

## 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
<b>Tecnología (T)</b>	
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"> <li>› E-commerce</li> <li>› Seeketing</li> <li>› Redes Sociales</li> <li>› WIFI</li> <li>› Omnicanalidad</li> <li>› Posicionamiento SEO</li> </ul>
<b>Experiencia (E)</b>	
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"> <li>› Óptima oferta comercial</li> <li>› Oferta de servicios de calidad personalizados</li> <li>› Zonas de restauración atractivas</li> <li>› Espacios cómodos, seguros, dinámicos y urbanos</li> </ul>
<b>Sostenibilidad/ESG (S)</b>	
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"> <li>› Certificaciones sostenibles</li> <li>› Gestión responsable</li> <li>› Compromiso con el medioambiente</li> <li>› Escucha activa</li> <li>› Ética e integridad</li> <li>› Transparencia</li> </ul>

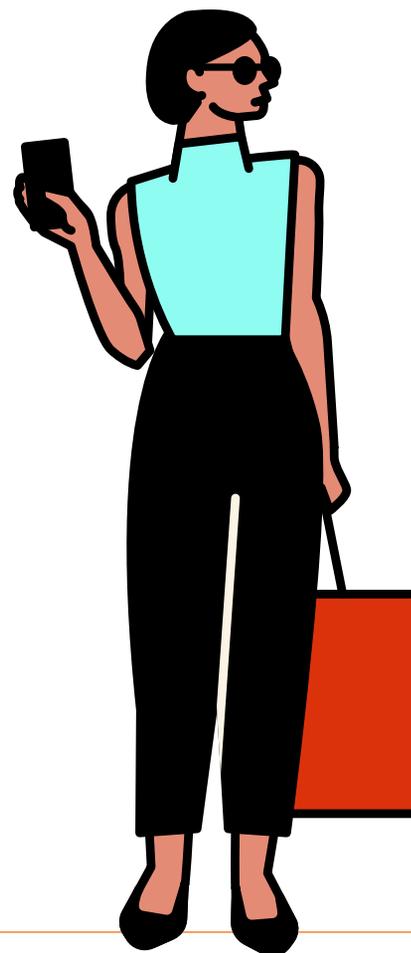
### Principales objetivos del Proyecto TES

<p>1</p> 	<p>2</p> 	<p>3</p> 
<p>Posicionar a <b>Lar España</b> como el <b>líder en transformación digital en retail</b>, creando nuevas formas de interaccionar de forma más eficiente y digital, tanto con clientes externos como internos.</p>	<p>Crear valor compartido para liderar el progreso económico y social, generando impacto en la sociedad y así contribuir a la <b>mejora de la calidad de la vida y al impulso del progreso socioeconómico</b>.</p>	<p>Contribuir a la sostenibilidad mediante la implantación de <b>tecnologías que permitan una gestión más eficiente de los activos</b> y un mayor control de los mismos en materia medioambiental.</p>

## 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 <b>diseño y adaptación de sus websites</b> de una forma más inteligente y efectiva.	<ul style="list-style-type: none"> <li>› Mejorar el posicionamiento de las páginas web de los activos en buscadores.</li> <li>› Creación de páginas web corporativas (informativas) compatibles con las webs transaccionales (<i>e-commerce</i>).</li> </ul>
<b>Logros</b>	

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 <b>nuevo servicio de venta y asesoramiento personal a través de WhatsApp</b> . Este servicio se suma al presencial, <b>dando un paso más hacia la omnicanalidad y el servicio 360°</b> . 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 <b>mejor experiencia</b> 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 <b>incrementando las ventas físicas</b>. 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 <b>mejor experiencia</b> 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 <b>incrementando las ventas físicas</b> . 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 <b>mejor experiencia</b> 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 <b>incrementando las ventas físicas</b> . 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 <b>descuentos del centro comercial, sorteos, servicios y últimas novedades, en cualquier momento y directamente desde su teléfono móvil</b>. 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 <b>comunidad digital</b>.</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
<p>Servicio que consiste en la recogida de compras <b>mejorando la experiencia del cliente</b> 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.</p>



## › 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**.

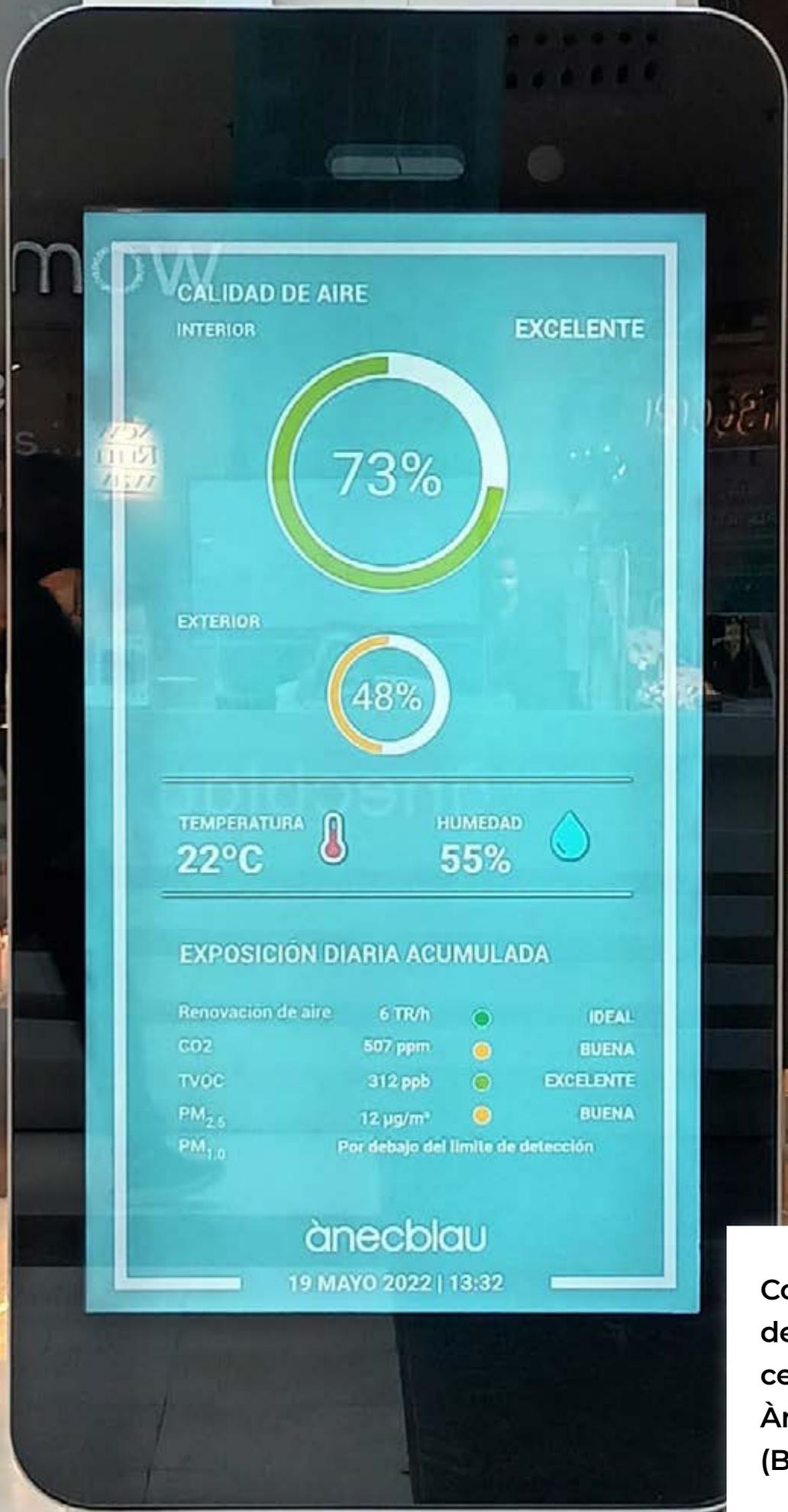
### Acciones desarrolladas en 2021

- › 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)**