

AECC NEWS | CONGRESO DE LA AECC



RECONOCIMIENTO A LA EXCELENCIA EN EL SECTOR



Durante la cena de clausura del Congreso se hizo entrega de los Premios AECC, que reconocen la excelencia en el trabajo que realizan diferentes actores de la industria.

El presidente del jurado fue Miguel del Río, *partner, head of retail property management Asset Services* en Cushman & Wakefield. Este año se han valorado 146 candidaturas, 104 de ellas en las categorías de marketing y comunicación y acciones sociales y sostenibilidad. El jurado realizó 12 viajes por toda España para valorar los proyectos.

Miguel del Río ha querido hacer un reconocimiento general a todos los que han presentado candidatura a los premios de este año y felicitar a los ganadores. *"Me gustaría destacar vuestro esfuerzo y las dificultades que nos hemos encontrado para poder decidir los premiados de esta edición debido a la gran calidad mostrada en cada una de las candidaturas. Gracias por hacernos sentir orgullosos de pertenecer a este sector y poder comprobar como en los tiempos más duros, seguís manteniendo un nivel de trabajo tan excepcional, creando proyectos, acciones, servicios y soluciones que son referentes en el sector... lástima que no hayamos podido premiarlos a cada uno de vosotros".*

Dentro de la categoría de galardones especiales se encuentra el Premio Jos Galán que reconoce una trayectoria profesional que haya contribuido significativamente al sector de los centros y parques comerciales. Este año se ha premiado a un veterano de la industria, Arcadio Gil.

Ingeniero de caminos y economista, empezó su carrera profesional a finales de los años 70 en el centro comercial La Vaguada y ha liderado diversas organizaciones como la Sociedad de Centros Comerciales de España, Laese, JLW o LaSBA.

Además del galardón de Arcadio Gil, se han entregado otros 23 premios, cada uno en reconocimiento a una categoría concreta. El primero de ellos también tiene un componente especial, ya que es otorgado por el Comité Ejecutivo de la AECC. Se trata del Premio al Centro Comercial de Trayectoria Sobresaliente, que ha sido para Diagonal Mar, en Barcelona.

El premio a la mejor cadena o franquicia en centro comercial ha caído en manos del Grupo Ilusiona, mientras que la mención en este ámbito ha sido para Amantis. Citywave Madrid ha recogido el premio al mejor

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

CONGRESO DE LA AECC | AECC NEWS



1. Ganadores de los premios de la AECC.
2. Arcadio Gil recibió el premio Jos Galán.
3. Premio al Centro Comercial de Trayectoria Sobresaliente, para Diagonal Mar.
4. Vialia Estación de Vigo, mención de honor al mejor centro comercial grande / muy grande.
5. Actuación durante la cena de gala.
6. **Lagoh**, premio al mejor centro comercial grande / muy grande.
7. X-Madrid, premio al mejor centro comercial mediano / pequeño.
8. Mogán Mall obtuvo la mención al mejor centro comercial mediano / pequeño.

9. La Maquinista se llevó el premio a la mejor gran remodelación / transformación / ampliación.
10. Los Arcos, mejor pequeña remodelación
11. Bahía Sur, mención a la mejor gran remodelación / transformación / ampliación.

AECC NEWS | CONGRESO DE LA AECC



comercio independiente, al tiempo que Cushman & Wakefield ha sido galardonado con el premio a la mejor acción de innovación/estrategia digital /redes sociales por su proyecto Infinity. La consultora inmobiliaria también consiguió el premio al mejor modelo ESG: Origen. "Estos dos reconocimientos suponen un galardón a nuestra apuesta por la innovación y la sostenibilidad como ejes estratégicos fundamentales en los centros y parques comerciales que gestionamos con el objetivo de ofrecer el mejor servicio a nuestros clientes", comentó Rafael Mateu, socio internacional y head of asset services en Cushman & Wakefield España.

El centro comercial El Muelle ha recibido la mención a la mejor acción de innovación / estrategia digital / redes sociales por su campaña "Papa Challenge", mientras que Vialia Estación de Vigo, de Nhood Real Estate, ha obtenido el premio al mejor lanzamiento o relanzamiento. Por su parte, El Saler se ha llevado, gracias a "La falla nunca vista", el premio a la mejor pequeña campaña de marketing. Este centro ha obtenido también el galardón a la mejor gran campaña de marketing, por su iniciativa "Escape Mall".

Las dos menciones a las mejores campañas de marketing han sido para Nhood Real Estate, por "Challenges para emprendedores" (mención a la mejor pequeña campaña de marketing) y para el centro comercial Travesía de Vigo, por "Gala Travesía de Vigo Máster Chess" (mención a la mejor gran campaña de marketing). Por otra parte, en el apartado de la responsabilidad social corporativa, los ganadores han sido Castellana Properties (premio a la mejor acción RSC) por su campaña "Dale #unfollow al cyberbullying: campaña contra el acoso escolar y el cyberbullying", en colaboración con la Asociación Española para la Prevención del Acoso Escolar, y Bedland (mención dentro de la categoría de mejor acción RSC) por "Acción Social La Palma".

El centro comercial Marineda City se llevó el premio a la mejor campaña de sostenibilidad en un centro o parque comercial por su acción "Residuo Cero", un sistema de trazabilidad de gestión de residuos. Y en el capítulo de las remodelaciones, son tres los centros que obtuvieron un galardón:

Los Arcos, de Castellana Properties, consiguió el premio a la mejor pequeña remodelación / transformación / ampliación; La Maquinista, de URW, se llevó el premio a la mejor gran remodelación / transformación / ampliación, y Bahía Sur, también de Castellana Properties, obtuvo la mención a la mejor gran remodelación / transformación / ampliación.

La Torre Outlet de Zaragoza, presentado por Ros Spain Management, fue galardonado con el premio al mejor parque comercial, mientras que X-Madrid, de Merlin Properties, consiguió el premio al mejor centro comercial mediano / pequeño. "X-Madrid ha sido uno de los retos más complejos para nosotros. Ver que este proyecto es valorado día tras día por el usuario final significa que estamos cumpliendo el objetivo, pero que, además, la Asociación Española de Centros y Parques Comerciales reconozca nuestro esfuerzo nos hace sentir muy orgullosos del trabajo realizado", comentó Víctor Fernández Zapata, asset manager de Merlin Properties.

Por su parte, Mogán Mall, de la empresa Archigestión y presentado por el Estudio de Arquitectura y Urbanismo Aguirre y Asociados, obtuvo la mención al mejor centro comercial mediano / pequeño. En lo que respecta a los centros comerciales grandes, Lagoh, de Grupo Lar, se llevó el premio al mejor centro comercial grande / muy grande, y a Vialia Estación de Vigo de Nhood Real Estate le fue entregada la mención en esta categoría.

Jon Armentia, director corporativo y CFO de Lar España, valoró que "el premio supone el reconocimiento a un nuevo modelo de centros comerciales mucho más familiar, innovador, sostenible, resiliente y dinamizador de la ciudad donde se integra. Con Lagoh se reconoce también el modelo de negocio de Lar España, única socimi especializada en retail que cotiza en el Mercado Continuo. En sus ocho años de trayectoria ha conformado una cartera de 14 centros y parques comerciales seleccionados uno a uno, todos ellos líderes en dominancia y sostenibilidad y por la calidad de su mix comercial".

CONGRESO DE LA AECC | AECC NEWS



12. La Torre Outlet de Zaragoza recibe el premio al mejor parque comercial.
 13. Grupo Ilusiona, mejor cadena o franquicia en centro comercial.
 14. La mención a la mejor cadena o franquicia en centro comercial fue para Amantis.
 15. Citywave Madrid, mejor comercio independiente.
 16. Vialia Estación de Vigo, premio al mejor lanzamiento o relanzamiento.
 17. Premio al mejor modelo de ESG corporativo para Origen.
 18. Marineda City logró el premio a la mejor campaña de sostenibilidad en un centro o parque comercial por su acción "Residuo Cero".
 19. Premio a la mejor acción RSC a la campaña "Dale #unfollow al cyberbullying: campaña contra el acoso escolar y el cyberbullying".

20. Mención dentro de la categoría de mejor acción RSC por "Acción Social La Palma".
 21. Premio a la mejor gran campaña de marketing a la iniciativa "Escape Mall".
 22. "MásterChess", mención a la mejor gran campaña de marketing.
 23. "La falla nunca vista", premio a la mejor pequeña campaña de marketing.
 24. Challenges para emprendedores, mención a la mejor pequeña campaña de marketing.
 25. Premio a la mejor acción de innovación/estrategia digital / redes sociales por su proyecto Infinity.
 26. Mención a la mejor acción de innovación / estrategia digital / redes sociales para la campaña "Papa Challenge".

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

AECC NEWS | CONGRESO DE LA AECC



HERNÁN SAN PEDRO

director de relaciones con inversores y de comunicación corporativa de Lar España

"El Congreso de Centros Comerciales celebrado en Sevilla ha sido especialmente estimulante. Hemos tenido ocasión de recuperar el contacto presencial después de dos años muy difíciles. Siempre es una experiencia apasionante cambiar impresiones con tantos profesionales excelentes. En esta ocasión, ha habido, además, un espíritu de satisfacción y también de compromiso por la excelente gestión que todo el sector ha hecho para el conjunto de clientes finales y profesionales y también para toda la sociedad. Hemos reivindicado el papel del retail como segmento clave, porque estamos llamados a jugar un papel claramente protagonista en la recuperación del mercado inmobiliario como locomotora del conjunto de la economía nacional".



ROCÍO PALMERO

directora de comercialización de Carmila España

"Esta edición del Congreso ha generado entre todos los asistentes un sentimiento de optimismo y alegría por volver a encontrarse. Tras dos años sin uno de los eventos de referencia dentro del sector español, nos enorgullece volver a formar parte de este encuentro. Durante las tres jornadas, hemos puesto en valor nuestro modelo de negocio, nuestros centros y los nuevos proyectos que tenemos en marcha".



AUXILIADORA MARTÍNEZ DE SALAZAR

directora de gestión comercial y desarrollo de negocio de Carrefour Property

"El Congreso ha sido sumamente especial por convertirse en la cita del reencuentro del sector. Como era de esperar, esta edición ha permitido retomar las relaciones interpersonales con los compañeros, dar a conocer nuestros proyectos de primera mano, crear sinergias innovadoras entre organizaciones e, incluso, poner cara a los profesionales con los que hemos trabajado durante la pandemia. Sin duda, se ha consolidado como uno de los grandes acontecimientos del año".



JULIO GARCÍA

COO de Castellana Properties

"Desde Castellana Properties vemos el XVIII Congreso organizado por la AECC como una gran oportunidad para reunirnos con las firmas claves del sector e intercambiar impresiones de cómo ha cambiado el mercado en los últimos años. Hemos atravesado una pandemia y ahora convivimos con una guerra en Europa, dichos acontecimientos tienen un impacto significativo en la economía de nuestro país y hacen imprescindible generar sinergias entre los diferentes actores de sectores como el retail, así como mantenerse al tanto de las tendencias y oportunidades que surgen para los centros comerciales".



GONZALO GÓMEZ

leasing director de Gentalia

"Había pasado mucho tiempo, demasiado, desde que pudimos reunirnos y mezclarnos por última vez y esta edición ha vuelto a demostrar que nuestra industria está más viva que nunca. La asistencia de retailers ha sido elevada, hemos llenado nuestras agendas de reuniones y se ha respirado mucho entusiasmo. Además, la temática de las conferencias y mesas redondas ha sido muy acertada y el panel de participantes de mucho nivel. Lo hemos disfrutado mucho. ¡Nuestro agradecimiento a la AECC!".



BEATRIZ MORENO-LUQUE

directora de terciario de Kronos

"Esta edición del Congreso era muy necesaria y esperada por todos después de los años de restricciones. Ha sido un placer estar presentes y formar parte de las mesas de encuentro. Es siempre muy gratificante ver cómo volvemos a encontrarnos en puntos de referencia como este Congreso donde se presentan las últimas novedades y se debate sobre innovación y los retos de la industria. Desde Kronos estamos convencidos de que las sinergias generadas serán muy beneficiosas para el conjunto del sector y confiamos en que podamos vernos las caras con más novedades en su próxima edición".

CONGRESO DE LA AECC | AECC NEWS



ALBERTO BRAVO

managing director de Property Management & Leasing Iberia de Sierra

"Estamos muy agradecidos de haber participado de nuevo en este Congreso, una cita imprescindible del sector. Han sido unos días muy enriquecedores en los que hemos podido conocer las tendencias en retail, lo que están haciendo otros, así como compartir nuestra nueva oferta de servicios. El encuentro con los principales actores del sector es un estímulo para seguir trabajando juntos en el desarrollo de los centros comerciales del futuro".



JULIÁN BENEGASI

cofounder partner architect de Cabana

"Como decíamos ayer..." Esta frase usada en su primera clase por D. Miguel de Unamuno tras su período en prisión y originaria de Fray Luis de León, resume muy bien el ambiente que se respiraba en el Congreso. Por un lado, unas ganas terribles de vernos y actualizarnos con todo lo sucedido en este impasse, tratando de avanzar juntos sin perder de vista los aprendizajes que también nos ha traído, envueltos en una organización simplemente perfecta".



MIKEL GONZÁLEZ

CEO de Trison Necsum

"Ilusión. Es la palabra que me viene a la mente como resumen de lo vivido en el Congreso de la AECC celebrado en Sevilla. No ha sido el congreso más grande hasta la fecha, ni el más espectacular, ni en el que más megaproyectos o reformas había sobre la mesa, pero lo que sí ha sido es el más humano, el más familiar, donde se percibía un brillo especial en cada mirada, en cada saludo y en cada abrazo. Un congreso de reencuentros, donde hemos disfrutado más que nunca de todas las personas, equipos y compañeros que crean y hacen posible este sector".



ALBERTO BORTOLUSSI

director general de Tecnotron

"Tecnotron agradece a la AECC la organización del Congreso. El equipo comercial al completo ha disfrutado del reencuentro y de la cercanía con nuestros partners, después de dos años anómalos. Ha sido una experiencia enriquecedora, entusiastamente y sumamente positiva, tanto a nivel profesional, como a nivel humano, resaltando nuestra satisfacción y compromiso con el mundo de los centros comerciales".



JAVIER ÁVILA

director general de Camaleon Led

"Nos es grato destacar el buen funcionamiento que ha tenido el XVIII Congreso Español de Centros y Parques Comerciales, celebrado en las instalaciones del Pabellón de la Navegación. Estoy muy satisfecho con el personal que realizó y organizó la previa al evento y, sobre todo, destaco la gran labor del personal de atención: organizadores, personal auxiliar, catering, equipo de limpieza y, en general, todos los asistentes. Hemos disfrutado mucho en poco tiempo y estamos impacientes ya por el XIX Congreso. Muchas gracias y hasta la próxima".



ANA RODICIO

directora general de ME Group Spain

"Para Me Group Spain la participación en el Congreso Español de Centros y Parques Comerciales en Sevilla fue muy positiva. Era la primera vez que acudíamos y fue muy relevante para nosotros tanto para posicionarnos como para que el sector nos conozca. Nos sorprendió el número de participantes y el perfil activo del visitante. Queremos felicitar a la organización por el gran trabajo realizado y estamos seguros de que repetiremos en la siguiente edición".

MERCADO | INVERSIÓN

LAR ESPAÑA INGRESA 20,6 MILLONES ENTRE ENERO Y MARZO



Lar España ha obtenido entre enero y marzo de 2022 unos ingresos de 20,6 millones de euros, frente a los 20,9 millones obtenidos en el mismo trimestre de 2021. El ligero descenso obedece a los descuentos de rentas acordados durante la pandemia y al hecho de que en el primer trimestre de 2021 se percibieron 0,6 millones de euros por los 22 supermercados adquiridos en febrero del año pasado por Blackbrook. Sin ese doble efecto, los ingresos recurrentes del primer trimestre de 2022 habrían sido de 24,4 millones de euros, un 1,2% más que los 24 millones de ingresos recurrentes logrados entre enero y marzo del año pasado.

Lar España cerró el primer trimestre con un beneficio neto después de impuestos de 6,6 millones de euros, frente a los 7,2 millones obtenidos entre enero y marzo de 2021. Excluidos los descensos de rentas y el efecto de la venta de los 22 supermercados en febrero de 2021, el beneficio neto recurrente de la socimi habría sido de 13,6 millones de euros el primer trimestre de este año, un 14,1% superior a los 12 millones del mismo periodo del año pasado.

Entre enero y marzo de este año, en los activos de Lar España se cerraron ventas finales por valor de 215,1 millones de euros, un 29,2% más que en el primer trimestre de hace un año y un 8% más que en el de 2019. Los 14 centros y parques comerciales de la socimi mantuvieron una ocupación del 96% y recibieron 18,4 millones de visitas, un 22,8% más que en el mismo trimestre del año pasado. La cifra significa la recuperación del 92% de las visitas recibidas en el primer trimestre de 2019.

La compañía abonó a finales del mes de mayo un dividendo por valor de 30 millones de euros.

| RETAIL

LAR ESPAÑA PREVÉ INVERTIR 500 MILLONES HASTA 2025 EN LA ADQUISICIÓN DE CENTROS Y PARQUES COMERCIALES

Lar España ha presentado su nuevo plan estratégico en el que contempla inversiones por valor de 500 millones de euros hasta 2025 para adquirir centros o parques comerciales *tier 1* con fuerte potencial de crecimiento y además

desarrollar nuevos proyectos. Además de invertir 500 millones de euros en los próximos tres años, la compañía anunció, en una presentación a analistas, que acelerará su política de rotación de activos no estratégicos, que po-



dria aproximarse hasta el 30% de la actual cartera y suponer unos ingresos adicionales de 400 millones de euros.

Esta política combinada permitirá a la socimi mejorar to-

davía más su portfolio y elevar el retorno total anual para los accionistas, al sumar a los dividendos sobre resultados los extraordinarios obtenidos por desinversiones.

El impuesto de la banca pasa factura a 'Okavango Delta', que cae 7 puestos

Los bancos son los más penalizados del Ibex esta semana y el sector financiero es el segundo con más peso en la cartera del fondo que gestiona José Ramón Iturriaga con una representación del 33%

Por Cristina García

Cuando la banca empezaba a beneficiarse de la subida de los tipos de interés, después de una larga travesía por el desierto, y empezaba a dar alegrías al fondo que gestiona José Ramón Iturriaga en Abante, *Okavango Delta*, que siempre ha mantenido su convicción en el sector a pesar de los vientos en contra, el inesperado impuesto temporal con el que el Gobierno gravará los beneficios extraordinarios a las grandes entidades financieras, anunciado por Pedro Sánchez este martes, ha vuelto a colocar al sector en el disparadero en bolsa. Aunque en un primer momento el anuncio cotizó con grandes caídas, estas se han suavizado con el paso de los días, sin evitar, aun así, que los bancos protagonicen esta semana los descensos más acusados dentro del Ibex 35, con el consecuente impacto en la rentabilidad del *Okavango Delta*, que otorga al sector financiero el segundo mayor peso de su cartera, del 33%.

En los últimos cinco días ha cedido más de un 9%. Pero también tiene a Bankinter, Sabadell, Santander, BBVA o a Unicaja. El impuesto del Gobierno supone, puesto en cifras, que restará a las entidades un 8,5% de los 17.700 millones de euros que los analistas proyectan que ganará la banca cotizada este año (Santander, BBVA, CaixaBank, Sabadell, Bankinter y Unicaja) y otro 7,9% de los 18.900 millones estimados para 2023.

A principios de mayo, en una entrevista a *elEconomista.es*, Iturriaga explicaba que el partido para la banca acababa de empezar y que su potencial, en muchos casos, era doblar: "Si ahora mismo la banca española está en un RoTE [rentabilidad sobre el capital tangible] medio del 7%-8%, en un escenario de subida de tipos razonable de 100-150 puntos básicos va a recuperar entre 4 y 5 puntos de rentabilidad, y parte de una valoración de 0,7 veces valor en libros, ¿cuál es el potencial? En muchos casos, doblar [la capitalización]", apuntaba.

Los otros protagonistas del fondo
 El otro sector con más representación en su cartera, además del financiero, es el inmobiliario, donde aglutina a socias y promotoras, al que da un peso del 34%, con compañías como Aedas, Metrovacesa, Neinor, Lar España o Merlin en cartera. Le sigue el de consumo discrecional, que supone un 15% del fondo, seguido del de servicios de comunicación (10%), del industrial (4%) y el de los materiales (con otro 4%).

GESTIÓN ACTIVA DE LA BOLSA ESPAÑOLA Fondos con 'active share' igual o superior al 60% y con clase disponible para el inversor minorista

1º Azvalor Iberia GESTORA: Azvalor. RENT. 2022 (%): 13,76 VARIACIÓN SEMANA: =	2º Sigma Inv. House FCP Equity Spain A CI GESTORA: ANDBANK / RENT. 2022 (%): 6,92 VARIACIÓN SEMANA: =	3º Iberian Value GESTORA: DUX RENT. 2022 (%): 3,14 VARIACIÓN SEMANA: =
---	---	--

PUESTO	FONDO	GESTORA	RENTABILIDAD* 2022 (%)	SEMANA
4.	Cobas Iberia C FI	COBAS ASSET MANAGEMENT	1,07	=
5.	Mutufondo España A FI	MM MUTUACTIVOS	-0,02	↑ 1
6.	Santander Acciones Españolas A FI	Santander	-1,30	↓ -1
7.	BBVA Bolsa Plus FI	BBVA	-4,12	↑ 2
8.	Horos Value Iberia FI	HOROS	-4,21	↑ 2
9.	BBVA Bolsa FI	BBVA	-4,31	↑ 2
10.	Sabadell España Dividendo Base FI	Sabadell	-4,59	=
11.	Magallanes Iberian Equity M FI	MAGALLANES	-5,08	=
12.	Fondmapfre Bolsa Iberia R FI	MAPFRE	-5,39	↑ 4
13.	Caixabank Small & Mid Caps Esp Estándar FI	CaixaBank	-6,07	↑ 1
14.	Okavango Delta A FI	abante	-6,37	↓ -7
15.	Caja Ingenieros Iberian Equity A FI	Caja de Ingenieros	-6,41	↑ 2
16.	Solventis Aura Iberian Equity FI	solventis	-6,68	↓ -3
17.	Metavalor FI	META GESTION	-6,95	↓ -3
18.	March International Iberia A EUR	FUNDROCK	-7,10	↓ -3
19.	Gestión Boutique VI FundamentAppor Spa FI	ANDBANK /	-7,79	↑ 3
20.	Trea Cajamar Renta Variable España A FI	TR3A	-9,19	↑ 1
21.	Bestinver Bolsa FI	BESTINVER	-9,31	↓ -2
22.	Gestifonsa RV España Base FI	Gestifonsa	-9,39	↑ 2
23.	Santalucía Ibérico Acciones BFI	santalucia	-9,39	↓ -3
24.	Santalucía Espabolsa BFI	santalucia	-9,70	↓ -1
25.	Radar Inversión Retail FI	Orienta Capital	-9,74	=
26.	EDM-Inversión RFI	EDM	-9,89	=
27.	Renta 4 Bolsa RFI	renta4	-9,94	↑ 3
28.	Fidelity Iberia E-Acc-EUR	Fidelity	-10,53	↑ 4
29.	Gesconsult Renta Variable A FI	GESCONSULT	-10,80	=
30.	Mediolanum Small & Mid Caps España SFI	MEDIOLANUM	-11,02	↓ -3

31º Santander Small Caps España A FI GESTORA: Santander RENT. 2022 (%): -11,49 VARIACIÓN SEMANA: ↑ +2	32º TREA SICAV Trea Iberian Equities C EUR GESTORA: waystone RENT. 2022 (%): -11,84 VARIACIÓN SEMANA: ↓ -4	33º GVC Gaecco Bolsalder A FI GESTORA: GVC Gaecco RENT. 2022 (%): -12,09 VARIACIÓN SEMANA: ↓ -2
---	--	---

Caixabank Bolsa All Caps España se ha fusionado con CaixaBank Small&Mid Caps España.
 Fuente: Morningstar. (*) Rentabilidad hasta el 12 de julio. elEconomista

Lo mejor y lo peor

En los 20 fondos más grandes de cada categoría

Gestión activa en bolsa global		Renta variable española		Renta fija domiciliados en España		Sicavs +500 accionistas		Planes de pensiones de bolsa (6/07)		Planes de pensiones de deuda (6/07)	
LOS MEJORES	RENT. 2022 (%)	LOS MEJORES	RENT. 2022 (%)	LOS MEJORES	RENT. 2022 (%)	LOS MEJORES	RENT. 2022 (%)	LOS MEJORES	RENT. 2022 (%)	LOS MEJORES	RENT. 2022 (%)
Azvalor Internacional	26,11	Mutufondo España A	-0,02	BBVA Ahorro Cartera	0,10	Smart Social SICAV	29,62	Santander Dividendo PP	-6,81	BBVA RF Intern. Flexible 0-3 PP	-1,33
Azvalor Value Selection SICAV	25,55	Santander Acciones Españolas A	-1,30	Klubbank RF Carteras	-0,39	Intelligent Data & Bots SICAV	-1,95	Naranja Ibex 35 PP	-7,73	Uniplan Renta Fija Corto Plazo PP	-2,11
LOS PEORES	RENT. 2022 (%)	LOS PEORES	RENT. 2022 (%)	LOS PEORES	RENT. 2022 (%)	LOS PEORES	RENT. 2022 (%)	LOS PEORES	RENT. 2022 (%)	LOS PEORES	RENT. 2022 (%)
Beka Int. Select Equities	-27,25	Fidelity Iberia E-Acc-EUR	-10,53	Trea Cajamar Renta Fija A	-10,00	Invermay SICAV	-12,01	BK Variable América PP	-19,57	Klubbank Renta Fija PP	-7,34
Ediquier World Next Leaders A	-41,21	Santander Small Caps España A	-11,49	CB Master RF Privada Euro	-10,10	Financiera Poferrada SICAV	-13,47	Bestinver Global PP	-19,66	Ibercaja I Renta Fija PP	-10,45

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

Lagoh crea una playa y organiza un torneo de voley playa en verano

El complejo comercial y de ocio **Lagoh**, propiedad de Lar España Real Estate Socimi y gestionado por Grupo Lar a través de Gentalia acogerá durante los meses de julio y agosto un Campeonato de voley playa que incluirá una competición para profesionales y otra para deportistas amateur. Para el desarrollo de la competición se ha creado una playa que se ubicará junto al selfie point de **Lagoh**.

El Correo • original

El complejo comercial y de ocio

[href="https://elcorreoweb.es/cronologia/noticias/meta/centro-comercial-lagoh">](https://elcorreoweb.es/cronologia/noticias/meta/centro-comercial-lagoh)Lagoh, propiedad de Lar España Real Estate Socimi y gestionado por Grupo Lar a través de Gentalia acogerá durante los meses de julio y agosto un Campeonato de **voley playa** que incluirá una competición para profesionales y otra para deportistas amateur.

Para el desarrollo de la competición se **ha creado una playa que se ubicará junto al selfie point de Lagoh**. Las instalaciones contarán con una pista profesional de voley playa, un gran sol, tumbonas con sombrilla e incluirá también un gran QR para que los visitantes puedan divertirse con toda la emoción del voley, además de conseguir premios seguros con un divertido rasca y gana.

Lagoh ha organizado un campeonato de voley que se dividirá en dos fases. Una primera del 18 al 22, y del 26 al 28 de julio, para el campeonato profesional. Los encuentros, que se disputarán a partir de las 18.00 horas, estarán abiertos al público para todos los visitantes que quieran presenciar en directo los partidos.

La segunda fase será un campeonato amateur, que se jugará a lo largo del mes de agosto. Todas aquellas personas que quieran participar deberán realizar la inscripción a través de la web: <https://www.lagoh.es/torneo-voley/>. El plazo de inscripción estará abierto hasta el día 30 de julio o hasta que se inscriban los 30 primeros equipos. Los ganadores de este torneo podrán llevarse 300 para gastar en **Lagoh** o 200 si resultan subcampeones. **Lagoh** promueve a través de esta iniciativa el ocio saludable, la diversión y los planes diferentes para realizar con amigos o en familia.



Playa creada en el centro comercial Lagoh.

Abierta la convocatoria para la segunda edición del Concurso de Microcortos de Ànecblau

El centro comercial Ànecblau abre convocatoria para la segunda edición del Concurso de Microcortos Ànecblau, con el «Concurso de Microcortos». El centro sigue apostando por el apoyo y la promoción de la cultura popular, en este caso la cinematográfica, en el entorno privilegiado del Baix Llobregat», declara Ana Torres, gerente de Ànecblau.

María Páez • original



696w">

Ànecblau hora planeta

El centro comercial Ànecblau abre convocatoria para la segunda edición del Concurso de Microcortos Ànecblau, con el «Concurso de Microcortos».

El centro sigue apostando por el apoyo y la promoción de la cultura popular, en este caso la cinematográfica, en el entorno privilegiado del Baix Llobregat», declara Ana Torres, gerente de Ànecblau.

La temática de los microcortos es libre y las piezas seleccionadas se proyectarán en las salas Premium del cine Yelmo en el centro comercial de Castelldefels (Barcelona). El ganador recibirá un premio de 2.000 euros para la realización de un cortometraje, bajo el mentoring del Centre Experimental de la Cinematografia i les Arts Visuals de Catalunya (CECAAC), que entrará directamente a concurso en la próxima edición del Festival Internacional de Cine de Castelldefels (prevista para el 2023).

Este concurso forma parte de las actividades paralelas que se realizarán en el marco del Festival Internacional de Cine de Castelldefels (FICC). El FICC es un certamen que pretende promover la cultura cinematográfica mediante la competición internacional de cortometrajes, la proyección de largometrajes icónicos y la difusión de eventos de participación popular para todas las edades.

A pesar de la pandemia, la primera edición del CFF fue un éxito, con más de 4.500 asistentes y con premiers como «Santuario» de Javier Bardem, Carlos Bardem y Álvaro Longoria, «Historias lamentables» de Javier Fesser y «Poliamor para principiantes» de Fernando Colomo. Recibieron

Medio	justretail.news	Fecha	21/07/2022
SopORTE	Prensa Digital	País	España
U. únicos	143	V. Comunicación	489 EUR (501 USD)
Pág. vistas		V. Publicitario	150 EUR (153 USD)



los premios de honor del festival **Karra Elejalde, Licio Marcos, Álvaro Longoria y Javier Fesser.**

Chiringuito Pura Vida

Además de la buena gastronomía y de los buenos cócteles, en el restaurante Pura Vida en Sevilla también acuden algunos de los principales DJ de la zona para amenizar la estancia y, sobre todo, para animar el local cuando cae la noche. Por eso, las actuaciones de músicos y pinchadiscos se concentran sobre todo en los fines de semana, que es cuando más afluencia de gente hay.

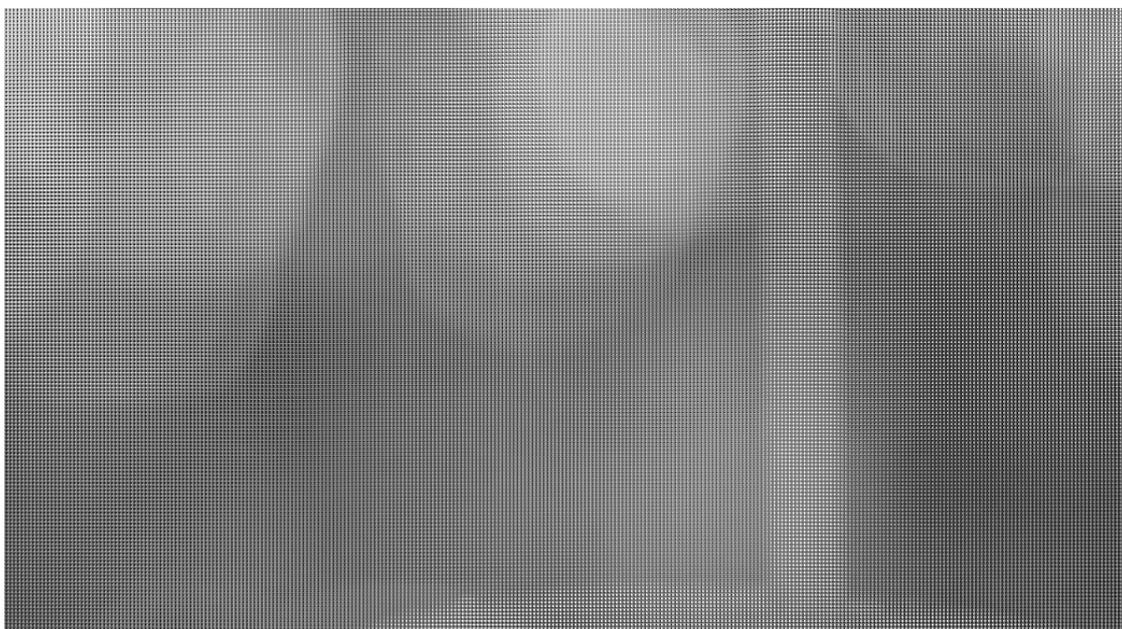
original



Chiringuito Pura Vida

Si quieres disfrutar de un momento especial en tu día, relajarte, ver el agua del **Centro Comercial Lagoh de Sevilla** y respirar bien fuerte, tu lugar está en el restaurante Pura Vida, un lugar especial asentado cerca del lago y en donde, además de cenar, también vas a poder disfrutar de una copa con tu pareja o tus amigos.

El concepto del espacio Pura Vida es precisamente ese, el de disfrutar de la vida, porque tú te lo mereces, y para ello han elaborado una **propuesta gastronómica basada en productos de la zona** y en platos que son una garantía de éxito, como las hamburguesas especiales o el tartar de atún, que está para chuparse los dedos.



Gastronomía en Pura Vida.

Además de la buena gastronomía y de los buenos cócteles, en el restaurante Pura Vida en Sevilla también acuden algunos de los **principales DJ de la zona para amenizar la estancia** y, sobre todo, para animar el local cuando cae la noche. Por eso, las actuaciones de músicos y pinchadiscos se concentran sobre todo en los fines de semana, que es cuando más afluencia de gente hay.



Gastronomía en Pura Vida.

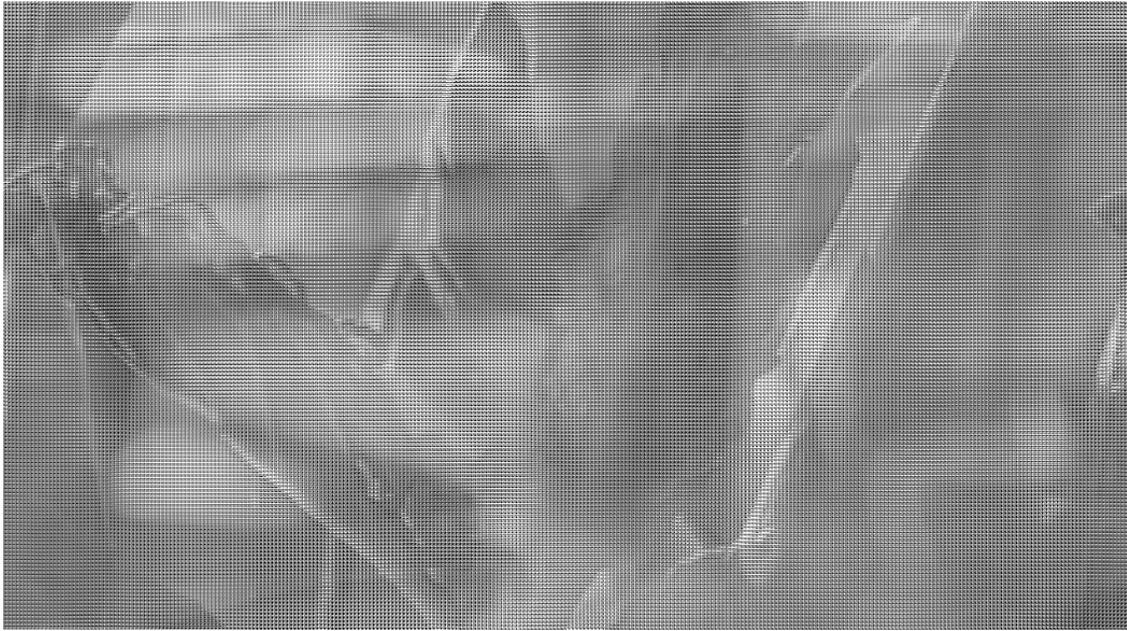
En cuanto a los cócteles del espacio Pura Vida en el Centro Comercial **Lagoh** de Sevilla vas a poder encontrar los clásicos margarita, manhattan, caipirinha o mojitos, pero también una increíble nueva selección de **cócteles confeccionados por los mejores profesionales de Pura Vida** y que te los harán en el momento de pedirlos, para que no pierdas ningún detalle de cómo se mueve esa coctelera que contiene oro líquido.



Gastronomía en Pura Vida.

¿Te apuntas a una tarde de tiendas? ¡Te esperamos!. Ofrecemos un espacio único en el CC **Lagoh** con **salón interior y terraza al aire libre** junto al lago en la que saborear nuestras especialidades a la brasa (hamburguesas, costillas, pescado, pulpo y verduras) el atún rojo en diferentes cortes y nuestra barra de coctelería y copas premium. Además, si eres cafetero, no

encontrarás nada igual.



Cócteles en Pura Vida.

Contacto

Dirección: Avenida de Palmas Altas, sn, 41012 Sevilla.

Teléfono: 954 10 46 36.

Horario: todos los días de 12:00 a 02:00 horas

ESG y cuenta de resultados: de vidas paralelas a realidad única

Lo de que veinte años no es nada puede funcionar (y de hecho funciona) en el tango. Pero en la vida de las empresas dos décadas dan para mucho y representan el tiempo en toda su dimensión. Más o menos esos veinte años son los que llevamos hablando de la información no financiera. Lo que ahora englobamos bajo esta etiqueta fue todo un hallazgo de la cultura corporativa de principios de siglo.

Hernán San Pedro • original



Lo de que veinte años no es nada puede funcionar (y de hecho funciona) en el tango. Pero en la vida de las empresas dos décadas dan para mucho y representan el tiempo en toda su dimensión. Más o menos esos veinte años son los que llevamos hablando de la información no financiera. Lo que ahora englobamos bajo esta etiqueta fue todo un hallazgo de la cultura corporativa de principios de siglo. Entonces se llamaba responsabilidad social a secas. Poco después se le añadió el término corporativa y, con los años, ese compromiso se abrió como un tríptico. A la izquierda de lo social apareció lo medioambiental, expresado como actuaciones concretas contra el cambio climático. A la derecha del cuadro tomaban cuerpo las prácticas de buen gobierno. Es lo que hoy en día se conoce como ESG según el acrónimo inglés.

Parece claro que todas estas cuestiones pasaron de accesorias a decisivas a partir de la crisis económica mundial de 2008. La desconfianza y la desafección hacia los agentes sociales y políticos, y también hacia los económicos, surgió entonces. A día de hoy sus efectos siguen condicionando la realidad política, y también la empresarial. Lo que empezó siendo un ejercicio voluntarista de conciencia social se ha convertido en una obligación de transparencia y honradez corporativas. En un mundo tan polarizado, volátil e inestable como el de hoy, la legitimidad social se ha vuelto un requisito indispensable para la supervivencia de cualquier proyecto empresarial. Se ha dado la vuelta a la máxima de la antigua Roma: ya no basta con parecerlo; además hay que serlo, serlo de verdad y demostrarlo.

En todos estos años, esa realidad ESG ha ido ganando cuerpo, pero se ha mantenido casi siempre al margen de las cuentas de resultados y de lo que se conoce como información financiera de la empresa. La propia estructura de contenidos del regulador quizá ayuda a mantener esa dicotomía. En torno a ese carácter dual, lo financiero a un lado y lo social a

otro, se suele hablar de que la ESG supone una segunda e incluso una tercera línea de la cuenta de resultados, pero siempre al margen de la línea de pérdidas y ganancias.

En mi opinión, mantener esas vidas paralelas entre la parte financiera y la no financiera, como líneas que nunca llegarán a encontrarse, ha quedado completamente anticuado. La propia realidad de las empresas obliga a integrar ambos mundos en una única realidad, porque la influencia de la ESG es tal que determina, condiciona, revierte o incluso destroza el análisis meramente numérico de cualquier compañía.

Está claro que las ventas, el beneficio, la deuda o las valoraciones, influyen en los números corporativos, pero es que la política medioambiental o la gobernanza influyen tanto o más que esos apartados clásicos. Por eso deberíamos ir hacia un entendimiento integral de los resultados de las compañías, un análisis que incluya todos esos vectores, tanto los financieros como los no financieros.

La comprensión fraccionada de esas dos realidades corre el riesgo de desenfocar el conjunto y ya ni siquiera es suficiente. La exigencia de una ética corporativa integral se ha situado por encima, y ese racional debe aplicarse tanto a la parte financiera como a la no financiera, con los mismos criterios ESG en ambos aspectos. Parece evidente que sin negocio no puede haber buenas prácticas, pero es que sin buenas prácticas intentar hacer negocios resulta exactamente igual de inadecuado.

Así que se trata de que las empresas no solo hagan lo correcto, sino de que además lo hagan correctamente. Como se decía en las cartillas de usos y costumbres de mis mayores: si tienes que hacer algo, además procura hacerlo bien. Si quisiéramos trasladar esa máxima a las actuales necesidades de las empresas, se trataría de hacer las cosas bien respecto a lo que se vende, a lo que se gana, a lo que se retorna y a lo que se genera -y a cómo se genera-. Son principios muy sencillos de actuación en torno a los que cabe articular una ética empresarial plena que conecte el negocio con las buenas prácticas.

Me refiero a que cualquier empresa debe mostrar un compromiso con su negocio, que se traslada a sus resultados operativos, a lo que consiga vender. Debe mostrar además un compromiso con sus finanzas, que trasladará a su cuenta de resultados, a lo que consiga ganar. También necesita trasladar su compromiso con el entorno, a través de sus resultados medioambientales. Está obligada a declarar si ha protegido o desprotegido su entorno, porque sin esa afirmación no hay legitimidad posible.

Claro que también existe un necesario compromiso con la comunidad, que se declina a través de los resultados sociales. Es decir, cualquier empresa debe demostrar si retorna a la sociedad parte del valor que obtiene en el ejercicio de su negocio. A su vez, ese compromiso social debe ser coherente con la debida lealtad a sus grupos de interés, respecto a los que se debe mantener una total honestidad y transparencia.

Asimismo, debe asegurar unos resultados de gobernanza, porque es la única manera de trasladar legitimidad a todos los compromisos anteriores, y también unos resultados cualitativos, capaces de medir la satisfacción y la excelencia generados a lo largo del desempeño empresarial. Criterio éste, el de la calidad, o la excelencia en la actuación, que ha quedado injustamente fuera del acrónimo ESG, y que cada día se me aparece como más necesario.

En definitiva, el camino hacia una ética empresarial completa hace necesario interiorizar y equiparar definitivamente -más allá de la confección de un mero informe integrado-, los resultados operativos, los financieros, los medioambientales, los sociales y hacerlo de forma muy transparente. Y además con la mayor calidad y excelencia en todo el proceso. Un paso más que agradecerán nuestros grupos de interés, y que reflejará nuestro verdadero compromiso con todos ellos. En eso estamos.



Previsible incremento de ingresos y crecimiento de doble dígito en Ebitda: Comprar **Lar España** (P. P. 8 eur/acc)

Intermoney | **Lar España** (LRE) anunciará sus resultados del 1S 22e el 29 de julio antes del mercado, celebrando una presentación ese mismo día a las 16:30 horas. Esperamos que las cifras muestren un cierto incremento en ingresos y crecimiento de doble dígito en EBITDA (+13%), como se puede ver en la tabla adjunta, tanto debido al efecto de la inflación como a la relativa contención en costes, como ya vimos en los trimestres anteriores.

original



Intermoney | **Lar España** (LRE) anunciará sus resultados del 1S 22e el 29 de julio antes del mercado, celebrando una presentación ese mismo día a las 16:30 horas. Esperamos que las cifras muestren un **cierto incremento en ingresos y crecimiento de doble dígito en EBITDA** (+13%), como se puede ver en la tabla adjunta, tanto debido al efecto de la inflación como a la relativa contención en costes, como ya vimos en los trimestres anteriores. Otros datos operativos, tales como la afluencia a los centros, podrían reportar mejoras respecto a los niveles prepandemia.

Confirmamos Comprar en Lar España, así como el Precio Objetivo de 8 euros a diciembre de 23e; Mensajes positivos en el ID. Pensamos que los motivos de compra del valor siguen vigentes: además del potencial de revalorización superior al 70%, **Lar** ha mostrado una recuperación casi total post Covid de los niveles de afluencia (*footfall*). Otros datos positivos son: **1)** mayor crecimiento de visitas e ingresos de clientes respecto a la media nacional en los últimos 4-5 años; **2)** control de costes coincidiendo con el fin de la pandemia; **3)** un ratio LtV razonable del 40%; y **4)** recuperación actual del dividendo hasta un rendimiento de más del 7%. Pensamos además que el Investor Day del mes pasado añadió puntos positivos para el valor, tales como: **1)** los objetivos de ingresos, +7% TACC hasta 2025e, superan nuestras previsiones claramente; mientras que **2)** la guía del apalancamiento constante en el 40-45% pensamos que implica importantes crecimientos de dividendo los próximos años; finalmente, **3)** consideramos importante la confirmación de las líneas conocidas de las políticas de ESG, a la que **Lar** dio un protagonismo muy relevante.

Lar España - Previsiones de resultados semestrales del 1S 22e

Mn€, %	1S 21	2021	1T 22	IMV 1S 22e	IMV 2T 22e
Ingresos	40	79	21	42	21
<i>Inc. anual (%)</i>	<i>-18</i>	<i>-18</i>	<i>-14</i>	<i>5</i>	<i>34</i>
C. Comerciales	39	77	20	40	20
<i>Inc. anual</i>	<i>-19</i>	<i>-17</i>	<i>-15</i>	<i>3</i>	<i>29</i>
EBITDA	23	50	13	26	13
<i>Inc. anual (%)</i>	<i>-38</i>	<i>-30</i>	<i>-25</i>	<i>13</i>	<i>122</i>
Revalorizaciones	-8	-1	0	0	0
G. Financieros	-9	-25	-4	-9	-5
Participadas	0	0	0	0	0
B. Neto	8	26	7	15	8
<i>Inc. anual (%)</i>	<i>-129</i>	<i>-150</i>	<i>-42</i>	<i>79</i>	<i>-328</i>

Fuente: Intermoney Valores, Lar España

Mantenemos sin cambios nuestro Precio Objetivo de 8 euros/acción, que implica un *yield* del 6,6% respecto a las rentas efectivamente cobradas en 23e. Confirmamos nuestro PO de 8,0 euros/acción, ahora con fecha diciembre de 23e, estimado mediante DFC con un WACC del 6,5% para el periodo 24e-31e y un crecimiento perpetuo de 1,5% en adelante. Nuestro PO implica un descuento del -23% respecto al NAV declarado a diciembre de 21 (10,41). El GAV estimado, 1.471 Mn, es algo superior al publicado a esa fecha, 1.424 Mn, explicable por la diferencia de 24 meses en la fecha de cálculo. y representaría un *yield* bruto del 6,6x en 23e, considerando las rentas efectivamente cobradas previstas para este año (97 Mn).