Diario de Sevilla

Publicación	Diario de Sevilla General, 24	Fecha	03/04/2023
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	17 469	V. Comunicación	23 156 EUR (25,172 USD)
Difusión	13 983	Tamaño	456,82 cm² (73,3%)
Audiencia	46 000	V.Publicitario	3269 EUR (3554 USD)

lar España Real Estate

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

● La gerencia asegura que la actividad del centro comercial ha subido un 10% en el primer trimestre, pese a la inflación y la competencia de Way

Lagoh busca suelo para ampliar su aparcamiento con 1.200 plazas más

Ana S. Ameneiro

El centro comercial Lagoh, al sur de Sevilla, sigue creciendo en visitantes a pesar de la inflación, a pesar de las obras que han limitado los accesos por la avenida de las Razas y por la avenida de Palmas Altas, y a pesar de la competencia de otros centros comerciales como el Way (Dos Hermanas).

Así lo asegura la dirección del centro, que sostiene que los datos de visitantes no indican precisamente que haya decaído la actividad. "Lagoh lleva creciendo en afluencias a doble dígito desde su inauguración en 2019. La inflación está claro que afecta al consumo, al igual que las obras de Las Razas y avenida de Palmas Altas podrían haber afectado, pero los datos del cierre del año y del primer trimestre reflejan que no ha sido del todo así", señala el gerente, Carlos Fita.

Según Fita, en el primer trimestre de 2023 el crecimiento registrado en Lagoh ha sido considerable: de un 10% más respecto al mismo periodo del año anterior. Añade que en diciembre pasado logró cifras de récord al pasar por sus instalaciones más de un millón de personas y que en todo el año 2022 acumuló cerca de los 9 millones de visitantes, un 17% más que en 2021. Es el centro que más ingresos reporta al grupo Lar España y los profesionales de sector (la Asociación Española de Centros Comerciales, AECC) han premiado a Lagoh como el mejor centro comercial grande/muy grande de España.

FOTOS: JUAN CARLOS MUÑOZ

El aparcamiento exterior de la fachada Norte de Lagoh.

> Tras cerrar varios negocios, hay nuevas marcas como Basic Fit y la tienda del Betis

Basic Fit (gimnasio) es una de las nuevas marcas que se han sumado a Lagoh.

Dado este nivel de afluencia, la dirección del centro comercial busca con urgencia más plazas de aparcamiento para cubrir la demanda. Lagoh se inauguró en septiembre de 2019 con una oferta de 3.200 aparcamientos, cantidad que se aumentó con otras 640 plazas nuevas en dos parcelas anexas gracias a una inversión adicional de 700.000 euros. Ahora la prioridad es incrementar las 3.840 plazas actuales en una horquilla de 1.000 a 1.200 plazas más "en zonas muy próximas a Lagoh" que elevarían la oferta total a 5.000.

"Sabemos que lo primero que debe mejorar en Lagoh es el número de plazas de parking. Por eso estamos estudiando y trabajando en varias opciones más que confiamos puedan convertirse en realidad en el menor tiempo posible", explica el gerente Fita, que rehúsa desvelar la localización exacta de estas parcelas.

La permanencia media de los clientes en Lagoh es de dos horas y media, frente a la hora y media que suele durar la estancia en todo el sector, destaca Fita.

CIERRE DE LOCALES

Una decena de locales comerciales consultados por este periódico sostienen que la actividad en Lagoh ha sufrido una caída en los últimos cinco meses y que el efecto de la inflación se nota mucho, lo que se ha traducido en el cierre de varios locales. Los días de ventas se reducen a los lunes por la tarde y los fines de semana (viernes y sábado), mientras que de martes a jueves hay bastante tranquilidad.

Buena parte de estos convienen en que las obras de Las Razas (por la ejecución de colectores de agua y para la depuración por parte de Emasesa, la Confederación Hidrográfica del Guadalquivir y la Junta de Andalucía) y la avenida de Palmas Altas (por la construcción de los accesos al nuevo barrio de Isla Natura) han dificultado los accesos al centro comercial, e incluso citan la competencia que ejercen tanto el centro comercial de Dos Hermanas (Way) como el renovado Los Arcos.

En efecto, ha cerrado un mínimo de una decena de negocios: un restaurante (La cueva de 1900), una cafetería (Panther), dos peluquerías, un Phone House, una joyería, una tienda ropa (Valentina.... Este periódico ha constatado que la mayoría de locales han sido ocupados por otras firmas, salvo uno en el que estaba instalada una gran joyería en la planta alta frente al Lefties. Las grandes marcas más potentes (Tous, Media Markt, Lefties, Primor, Primark) soportan mejor la inflación.

Diario de Sevilla

Publicación	Diario de Sevilla General, 25	Fecha	03/04/2023
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	17 469	V. Comunicación	23 156 EUR (25,172 USD)
Difusión	13 983	Tamaño	449,08 cm² (72,0%)
Audiencia	46 000	V.Publicitario	3231 EUR (3512 USD)

lar España Real Estate

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

FOTOS: JUAN CARLOS MUÑOZ

Ambiente en Lagoh este viernes, uno de los días de más afluencia.

Las marcas nuevas que se han asentado en Lagoh en esos locales que han quedado vacíos son Basic Fit (gimnasio), Natur Perfums, Casa Carmen, Zapetit, Aliexpress y la Tienda oficial del Betis, entre otras.

Varios comerciantes consultados aseguran que los cierres se deben a que los gastos son altos en relación a los ingresos. La dirección de Lagoh lo niega y atribuye esta situación a la competencia del mercado: "No es cierto que los cierres se deban a la relación alquiler/ventas. Los activos de Lar España, entre los que se encuentra Lagoh, tienen una tasa de esfuerzo (incluidos todos los gastos, por ejemplo de energía) de tan solo el 9,2%. Sin duda una de las más bajas en el mercado español y casi la mitad de la existente en el mercado europeo. Es decir, ponemos a disposición de los comerciantes espacios en activos dominantes y de altísima calidad, a precios enormemente competitivos".

"La competencia siempre es sana, y en un mercado con competencia el factor determinante es la calidad del activo y la calidad de la gestión", agrega el gerente.

Vista del aparcamiento más cercano al puente del Centenario.

La dirección responde que el cambio de marcas es algo normal en cualquier centro comercial. "Inauguramos en septiembre de 2019 al 99% de ocupación y, a día de hoy, seguimos en la misma tasa de ocupación, porque aunque han cerrado diversos locales, como es lógico en el período de arranque de un centro comercial, se han sustituido por nuevas marcas que han apostado por Lagoh. En nuestro sector la rotación de operadores es algo normal y además necesario para el desarrollo del centro comercial", explica Fita.

En la tienda de mascotas Tiendanimal, su gerente Pablo Astorga asegura que desde octubre han registrado que entran entre 400 y 500 clientes menos en la tienda, algo que atribuye a la competencia de otros centros comerciales, sobre todo el Way de Dos Hermanas.

BONIFICACIONES

La gerencia de Lagoh afirma que, en caso de que sea necesario, ayudan a sus operadores a que su negocio se consolide con diversas herramientas. "Las bonificaciones en renta son una de estas herramientas y se han aplicado en estos 3 años, al igual que herramientas del tipo comunicación en redes sociales, apoyo en campañas en nuestras pantallas digitales, cesiones de espacio gratuito de terrazas cuando la normativa Covid limitaba el número de comensales en terrazas, etcétera. Para nosotros nuestros comerciantes son verdaderos socios de negocio y, por lo tanto, nuestras relaciones con ellos son de permanente ayuda y colaboración", explica Carlos Fita.

La dirección de Lagoh trabaja para seguir creciendo en número de visitantes y para fidelizarlos. Fita concluye que "Lagoh está considerado a nivel nacional e internacional como uno de los mejores ejemplos de lo que debe ser un centro comercial del siglo XXI: oferta comercial excelente, experiencia de cliente atractiva y adaptada a cada tipo de cliente final, tecnología y conciencia medioambiental, y combinación de lo físico y lo digital. Por ello los consumidores nos premian mes tras mes con su presencia y, a nivel sector Centros Comerciales Europa, somos uno de los dos finalistas al premio ECSP Design and Development Awards".

Inversión

Publicación	Inversión y Finanzas General, 19	Fecha	31/03/2023
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	10 244	V. Comunicación	31 180 EUR (33,938 USD)
Difusión	3087	Tamaño	481,91 cm² (77,3%)
Audiencia	28 000	V.Publicitario	7052 EUR (7676 USD)

lar España Real Estate

os mayores REIT europeos

EIT	NACIONALIDAD	CAPITALIZACIÓN*	EVOLUCIÓN (%)
)NOVIA	ALEMANA	12.570	-28
ECINA	FRANCESA	6.926	-5
EUTSCHE WOHNEN	ALEMANA	6.725	-15
NIBAIL	FRANCESA	6.297	-6
.EPIERRE	FRANCESA	5.585	-9
VISS PRIME	SUIZA	**5.569	-9
AREHOUSES DE PAUW	ALEMANA	5.295	-3
SP SWISS PROPERTY	SUIZA	**4.600	-7
ERLIN PROPERTIES	ESPAÑOLA	3.575	-13
:G IMMMOBILIEN	ALEMANA	3.574	-20

JENTE: BLOOMBERG. *EN MILLONES DE EUROS ** EN MILLONES DE FRANCOS SUIZOS

Retail: flexibilidad financiera e ingresos

Jon Armentia

De un tiempo a esta parte, los cisnes negros en economía han pasado de considerarse una especie casi en peligro de extinción a ser avistados casi a la vuelta de cada esquina. Hace poco más de tres años, nadie habría creído la hipótesis de una pandemia sanitaria mundial, que un carguero colapsara el transporte mundial de suministros durante semanas, que la guerra fría volviera a las mismas puertas de Europa desde hace más de un año, que la inflación recuperase las dos cifras habituales en la década de los setenta, o que los tipos de interés remontasen desde niveles negativos hasta casi el 4 por ciento en unos pocos meses. Cuando ya parecía que ningún otro riesgo podría suceder, la crisis bancaria nos ha enfrentado de lleno con los viejos fantasmas de la gran crisis financiera mundial de 2008. Toca volver a contener la respiración.

Es inevitable que un efecto dominó con tantas malas noticias y tan seguidas repercuta sobre todos los sectores económicos, como así ha ocurrido. El sector inmobiliario fue señalado en primera persona y con especial intensidad como el principal candidato a ser devastado por todos esos cisnes negros. Para muchos expertos y analistas, la pandemia, el teletrabajo, el e-commerce, la caída del consumo privado, el encarecimiento de la financiación o la subida de los tipos de interés condenaba a la mayoría de inmobiliarias cotizadas a asumir caídas en las valoraciones de sus activos de entre un diez y un 30 por ciento, según el grado de oscuridad que empleara el agorero de turno.

La realidad es que las valoraciones de las principales compañías se han mantenido estables durante 2022, e incluso en el caso de Lar España se apreciaron un 3,5 por ciento en solo un año. Si hablamos de retail, las grandes inmobiliarias especializadas en este campo han recuperado la actividad en tiempo récord después de cada escalada. El año pasado, las tiendas del conjunto de centros y parques comerciales incrementaron sus ventas declaradas respecto a 2021 y también respecto a 2019. Muchas renegociaron los contratos durante la pandemia, a cambio de mayores duraciones o de acuerdos de mayor calado. El resultado es que los ingresos de las empresas de retail han sido especialmente recurrentes y resilientes, con la ocupación de buena parte de los activos por encima del 95 por ciento de la superficie alquilable, rozando con los dedos la plena ocupación.

Si hablamos de Lar España, una vez superado ómicron por marzo de 2022, los ingresos totales ▶

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

Publicación	Inversión y Finanzas General, 20	Fecha	31/03/2023
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	10 244	V. Comunicación	31 180 EUR (33,938 USD)
Difusión	3087	Tamaño	227,47 cm² (36,5%)
Audiencia	28 000	V.Publicitario	4235 EUR (4610 USD)

aumentaron casi un 6 por ciento en el conjunto del año. Las ventas declaradas por los inquilinos superaron por primera vez en un solo año los 1.000 millones de euros, y el beneficio neto prácticamente se triplicó. Las distintas compañías pueden haber salido más o menos favorecidas en la foto, pero en su conjunto, el sector del retail volvió a superar los 1.500 millones de visitas. De forma directa e indirecta, el sector genera 800.000 puestos de trabajo, aporta el 1 por ciento del PIB español, y el 10,8 por ciento del total del sector servicios.

Todas estas fortalezas certifican que la inversión en retail va a ser una de las grandes sorpresas a corto y medio plazo. No se puede negar la apuesta que las grandes marcas han hecho por las ventas digitales, pero, en paralelo, han buscado ampliar y modernizar sus grandes tiendas en los centros de referencia. Es fundamental si quieren consolidar un contacto real y aspiracional entre sus marcas y sus clientes. Por eso las alianzas entre grandes marcas y centros y parques comerciales se han intensificado durante la pandemia. La omnicanalidad y la interrelación mutua son sus principales apuestas de futuro.

Además, la tecnología va a disparar esa capacidad de predicción e impulso comercial presencial. Basta con echar un vistazo a la propia estructura y distribución de las superficies. Hay que tener en cuenta que el necesario gancho experiencial lo podrán ofrecer solamente los mejores activos, los que sean modernos, con una amplia oferta de servicios, estén bien gestionados y con un mix comercial cualificado. Será este perfil de centros y parques el que esté preparado para afrontar los retos del futuro. Como en casi todo, la calidad marca la diferencia. Es evidente que no todos los centros se comportan igual, pero los que suelen ser calificados como dominantes, aquellos que cubren comercialmente en exclusiva una zona amplia y muy poblada, y cuyo apalancamiento es reducido, afrontan el presente y el próximo ejercicio con muy buenas perspectivas. ●

Jon es director Corporativo y CFO de Lar España

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

INVERSIÓN finanzas.com

Medio	Finanzas	Fecha	05/04/2023
Soporte	Prensa Digital	País	España
U. únicos	9449	V. Comunicación	1 778 EUR (1,942 USD)
Pág. vistas	28 366	V. Publicitario	600 EUR (655 USD)

https://www.finanzas.com/mercados/5-dividendos-bolsa-espanola-triplican-inflacion.html

5 dividendos de la bolsa española que triplican la inflación

José Jiménez José Jiménez Bloomberg News Alejandro Ramírez Esther García López Ismael García Villarejo Bloomberg News

finanzas.com Alejandro Ramírez finanzas.com Esther García López • original

La inflación es el gran enemigo de las carteras, pero los inversores tienen la posibilidad de combatirla apostando por los dividendos.

La estrategia, como mínimo, tiene que ir enfocada a batir la inflación, cuya tasa general se relajó en marzo hasta el 3,3 por ciento, si bien la subyacente sigue firme en el 7,5 por ciento.

La bolsa española es uno de los mercados que mayor rentabilidad por dividendo ofrece a los inversores, según el último informe de mercados de BME. Además, la retribución alcanzó en 2022 los 26.000 millones de euros, el 26,8 por ciento más.

No obstante, en el grupo de cotizadas nacionales hay una serie de compañías que triplican la subida de la inflación, con rentabilidades por dividendo que superan en todos los casos el 10 por ciento en los próximos doce meses, según el consenso de analistas de finanzas.com.

La inflación cae hasta el 3,3% pero la subyacente mantiene la presión en el 7,5%

Dentro del sector inmobiliario, dos de las mejores apuestas por dividendos son **Aedas Homes** y **Neinor Homes**, que descuenta una rentabilidad del 15,7 por ciento y el 12,1 por ciento respectivamente.

Aedas Homes tiene en marcha una política de distribución de dividendos del 50 por ciento de los beneficios, que es compatible con los abonos extraordinarios.

De hecho, el grupo acaba de abonar un dividendo de 1 euro por acción con cargo a los beneficios de su año fiscal, que finalizó el 31 de marzo.

El consenso de analistas calcula un precio objetivo para la cotizada de 20,65 euros por acción, lo que implica un margen de rebote del 55 por ciento.

En el caso de **Neinor Homes**, la compañía acaba de aprobar un plan de remuneración en el que distribuirá 600 millones entre sus accionistas en los próximos cinco años. De esta cifra, 450 millones se distribuirán en los próximos tres ejercicios.

Javier Díaz, analista en R4 Banco, valora positivamente la retribución al accionista, si bien destaca que el nuevo plan del grupo, basado en la coinversión, introduce el riesgo de ejecución en la entrega.

Un fijo en las carteras por dividendos es **Atresmedia**, que descuenta una rentabilidad en los próximos doce meses del 10,9 por ciento.

La cadena ganó 113 millones de euros en 2022, con unos márgenes mayores de lo esperado, gracias a que el grupo logró mantener prácticamente inalterados sus ingresos.

Dada la evolución del negocio, Atresmedia mantuvo un pay out del 80 por ciento con cargo a 2022, con un dividendo de 0,4 euros por acción (0,18 pagados en diciembre y 0,22 euros que abonará en junio).

Con una rentabilidad por dividendo del 10,06 por ciento, **Lar España** completa el ránking de cotizadas más atractivas fuera del IBEX 35 por remuneración al accionista.

En sus últimos resultados, la compañía reportó un incremento del ebitda del 18 por ciento, buenos resultados para lucirse con el dividendo, dijo Díaz.

Así, la empresa anunció una remuneración de 50 millones de euros en dividendos con cargo a 2022, lo que supone un abono de 0,6 euros por acción. La cifra queda muy por encima de los 0,38 euros que esperaban los analistas.

INVERSIÓN finanzas.com

Medio	Finanzas	Fecha	05/04/2023
Soporte	Prensa Digital	País	España
U. únicos	9449	V. Comunicación	1 778 EUR (1,942 USD)
Pág. vistas	28 366	V. Publicitario	600 EUR (655 USD)

https://www.finanzas.com/mercados/5-dividendos-bolsa-espanola-triplican-inflacion.html

Finalmente, Enagás es el único representante del IBEX 35, con una rentabilidad por dividendo en torno al 10 por ciento.

La compañía sigue cuidando los retornos a sus accionistas, pese que ya revisó a la baja la generación de caja en su último plan estratégico.

De todas las cotizadas, Enagás es la que mayor riesgo enfrente de tener que rebajar el dividendo, según explicó finanzas.com. Por esta razón, es vital para el grupo acelerar la transición hacia el hidrógeno renovable.

Si esta noticia ha sido útil para ti, apúntate a nuestros boletines ¡No te decepcionaremos! También puedes añadir las alertas de **finanzas.com** a tus redes y apps: Twitter | Facebook | LinkedIn | Flipboard. Y sigue los mejores videos financieros de Youtube.

José Jiménez es licenciado en ciencias económicas por la Universidad Complutense de Madrid y licenciado en periodismo por la Universidad Carlos III. También está titulado como experto en información económica por la Universidad de Zaragoza y como especialista en relaciones con inversores por Bolsas y Mercados Españoles (BME). Antes de incorporarse al staff de finanzas.com (en 2008) escribió en la sección de economía de la agencia EFE. También publica en la revista Inversión.

ESTRATEGIAS de inversion.com

Medio	Estrategias de Inversión	Fecha	31/03/2023
Soporte	Prensa Digital	País	España
U. únicos	37 679	V. Comunicación	4 597 EUR (5,003 USD)
Pág. vistas	2 679 492	V. Publicitario	1347 EUR (1466 USD)

https://www.estrategiasdeinversion.com/actualidad/noticias/otras/la-junta-de-lar-espana-aprueba-un-dividendo-de-n-607075

La junta de Lar España aprueba un dividendo de 50 millones y la reelección de Del Valle y Miguel Pereda

Europa Press • **original**

La junta general de accionistas de Lar España ha aprobado la propuesta de reparto de un dividendo de 0,6 euros por acción o 50 millones de euros, así como la reelección del presidente, José Luis del Valle, y del vicepresidente, Miguel Pereda, como consejeros de la sociedad.

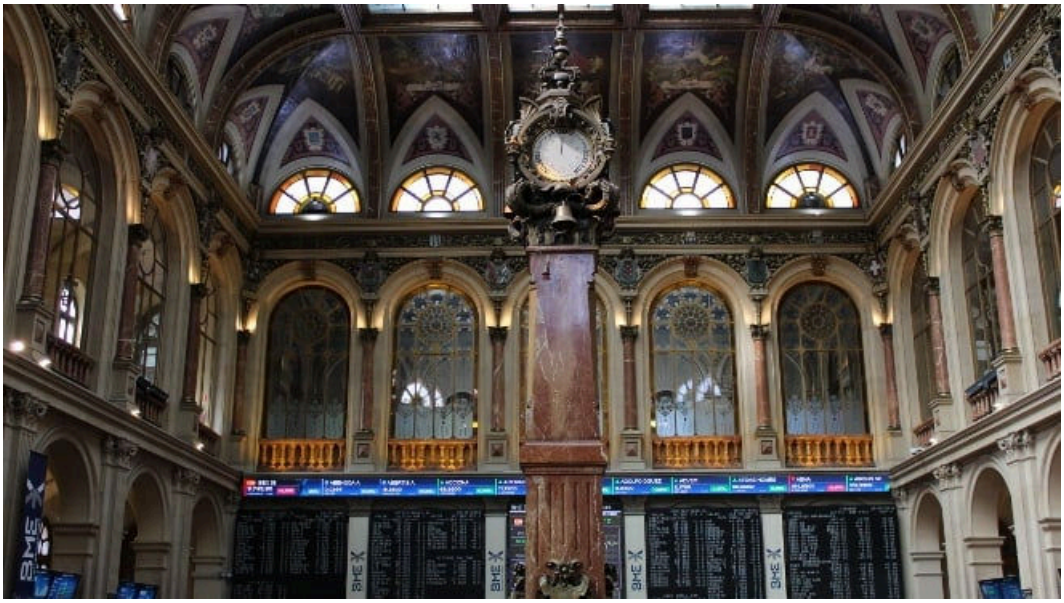
El resultado final de las votaciones de cada uno de los once puntos del orden del día de la junta se saldó con mayorías de entre el 98% y el 99% de los votos a favor.

La propuesta de remuneración a los accionistas es distribuir, con cargo a los resultados del ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2022, un dividendo de 0,1475 euros brutos por cada acción, a lo que se sumará el reparto de una prima de emisión de 0,45 euros por acción.

En su conjunto, los 0,6 euros por título supondrán un desembolso total de 50 millones de euros y una rentabilidad por acción del 14,2% sobre la capitalización al cierre del pasado ejercicio. El crecimiento del dividendo respecto al año pasado es del 66%.

Otro de los puntos al que los accionistas han dado su visto bueno, en línea con la recomendación de los asesores ISS y Glass Lewis, es la reelección de Roger Maxwell Cooke y Alec Emmot como consejeros independientes, así como la de Deloitte como auditor de las cuentas de la sociedad.

La junta también aprobó las cuentas de 2022, ejercicio en el que obtuvo un beneficio neto de 72,9 millones de euros, casi el triple que el del año anterior, y un total de 83,6 millones de euros en ingresos por alquileres, casi un 6% más que en 2021. Sus 14 centros y parques comerciales se revalorizaron un 3,5% en 2022, hasta 1.473 millones de euros.

En su discurso ante los accionistas, Del Valle ha recordado que, en sus nueve años de actividad, Lar España ha repartido más de 300 millones de euros en dividendos, de ellos casi 163 millones desde el inicio de la pandemia.

"Mantenemos estabilidad en las rentas y capacidad de incrementarlas sin que por ello sufran nuestros socios, ya que su tasa de esfuerzo, incluidos todos los gastos, representa únicamente el 9,2% de sus ventas", concluyó el presidente.