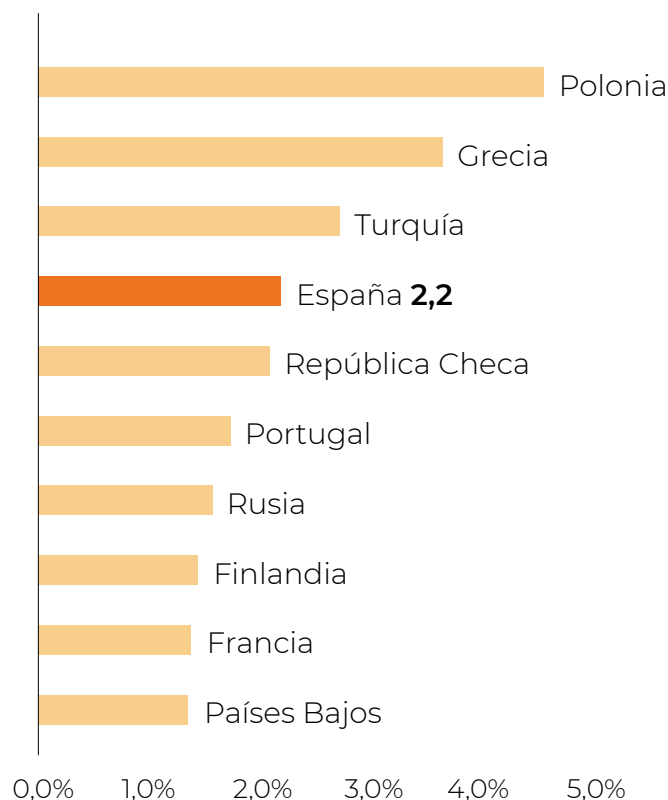
Las rentas prime en centros comerciales se mantuvieron constantes a largo de 2021, alcanzando los **90€/m²/mes a cierre de año**. Por su parte, las rentas prime en parques comerciales se situaron en **17,5€/m²/mes** a finales de 2021, lo que supone un **nivel constante** tanto en centros como en parques comerciales, si se compara con el año anterior.

↳ Rentas prime 4T 2021



Fuente: JLL

Crecimiento medio anual de rentas en Centros Comerciales (% 2021-2025) Top 10 Europa



Fuente: JLL Research.

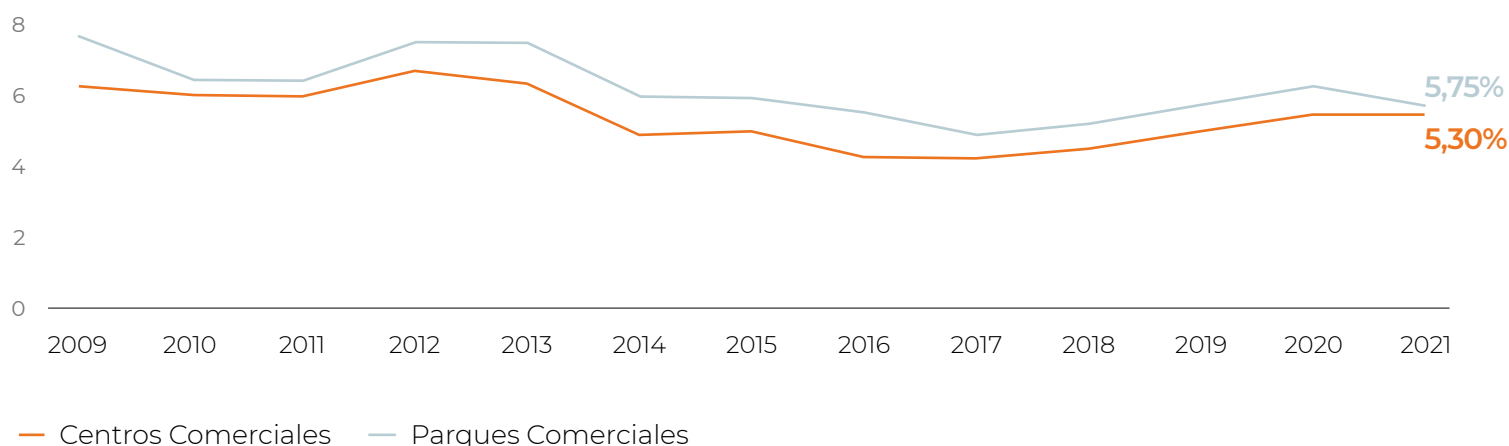
Rentabilidades prime

Desde el inicio de 2021 se observa una **tendencia en Europa de corrección al alza de las rentabilidades de centros comerciales prime**. En España, las rentabilidades *prime* de los activos retail se mantuvieron estables a lo largo del año 2021, ya que continuaba la incertidumbre sobre la coyuntura del mercado y la sostenibilidad de las rentas, fundamentalmente en centros comerciales y *High Street* (principalmente en el sector de la moda).

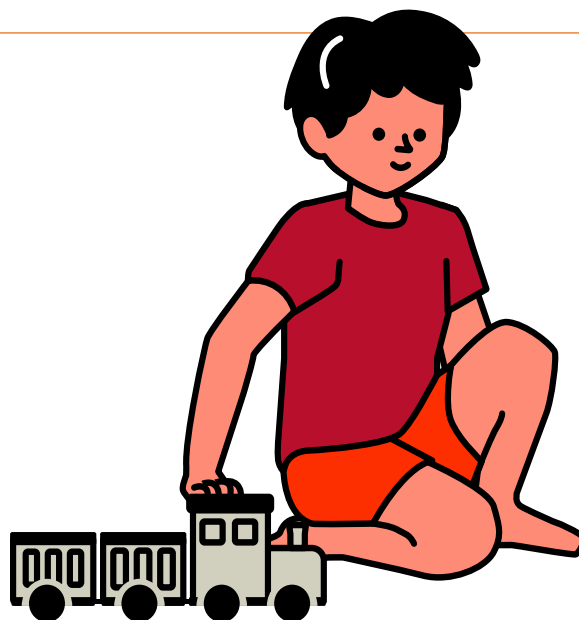
Se estima que en 2022 las rentabilidades *prime* de centros y parques comerciales se mantendrán estables, habiendo los parques comerciales registrado un ajuste de las *yields* menos acentuado.

A finales de año, **las rentabilidades prime en High Street alcanzaron un 3,45%**, mientras que en el caso de los **centros comerciales la cifra fue de un 5,30%**. En lo que respecta a **parques comerciales**, la cifra se situó en **un 5,75%** a cierre de año, por lo que se concluye que en las tres tipologías de activos se han **mantenido estables las rentabilidades** si se comparan con el año anterior.

Rentabilidades prime España (%)



Fuente: Cushman and Wakefield y JLL.



Stock

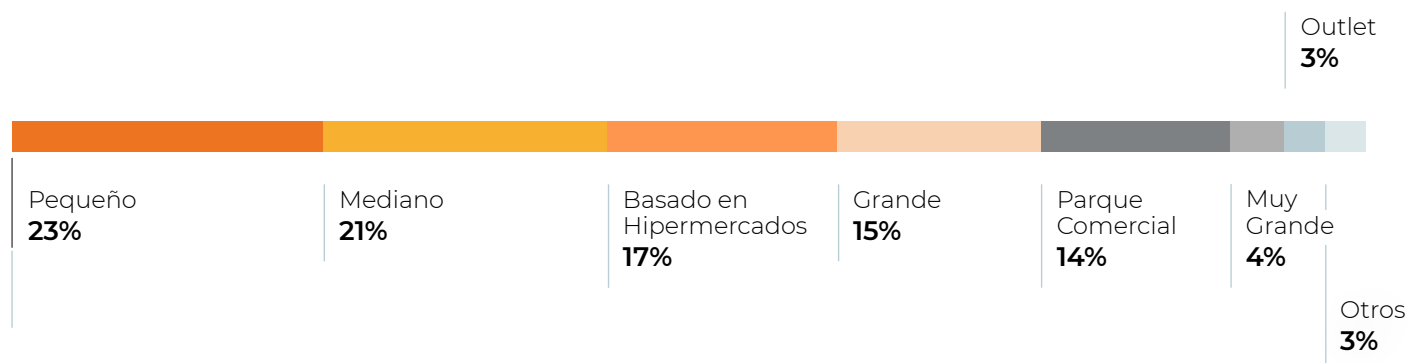
El stock actual de superficie comercial en producto tradicional **retail en España supera ya los 16 millones de metros cuadrados**. La cifra incluye centros comerciales, complejos outlet, centros de ocio, parques de medianas e hipermercados con galería comercial.

A lo largo de 2021 se inauguraron **9 complejos comerciales** que añadieron al mercado cerca de 250.000 m² de nueva Superficie Bruta Alquilable (SBA), de la cual los **parques comerciales y de ocio** acumulan el **40%**. Con ello, el **stock** actual de centros y parques comerciales se sitúa a cierre de 2021 en **572 activos y 16 millones de metros cuadrados alquilables**.

Aunque las aperturas de nuevos locales en centros comerciales en los primeros nueve meses del año 2021 no han seguido el mismo ritmo que en 2019, muchos operadores se encuentran en pleno proceso de redefinición de sus conceptos y de redimensionamiento de su red de tiendas, por lo que se ha observado un cierto dinamismo en el mercado con algunas marcas retomando sus procesos de expansión, aunque de una forma más contenida, y otras reduciendo su número de tiendas para reforzar su canal *online*.

Para 2022 se estima la inauguración de **13 nuevos equipamientos comerciales y/o de ocio**, que sumarán alrededor de 250.000 m² de SBA, así como la ampliación de dos centros comerciales con un incremento de 62.000 m² de SBA.

Distribución del stock actual por tipología de activo (*) (%)



(*) De acuerdo a la clasificación de la Asociación Española de Centros Comerciales (AECC): Muy grande (>79.999 m²) Grande (40.000-79.999 m²) Medio (20.000-39.999 m²) Pequeño (5.000-19.999 m²).

Fuente: Asociación Española de Centros Comerciales (AECC).

Afluencias

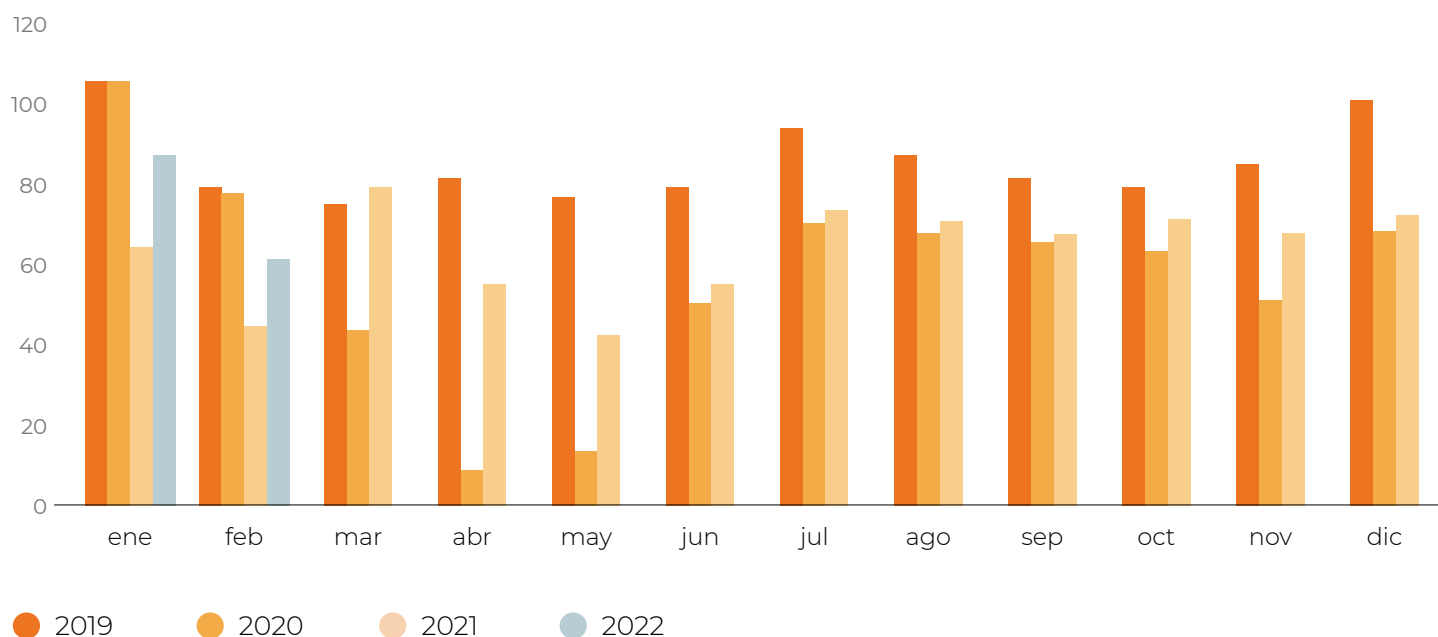
Durante el primer trimestre de 2021, el desempeño de los centros comerciales se vio afectado en número de visitantes y volúmenes de ventas debido a las restricciones impuestas en las diferentes localidades, que incluso obligaron al cierre de comercios (por ejemplo restauración y ocio en algunas comunidades autónomas).

Tras la **caída de afluencias en 2020 (-33,7%** según el índice *ShopperTrak*), el año 2021 ha arrojado claros signos de recuperación, cerrando el año con un **incremento del 14,5%** respecto a 2020.

La recuperación en el sector de centros comerciales ha sido visiblemente más rápida que en el resto de los comercios minoristas. En los últimos trimestres, esta tendencia se ha ido consolidando, lo que ha hecho que estos activos tengan más potencial de cara a los inversores y están atrayendo progresivamente a los compradores institucionales.

A continuación, se presenta **el porcentaje de variación interanual por mes de las visitas** a los activos comerciales en España para los últimos 4 años, incluidos los dos primeros meses de 2022, de acuerdo al índice *ShopperTrak*, referencia en el sector:

Evolución mensual índice *ShopperTrak* (millones de visitantes)



Fuente: Savills Aguirre Newman.

Ventas

El segundo trimestre del año fue especialmente **positivo** en lo que se refiere a **ventas de centros comerciales con un incremento del 76,4%**, dato superior al descenso de ventas en 2020 (-51,7%). A pesar de ello, continúa siendo un valor inferior al de 2019.

Los **centros y parques comerciales** situados en las afueras de las ciudades **registraron mejores datos en términos de afluencias y ventas** que las ubicaciones en calles principales, dado que muchos consumidores encontraron más atractiva la opción de un estacionamiento fácil y gratuito, evitando así el uso del transporte público.

En la segunda mitad del año las **ventas en centros comerciales** recuperaron niveles con respecto a los registrados antes de la pandemia. Algunos sectores incluso han **recuperado los niveles de ventas de 2019** durante el año 2021 como Hogar y Deportes, que ya han vuelto a nivel prepandemia en la totalidad del año 2021.

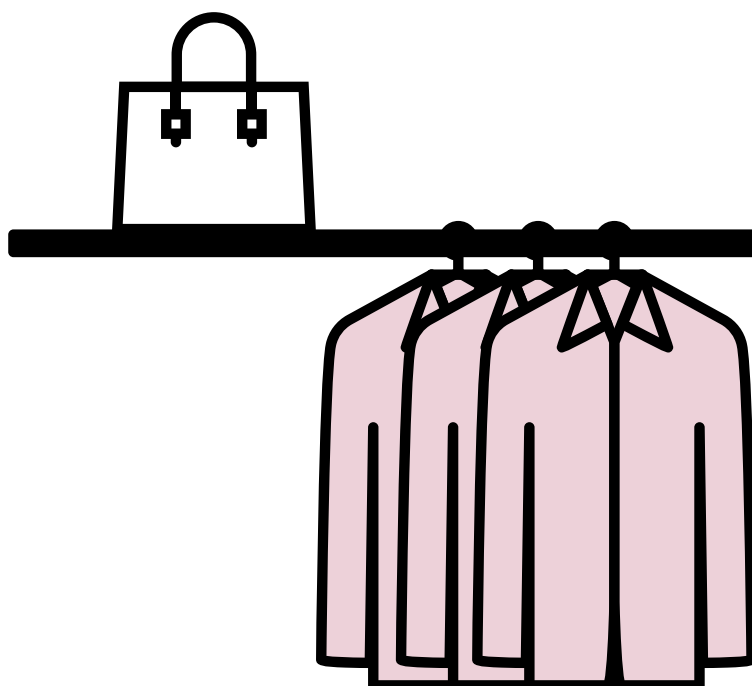
Por otro lado, el **ritmo de recuperación de ventas** en centros comerciales ha sido más rápido que el ritmo de recuperación de las afluencias, lo que indica un cambio de comportamiento del consumidor, habiendo acudido con menor frecuencia a estos activos, pero con un gasto medio mayor en cada visita.

Los retailers se reinventan

Durante los últimos años los *retailers* han implantado **nuevos y diferentes conceptos** que mejoran la experiencia del cliente en tienda apuntando hacia la **omnicanalidad**, combinando la tienda *online* y los espacios físicos.

El sector *retail* está atravesando una fase en la que importantes **cambios estructurales** están haciendo replantear la forma en la que tradicionalmente se entienden los espacios comerciales. Tras la situación derivada de la crisis generada por el COVID-19, el éxito de los activos dependerá en gran medida de la calidad, tamaño y concepto.

Más allá de tener una connotación negativa, el **reposicionamiento de centros comerciales se configura como una forma de revitalizar y actualizar la oferta** mediante un análisis en profundidad de aquellos usos alternativos que fortalezcan el *retail* y convierten el activo en el mejor destino para los consumidores.



ESG: más que una tendencia

El nuevo estudio de *JLL Valuation Advisory* titulado «Valorando el sector retail en su camino hacia el Net Zero» (*Valuing Retail in its Global Journey to Net Zero Carbon*) muestra cómo la pandemia de COVID-19 ha impulsado a los inversores a centrarse más en **cuestiones climáticas y de sostenibilidad/ESG** a la hora de adoptar decisiones de inversión inmobiliaria. La **creciente concienciación e importancia** que las partes interesadas atribuyen a los **factores ESG** significa que todos los activos —incluidos los comerciales— se verán afectados por los retos que la sostenibilidad/ESG plantea a largo plazo.

La forma en que los propietarios y los inversores dan respuesta a estos desafíos repercute en las valoraciones de los activos. Un factor importante a la hora de potenciar el valor en cualquier **estrategia retail es garantizar que éste genere un impacto social positivo** tanto para las partes interesadas como para el entorno. Estas compañías deberán sopesar dónde asignan su capital para cumplir sus **objetivos ESG sin dejar de ser rentables**, vertebrar las decisiones de inversión incluyendo por adelantado las preocupaciones ambientales y climáticas puede generar ahorros para las empresas.

Comenzamos el año 2022 con la claridad de lo que se necesita para crear un mundo sostenible y con una mayor comprensión de las implicaciones para aquellos que dan forma al entorno construido. El sector inmobiliario, responsable de casi el 40% de las emisiones mundiales de carbono, desempeñará un papel crucial en la lucha contra el cambio climático.



Por ello, la preocupación en el sector por el medioambiente es creciente tal y como se remarca en el **informe sobre tendencias del mercado inmobiliario de Europa** publicado por el *Urban Land Institute* (ULI) y PwC donde se destaca la **mayor prioridad de la sostenibilidad en la agenda del sector inmobiliario** a pesar del momento que atraviesa.

Todos los cambios y avances que se están produciendo tienen que ir de la mano también de la **sostenibilidad y la reducción de la huella de carbono**, algo que se ha convertido en una de las principales preocupaciones de los consumidores y en un reto asumido como sociedad. Los datos del último informe sobre comercio y sostenibilidad/ESG de CGS muestran esta tendencia: el **68%** de los encuestados **considera que la sostenibilidad** del producto/servicio es un factor muy importante en su decisión de compra y el **47%** **estaría dispuesto a pagar más por productos sostenibles**. Las marcas y los espacios comerciales son valorados no solo por lo que ofrecen sino por sus aportaciones a la sostenibilidad y a la mejora de la sociedad en la que se desarrollan.

La **sostenibilidad será sinónimo de calidad** y los activos eficientes se convertirán en la **referencia en los próximos años**, marcando así el inicio de la **transición hacia un desarrollo competitivo y sostenible en el largo plazo del sector**, entendiendo 'sostenible' como un crecimiento económico más equilibrado y responsable desde las perspectivas económica, social y medioambiental.

Los inversores y los propietarios deben buscar vías para realizar **cambios sostenibles** y de amplio calado en sus activos *retail*, como la obtención de **certificaciones ambientales**, la inclusión de **cláusulas verdes en los contratos de proveedores e inquilinos**, el aumento de la monitorización de los activos o la instalación de paneles solares, equipos de recogida de agua de lluvia y estaciones de recarga de vehículos eléctricos. Todo ello sin perder de vista las posibilidades de **optimización de costes** mediante la implantación de dichos avances y los requerimientos de transparencia en la información.

La **sostenibilidad/ESG será sinónimo de calidad** y los activos eficientes se convertirán en la **referencia en los próximos años**, marcando así el inicio de la **transición hacia un desarrollo competitivo y sostenible en el largo plazo del sector**, entendiendo 'sostenible' como un crecimiento económico más equilibrado y responsable desde las perspectivas económica, social y medioambiental.

Fuente: Informe JLL Valuation Advisory, titulado «Valorando el sector retail en su camino hacia el 'cero neto'» (Valuing Retail in its Global Journey to Net Zero Carbon).



Estrategia omnicanal

El sector *retail* ya había comenzado antes de la pandemia de COVID-19 a adaptarse a las nuevas corrientes de consumo, implementando estrategias de **transformación digital**. Sin embargo, con la aparición del virus las empresas aceleraron en muchos casos sus procesos de transformación. Según un informe de ESADE, el **74% de las empresas de retail invirtieron y realizaron transformaciones digitales** en los primeros meses de la pandemia.

A raíz de las nuevas tendencias y avances tecnológicos surgidos, el comercio se enfrenta a un nuevo paradigma en el que el concepto **phygital**, que supone la unión entre el espacio físico y el entorno digital, ha cobrado especial relevancia.

La extraordinaria situación vivida en 2020 ha provocado cambios en los hábitos de consumo que pusieron de manifiesto la necesidad de acelerar la transición hacia la venta *online*, pero también la adopción de otras estrategias derivadas de nuevas necesidades, ya que la vuelta a la normalidad ha demostrado que **la tienda física seguirá jugando un papel fundamental** como canal de venta en España.

Cualidades fundamentales del nuevo entorno digital como la **tecnología y la omnicanalidad** deben combinarse con otros aspectos relacionados con la seguridad y fiabilidad que preocupan al cliente final. Los consumidores demandan una **atención especializada y homogénea** entre todos los canales de venta, por lo que el proceso de compra comienza antes incluso de que el cliente entre en la tienda.

Se prevé que los espacios en tienda pasen a ser **destinos experienciales** con las últimas tecnologías de compra sin contacto, **integrando el canal online con espacios específicos** para la compra o la recogida de pedidos. Dentro de este nuevo contexto, los centros y parques comerciales gozan de una **posición**

privilegiada para aprovechar las oportunidades que esta transformación supone, puesto que cuentan con grandes espacios comerciales y un elevado número de visitantes a sus activos, además de equipos profesionales de gestión capaces de **adaptarse a las nuevas necesidades del mercado**.

Uno de los objetivos será convertir el **centro comercial en un espacio multifuncional** en el que el visitante no solamente compre, sino que también pueda satisfacer todas sus necesidades cotidianas. Clínicas médicas, oficinas, *co-workings*, asesorías o academias son actividades que ya pueden encontrarse en estos espacios y que se convertirán en una tendencia habitual.

Como respuesta a las características de la nueva demanda, se espera igualmente **la aparición de nuevos conceptos y actividades que atraigan la atención de los consumidores**, apostando por formatos como el *Click&Collect* y los *marketplaces* que posibiliten la reconversión de los centros y parques comerciales en puntos de entrega de última milla.

Previsiones para los próximos años

La recuperación económica y el incremento del consumo tendrán un **efecto positivo sobre las afluencias y ventas del sector retail** que continuarán con su tendencia de crecimiento. Se ha observado un dinamismo en las aperturas de locales en centros comerciales que continuará, aunque de una forma más contenida y moderada.

La **recuperación de la economía y del consumo auguran un escenario más optimista** y una relajación de las *yields* en activos *prime* y más resilientes. Esto puede llevar a una polarización entre las ubicaciones *prime* y las secundarias.

1.7. Transformación: cultura digital e innovación

Durante el año 2021 se ha continuado con el desarrollo de nuevas tendencias en el sector *retail*, dentro de las cuales el concepto de tienda física sigue jugando un papel fundamental, haciendo evidente la evolución hacia un modelo híbrido omnicanal que combina la tienda física con el canal online.

La Compañía **apuesta por la innovación en todos los ámbitos de la sociedad, así como por la eficiencia y la sostenibilidad/ESG** de sus activos inmobiliarios y por la captación del mejor talento, algo que le ha permitido adaptarse a las necesidades cambiantes del mercado, contando con una **gran capacidad de reacción** para cumplir con las expectativas y necesidades de sus principales grupos de interés.

A nivel sectorial, participa activamente en la transformación del sector inmobiliario escuchando las necesidades de los operadores, clientes, inversores y otros grupos sociales, para **garantizar la sostenibilidad/ESG y la creación de valor a largo plazo**, mediante el intercambio de experiencias y buscando nuevas soluciones innovadoras.

En este contexto, Lar España ha continuado trabajando en **proyectos que constituyen una herramienta para conocer mejor el comportamiento y perfil de los usuarios y mejorar su experiencia**. Además, las diferentes iniciativas tecnológicas desarrolladas aportan información esencial sobre los hábitos de los clientes, permitiendo a la Compañía tomar decisiones adaptadas a las últimas tendencias y generar nuevas oportunidades que respondan a estas necesidades.




Proyecto TES

Lar España continúa liderando la transformación digital del sector en España creando valor a través del proyecto **TES (Technology, Engagement & Sustainability)**, siendo la respuesta diferenciadora a las tendencias y necesidades del sector **mediante la aplicación de la innovación tecnológica** para


maximizar la experiencia del cliente a través de la tecnología, experiencia y sostenibilidad. Este proyecto ambicioso permite además aprovechar la innovación realizada en *Proptech (Property Technology)*.

Dimensión	Mecanismos
Tecnología (T)	
Evaluar y medir la experiencia del visitante y optimizar la gestión de los activos y la relación con el cliente.	<ul style="list-style-type: none"> › E-commerce › Seeketing › Redes Sociales › WIFI › Omnicanalidad › Posicionamiento SEO
Experiencia (E)	
Brindar una oferta de valor única y diferenciada, transformando los centros y parques comerciales en destinos experienciales, respondiendo a las necesidades de los consumidores actuales.	<ul style="list-style-type: none"> › Óptima oferta comercial › Oferta de servicios de calidad personalizados › Zonas de restauración atractivas › Espacios cómodos, seguros, dinámicos y urbanos
Sostenibilidad/ESG (S)	
Implementar medidas en los activos destinadas a reducir el impacto en el entorno y que generen un impacto positivo en la sociedad mediante la creación de valor compartido.	<ul style="list-style-type: none"> › Certificaciones sostenibles › Gestión responsable › Compromiso con el medioambiente › Escucha activa › Ética e integridad › Transparencia


Principales objetivos del Proyecto TES

1 

Posicionar a **Lar España** como el **líder en transformación digital en retail**, creando nuevas formas de interaccionar de forma más eficiente y digital, tanto con clientes externos como internos.

2 

Crear valor compartido para liderar el progreso económico y social, generando impacto en la sociedad y así contribuir a la **mejora de la calidad de la vida y al impulso del progreso socioeconómico**.

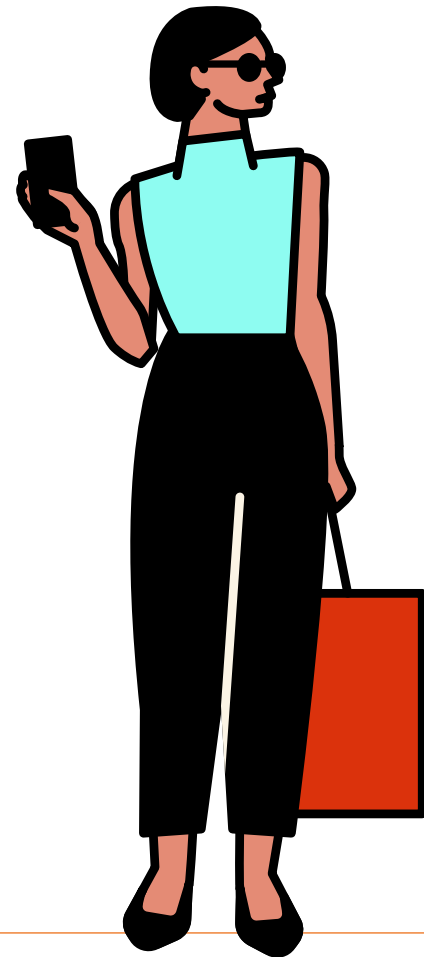
3 

Contribuir a la sostenibilidad mediante la implantación de **tecnologías que permitan una gestión más eficiente de los activos** y un mayor control de los mismos en materia medioambiental.

Tecnología

La innovación tecnológica sigue siendo clave en el progreso de Lar España mediante el **desarrollo de herramientas** que ayudan a conocer la evolución de los activos y a mejorar la toma de decisiones. La Compañía supo anticiparse a la transformación del sector **y continúa desarrollando iniciativas digitales** en dos áreas fundamentales: gestión de la información del portfolio y gestión de activos.

A continuación, se realiza una descripción de cada una de estas herramientas y del valor generado para la Compañía:



› Click & Shop

Descripción

Plataforma de venta omnicanal puesta en marcha en noviembre de 2020 para los centros comerciales El Rosal, Lagoh, Portal de la Marina, Áncel Blau, Albacenter, Gran Vía de Vigo y As Termas.

Objetivos

- › Poner a disposición del cliente productos de diferentes marcas con descuentos, pudiendo seleccionar el canal de compra: desde la web propia de la marca, en la tienda del centro comercial o contactando por teléfono con opción a *Whatsapp*.
- › Conocer mejor a los clientes de los activos a través de su modalidad de compra, ofreciendo un **servicio digitalizado** que responda a sus necesidades y

ofrezca a los *retailers* un nuevo canal de tráfico, tanto físico como *online*, con el objetivo de incrementar sus ventas.

De este modo, la Compañía se ha adaptado a la transformación digital del mercado llevando la oferta del centro más allá del entorno físico, representando un nuevo canal de comunicación para los inquilinos y posicionando al activo como potenciador de visitas y ventas.

Logros

Desde su lanzamiento se ha logrado la **adhesión de más de 100 comercios**, con **más de 1.000 productos disponibles** y habiendo logrado **más de 40.000 visitas**.

› Mallcomm

Descripción

Plataforma 360° que permite crear un **canal de comunicación entre los operadores y los diferentes niveles de gestión y servicios** del centro comercial: empleados de tiendas, gerencia, etc. Este sistema permite gestionar indicadores de ventas de los operadores, posibles descuentos para empleados, ofertas de trabajo, eventos y marketing, seguridad, comunicación crítica, mantenimiento y limpieza, además de disponer de la opción de obtener comentarios.

Objetivos

- › Mejorar la gestión de los activos con una herramienta en tiempo real que permite una **mejor comunicación y agiliza la administración.**

Logros

La plataforma ya se encuentra **implementada en 7** centros comerciales del portfolio.

› Seeketing

Descripción

Plataforma que permite integrar la información generada por los canales del centro comercial cruzando y analizando datos que permiten a la compañía **generar valor para los clientes**. Para ello, se recurre al uso de nodos o *beacons* (antenas) instalados en el centro comercial y a un potente software de *marketing intelligence* con el objetivo de conocer mejor los hábitos de los usuarios.

Objetivos

- › Desarrollar acciones de marketing de proximidad para **mejorar el tráfico y la satisfacción del cliente.**
- › **Optimizar la gestión del centro comercial** a través de la analítica avanzada.
- › Identificar **visitantes únicos** al centro comercial.
- › Conocer el tráfico de tiendas y por zonas, **frecuencia de visita y tiempos de permanencia.**

Logros

Durante 2021 se han llevado a cabo acciones de marketing de proximidad impactando en los usuarios identificados a través de redes WiFi, habiendo obtenido **resultados muy positivos** en relación con la conversión de usuario impactado y usuario participante.

› Dotgis

Descripción

Aplicación web multiusuario (*dashboard* digital) basada en un mapa dinámico que permite a los equipos de Grupo Lar y Lar España consultar todas las **métricas relacionadas con la explotación de los locales de sus activos**, logrando así una mayor visibilidad global y un mayor conocimiento conjunto. Como resultado, se obtiene el análisis de cómo los diferentes operadores funcionan en cada activo o de manera agregada, a través de diferentes *KPIs* y con un tiempo reducido en la toma de datos, permitiendo comprender mejor la evolución de los diferentes sectores de ventas *retail*.

Objetivos

- › Analizar los datos propios para **optimizar recursos y generar inteligencia comercial** que defina retornos de inversión en cada uno de los locales que componen los centros comerciales de este desarrollo.

› Posicionamiento SEO

Descripción	Objetivos
El posicionamiento SEO hace referencia a la visibilidad de un espacio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores de internet. A través de este proyecto Lar España continúa trabajando en el diseño y adaptación de sus websites de una forma más inteligente y efectiva.	<ul style="list-style-type: none"> › Mejorar el posicionamiento de las páginas web de los activos en buscadores. › Creación de páginas web corporativas (informativas) compatibles con las webs transaccionales (<i>e-commerce</i>).
Logros	

1.878.053

Número total de sesiones

4.778.490

Páginas vistas

1.379.182

Usuarios

› Venta a través de WhatsApp

Descripción				
La Compañía puso a disposición de los clientes del centro comercial Lagoh a principios de 2021 un nuevo servicio de venta y asesoramiento personal a través de WhatsApp . Este servicio se suma al presencial, dando un paso más hacia la omnicanalidad y el servicio 360° . El sistema no sólo ayuda a mejorar la experiencia de compra, sino que consolida nuevas formas de relación entre las firmas presentes en el centro comercial y sus visitantes.				
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Objetivos</th> <th>Logros</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>› Ofrecer la mejor experiencia posible a los visitantes de los activos tanto a través del canal <i>offline</i> como del <i>online</i> dando un paso más en la integración de ambos canales.</td> <td>Gracias a este nuevo avance, los operadores pueden ofrecer asesoramiento personal poniendo en valor su conocimiento e incrementando las ventas físicas. Desde la perspectiva del cliente, es posible obtener información exacta sobre el producto que desee, su disponibilidad en tienda y, todo ello, sin tener que desplazarse previamente al establecimiento.</td> </tr> </tbody> </table>	Objetivos	Logros	› Ofrecer la mejor experiencia posible a los visitantes de los activos tanto a través del canal <i>offline</i> como del <i>online</i> dando un paso más en la integración de ambos canales.	Gracias a este nuevo avance, los operadores pueden ofrecer asesoramiento personal poniendo en valor su conocimiento e incrementando las ventas físicas . Desde la perspectiva del cliente, es posible obtener información exacta sobre el producto que desee, su disponibilidad en tienda y, todo ello, sin tener que desplazarse previamente al establecimiento.
Objetivos	Logros			
› Ofrecer la mejor experiencia posible a los visitantes de los activos tanto a través del canal <i>offline</i> como del <i>online</i> dando un paso más en la integración de ambos canales.	Gracias a este nuevo avance, los operadores pueden ofrecer asesoramiento personal poniendo en valor su conocimiento e incrementando las ventas físicas . Desde la perspectiva del cliente, es posible obtener información exacta sobre el producto que desee, su disponibilidad en tienda y, todo ello, sin tener que desplazarse previamente al establecimiento.			



Experiencia

Lar España, además de priorizar la innovación tecnológica, tiene como uno de sus principales objetivos la **mejora de la experiencia de sus clientes** en cada uno de sus activos.

Gracias a proyectos como el Club Disfrutones afianza el contacto con las comunidades en las que opera, potenciando diferentes iniciativas orientadas a los clientes y otros grupos de interés.



› App Disfrutones

Descripción	Objetivos
<p>Aplicación relacionada con el Club de fidelización Disfrutones que permite a los socios acceder a descuentos del centro comercial, sorteos, servicios y últimas novedades, en cualquier momento y directamente desde su teléfono móvil. La inscripción es totalmente gratuita y puede realizarse por cualquiera de los canales disponibles.</p>	<p>› Fidelizar a los clientes, generando más afluencias que conlleven un incremento en las ventas en los comercios del activo y conociendo mejor las preferencias y perfiles del consumidor. La aplicación supone un canal más de comunicación, constituyendo un elemento clave para la creación de una comunidad digital.</p>

Logros

Actualmente se encuentra **disponible** en los centros comerciales **El Rosal, Lagoh, Portal de la Marina, Ánec Blau, Albacenter, Gran Vía de Vigo y As Termas**.

› Lagoh Collect

Descripción

Servicio que consiste en la recogida de compras **mejorando la experiencia del cliente** y que puede ser solicitado por todos los visitantes en cualquiera de los dos puntos de recogida Lagoh Collect. El personal encargado recoge las compras realizadas en cualquiera de las tiendas del centro en el día de la solicitud del servicio para posteriormente trasladar los productos al punto de recogida Lagoh Collect situado en el parking, donde pueden ser cómodamente recogidas por los clientes al finalizar la jornada de compras.



› Customer Journey Operadores

Descripción

Programa de análisis enfocado a conocer la **experiencia de los operadores** con el objetivo principal de redefinir la relación de la Compañía con ellos, afianzando la colaboración a través de una oferta de nuevos servicios y la creación de valor adicional.

Fases del proyecto

- › **Discover:** entrevistas *one to one* con operadores y principales *stakeholders* de la compañía para identificar los principales *insights* y proceder a la creación de diferentes arquetipos.
- › **Ideate:** *workshop* con los líderes del proyecto para idear soluciones que mejoren las áreas detectadas.
- › **Describe:** configuración del “*Action Plan*” para reducir los posibles puntos de insatisfacción y crear nuevos puntos de contacto y propuestas de valor para cada categoría de operador.

› Estudio Buyer Persona

Descripción

Con el objetivo de tener un mayor conocimiento del cliente y **adaptar los canales de comunicación a la demanda** se realizó el estudio *Buyer Persona* que consistía en detectar las palancas de comunicación que animan a los usuarios a visitar el activo.

› Amazon Lockers

Descripción

Se trata de un autoservicio de entrega de paquetes ofrecido por la compañía Amazon. **En 2021 Lar España ha instalado puntos Amazon Locker en varios activos**, donde los clientes pueden recoger sus paquetes según les resulte conveniente.

Estos casilleros están ubicados en lugares accesibles y cercanos a las tiendas con el objetivo de poder acceder a los pedidos mediante un código de recogida único en la pantalla táctil del *Locker*. Actualmente la Compañía dispone de este sistema en Ànec Blau, Rivas futura, As Termas, Lagoh, Vistahermosa, Vidanova, El Rosal, Gran Vía de Vigo y próximamente estará también disponible en Albacenter y Portal de la Marina.

Sostenibilidad

El tercer pilar en materia de innovación para Lar España es la elaboración e implantación de **políticas que favorezcan un desarrollo sostenible** dentro del sector inmobiliario. Lar España centra su estrategia en mejorar la eficiencia energética, trabajar en el aprovechamiento del agua, analizar la calidad del aire, impulsar proyectos de energía fotovoltaica y certificar los activos en cuestiones de sostenibilidad.

Dentro de este marco, durante el año 2021 **se ha continuado con la promoción de proyectos sostenibles y de gestión ambiental**, avanzando en la implantación y uso de la plataforma de recogida automatizada de datos que permite la visualización dinámica y periódica de los datos correspondientes al uso de los recursos en los centros y parques comerciales (energéticos y de agua) así como la mitigación de su impacto medioambiental (gestión de residuos y control de emisiones).

› Plataforma automatizada para la captación de datos operativos

Descripción

La plataforma ha estado operativa desde el 1 de enero de 2021, **permitiendo el seguimiento y análisis de los datos obtenidos y su comparación con los relativos a periodos anteriores**. Lar España está trabajando paralelamente en la realización de auditorías de eficiencia energética y **en el establecimiento de un sistema *submitting* remoto** que permita disponer de información actualizada del estado de cada uno de los activos. De este modo, se elaborarán **planes de acción** que serán implantados en cada uno de los activos que componen el portfolio para mejorar su rendimiento y cuyo seguimiento podrá llevarse a cabo a través de la aplicación.

Objetivos

- › Continuar siendo un ejemplo y referente dentro del sector y para la sociedad en general, yendo más allá de los beneficios puramente económicos que suponen una **mejor gestión de la energía y su desempeño**.

Logros

Mayor fiabilidad de los datos obtenidos, **incrementando la periodicidad y homogeneidad** en su obtención, algo que ha permitido la optimización de los procesos y recursos. Además, se ha dotado a los departamentos involucrados con una mayor potencia de análisis y capacidad de reacción a la hora de implantar medidas correctivas cuando son necesarias.

› Energía renovable

Descripción

La Compañía ha culminado la realización de un **estudio completo a nivel portfolio**, en colaboración con KPMG, para analizar y seleccionar las mejores estrategias a implantar, revisar y negociar los contratos y realizar el seguimiento y estudio de avance de la instalación de placas fotovoltaicas en los activos del portfolio.

Próximos pasos

- › Durante los próximos meses se procederá a analizar las diferentes posibilidades de instalación en cada uno de los activos.

› Movilidad Sostenible

Descripción

La movilidad sostenible es un concepto nacido para **contrarrestar los problemas medioambientales y sociales asociados a la movilidad urbana** de los ciudadanos, algo sobre lo que Lar España está centrando sus esfuerzos al considerarlo un factor de valor añadido para los activos del portfolio. De este modo, se están estudiando las diferentes alternativas en cada uno de los activos con el objetivo de implementar diferentes soluciones de movilidad sostenible.

Principales proyectos

- › Puntos de recarga de coches eléctricos.
- › Transporte compartido.
- › Pasarelas, mejora del acceso peatonal.
- › Campaña de fomento del uso del transporte público, paradas de bus y taxis.
- › Aparcamiento y vías de acceso para bicicletas, scooters y motocicletas, así como estacionamientos designados para familias y vehículos de emergencia cerca de las entradas principales y dispositivos de estacionamiento guiado.

Logros

A 31 de diciembre de 2021 de los 14 activos del portfolio de Lar España, 13 cuentan con puntos de recarga de vehículos eléctricos, es decir, **casi el 100% del portfolio de Lar España dispone de unidades de recarga eléctrica**. De este modo, un total de **155 puntos de recarga de vehículos eléctricos** se encuentran instalados en los activos de Lar España, encontrándose 75 pendientes de instalación, haciendo un total de 230 puntos.

› Calidad del aire

Descripción

La **salud y el bienestar de los visitantes** es una consideración central en el modelo de negocio de la Compañía. Por ello, tras las acciones realizadas en 2020 que incluyeron el estudio de nuevas tecnologías para mejorar la calidad del aire de los activos y la monitorización de los datos, **en 2021 se ha continuado avanzando a través de diversas acciones**.

Acciones desarrolladas en 2021

- › Implantación de nuevos *softwares* de datos que permiten una mayor monitorización de la calidad del aire interior e incrementan la capacidad de reacción de los equipos implicados en la gestión de los activos. Con ello adicionalmente se busca lograr una **optimización de la gestión operativa de los equipos de climatización**, aumentando la eficiencia energética de los edificios.
- › Integración de los resultados de la calidad del aire de los activos de Lar España en la plataforma de automatización de datos, logrando aunar en una misma aplicación toda la **información relativa a ESG** de los activos del portfolio.

Logros

Esta nueva tecnología **permite el análisis simultáneo** de diversos datos en relación con la calidad del aire interior, las condiciones climáticas exteriores, el consumo eléctrico en climatización y las afluencias.

Adicionalmente, todas las propiedades de Lar España cumplen con la **política de temperatura** recogida en el Reglamento sobre Instalaciones Térmicas en Edificios (RITE) y con la realización de auditorías que evalúan la calidad del aire interior de los activos.



Control de calidad del aire en el centro comercial Ànec Blau (Barcelona)