

JUNTA GENERAL DE ACCIONISTAS

17 MAYO 2021

ABC
SERRANO

Presentación elaborada por:



IBA

CAPITAL
PARTNERS

 **BancaMarch**

RESUMEN EJECUTIVO



SITUACIÓN ACTUAL

- Se mantiene una gran incertidumbre debido a la pandemia provocada por la COVID-19 y sus consecuencias sobre la situación macroeconómica del país, el concepto futuro de los centros comerciales y su entorno global, así como los hábitos de consumo (*high street* vs. *online retail*, *mix comercial* y evolución del cliente).

HITOS RELEVANTES

- Formalización del contrato de arrendamiento con Life Gourmet.
- Acuerdo de novación de la financiación del Centro Comercial.
- Más de 30 acuerdos firmados con los arrendatarios para su continuidad en ABC Serrano durante este periodo.

OBJETIVO ESTRATÉGICO ESTABLECIDO

- Consolidación del Centro Comercial como un nuevo espacio de referencia en Madrid basado en cuatro grandes anclas comerciales como Reebok, Mercadona, Life Gourmet, un nuevo operador de restauración para el cuerpo de Castellana y otro operador para el acceso Serrano unido a planta 3.

VISIÓN A CORTO-MEDIO-LARGO PLAZO

- Apertura total de Life Gourmet, incluyendo terraza, cafetería, sala de eventos y salones interiores.
- Mantener anclas comerciales (Reebok, Mercadona y Life Gourmet).
- Se vuelve a avanzar en la comercialización del edificio de Castellana para la entrada de un concepto de restauración diferencial y emblemático, que asiente el posicionamiento del Centro Comercial con el objeto de consolidar el plan de negocio de la Sociedad.
- La potencial entrada de dicho concepto de restauración conllevaría la resolución de contratos de arrendamiento de pequeños locales.
- Continuación de la estrategia de *marketing* y comercialización de los locales disponibles en el corto plazo mediante un formato *pop-up* para generar rentas y mantener la flexibilidad necesaria para la implantación de la estrategia.
- Mantener opciones alternativas de comercialización, en caso de no materializarse un acuerdo con un operador de restauración para el edificio de Castellana.
- Refinanciación de la deuda para adecuarla a la estrategia del Centro Comercial.

AGENDA

1. ABC SERRANO 2020
2. COMERCIALIZACIÓN
3. ABC SERRANO 2021
4. CONCLUSIONES

1.

ABC SERRANO 2020



ABC SERRANO 2020

PILARES DE LA GESTIÓN

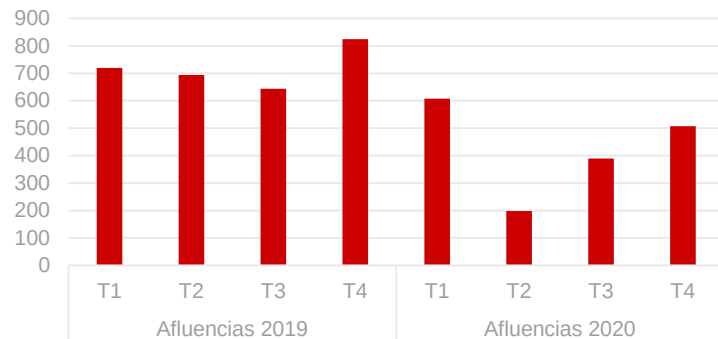


ABC SERRANO 2020

DATOS DE CIERRE AÑO 2020

AFLUENCIAS

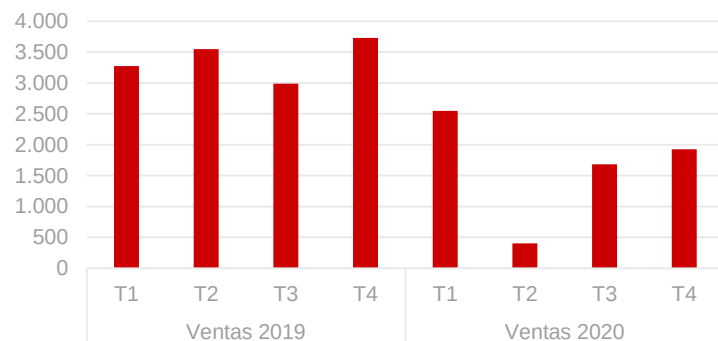
Miles de Clientes



2019: 2,7 M de clientes 2020: 1,6 M de clientes Var: -40,7%

VENTAS INQUILINOS

Miles de €

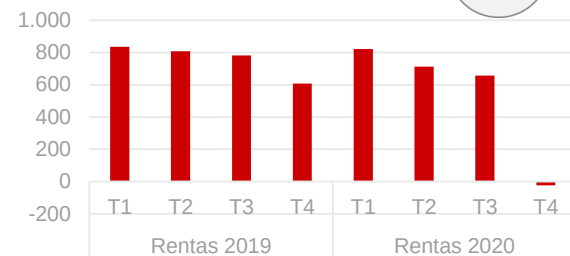


2019: 13,54 M€ 2020: 6,56 M€ Var: -51,6%

Nota: las ventas presentadas no incluyen las de Mercadona

Miles de €

RENTAS

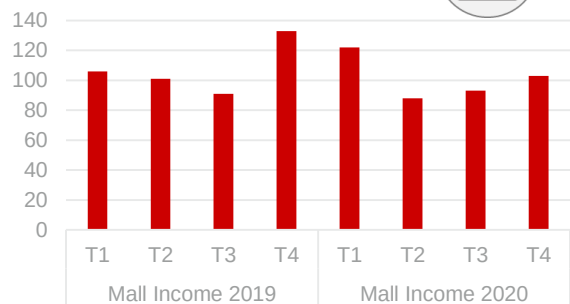


2019: 3,02 M€ 2020: 2,17 M€ Var: -28,4%

Nota: las rentas del 4T de 2020 incluyen las bonificaciones otorgadas a Reebok y a Habitat por todo el ejercicio 2020.

Miles de €

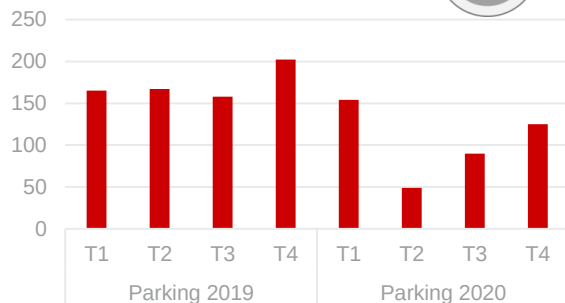
MALL INCOME



2019: 431 k€ 2020: 406 k€ Var: -5,8%

Miles de €

APARCAMIENTO



2019: 692 k€ 2020: 418 k€ Var: -39,6%

PRESUPUESTO CC

- 2019: 2,32 M €
- 2020: 2,06 M €
- Var: -12,5%

Nota: Ahorros principalmente por la bonificación del IBI 158 k€ y por negociaciones realizadas con los proveedores por el periodo de cierre.

SITUACIÓN DE CAJA

- 2019: 6,87 M €
- 2020: 2,60 M €
- Var: -62,2%

Nota: la diferencia proviene principalmente de las deudas de los inquilinos, los pagos de intereses y la indemnización a uno de los inquilinos por su salida del Centro Comercial.

SITUACIÓN DE DEUDA

- 2019: 37,71 M €
- 2020: 37,71 M €
- Var: 0,0%

Nota: LTV 2020: 36,78% LTV 2019: 34,98% Valor razonable del inmueble de acuerdo a los informes realizados por CBRE en 2019 y 2020.

ABC SERRANO 2020

CUENTA DE RESULTADOS ANALÍTICA 2020

Miles de €	2020	2019	Variación
Garantía de Rentas	-	2.404	(100%)
Linealización	(28)	(145)	(81%)
Rentas Brutas	4.338	4.888	(11%)
Bonificaciones	(1.000)	(295)	239%
Importe Neto de la Cifra de Negocios y Otros Ingresos de Explotación (*)	3.310	6.852	(52%)
Gastos Operativos del Centro	(2.364)	(2.617)	(10%)
Resultado Operativo del Centro	946	4.235	(78%)
Gastos de Personal	(41)	(41)	-
Servicios Exteriores	(1.222)	(1.335)	(9%)
Amortizaciones	(1.279)	(1.239)	3%
Resultado Operativo	(1.596)	1.620	(199%)
Resultado Financiero	(751)	(753)	(0%)
Resultado Antes de Impuestos	(2.347)	867	(371%)
Impuesto de Sociedades	-	-	-
Resultado del periodo	(2.347)	867	(371%)
Dividendo	-	700	(100%)

(*) Se corresponde con el Importe Neto de la Cifra de Negocios más Otros Ingresos de Explotación (refacturación de gastos comunes) según las Cuentas Anuales de la Sociedad

Las principales variaciones en los resultados contables son las siguientes:

- La reducción de los ingresos es debida principalmente a la finalización en 2019 de la “Garantía de Rentas”, que se consumió en su totalidad.
- El impacto en la “Linealización” coincide con el comienzo del reconocimiento de la renta linealizada de Life Gourmet.
- Se ha producido un aumento en las “Bonificaciones” por el efecto de la COVID-19, habiéndose otorgado 787 k€ en bonificaciones adicionales.
- Se ha producido una disminución de las “Rentas Brutas” por la pérdida de los ingresos del parking, de las zonas comunes y las carencias a Life Gourmet.
- Se aprecia una disminución de los “Gastos Operativos del Centro”, que en su gran mayoría proceden de las bonificaciones puntuales al Impuesto Sobre Bienes Inmuebles por importe de 159 k€ y los ahorros obtenidos durante el periodo de cierre del Centro Comercial.
- La reducción de gastos de “Servicios Exteriores” es debido a que en 2019 se hizo frente al Impuesto de Actividades Económicas del ejercicio 2019 y 2018, por importe de 111 k€.
- El gasto por “Amortizaciones” sigue en línea con el del ejercicio 2019.
- El “Resultado Financiero” se encuentra en línea con el del ejercicio 2019.

ABC SERRANO 2020

COMPARATIVA RESULTADO REAL Y PRESUPUESTO 2020

Miles de €	Real	Presupuesto	
Comparativo	2020	E2020	Desviación
Ingresos Centro Comercial	1.868	1.808	3 %
Renta	2.429	2.436	(0 %)
Bonificaciones	(1.000)	(942)	6 %
Renta Variable	30	40	(25 %)
Ingresos de Zonas Comunes	409	274	49 %
Parking	130	152	(14 %)
Ingresos	419	472	(11 %)
Gastos	(289)	(320)	(10 %)
Ingresos totales	1.998	1.960	2 %
Gastos operativos			
Gastos Comunes	(1.774)	(1.965)	(10 %)
Gastos Comunes Recuperables	979	802	22 %
Property Management	(20)	(28)	(29 %)
Honorarios de cesiones de espacio	(49)	(41)	20 %
Otros (*)	(203)	(84)	142 %
Gastos operativos netos	(1.067)	(1.316)	(19 %)
NOI	931	644	45 %
Gastos de Comercialización	(30)	(83)	(64 %)
Importe neto de la cifra de negocios	901	561	61 %

Principales epígrafes:

- Los “Ingresos Centro Comercial”, estuvieron en línea con los previstos, no habiendo variaciones significativas.
- Las “Bonificaciones”, fueron superiores a las inicialmente estimadas. Las directamente vinculadas con la COVID-19 ascendieron a 787 k€.
- Los “Ingresos de Zonas Comunes” fueron superiores a los estimados gracias a las bonificaciones otorgadas a los operadores para lograr su permanencia en el Centro Comercial.
- Los ingresos del “Parking” se vieron afectados por el teletrabajo y el descenso consecuente de la afluencia de vehículos (-43,6%).
- Los “Gastos Comunes Recuperables” fueron superiores a los estimados, debido principalmente a que la salida de Pedro Larumbe, que se estimaba para el mes de agosto, sucedió finalmente en octubre.
- Los “Gastos Comunes” fueron menores a los estimados, principalmente por la bonificación del IBI y los ahorros conseguidos durante el cierre parcial del Centro Comercial.
- Dentro de “Otros” gastos, se recoge la provisión de morosidad que este año ascendió a 96 k€ debido principalmente a Salaberry, Juice Lab y Hawkers.

(*) Mantenimiento extraordinario, provisiones por morosidad, etc.

2.

COMERCIALIZACIÓN

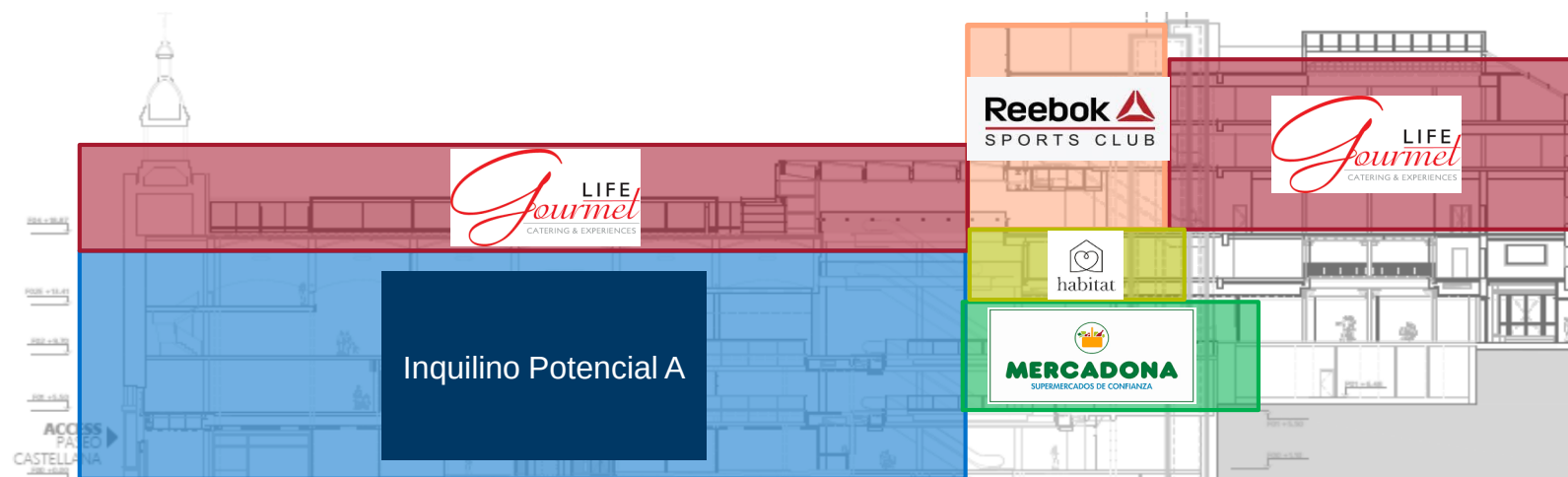


COMERCIALIZACIÓN

ESTRATEGIA DE COMERCIALIZACIÓN

- Se continúa con la estrategia adoptada en 2019, si bien el operador de co-working planteado ha sido sustituido por un operador de restauración, habiéndose firmado con Life Gourmet un contrato de alquiler el 4 de junio de 2020. Life Gourmet ya está operando en el espacio y generando sinergias al Centro Comercial, si bien su apertura definitiva y explotación total de la superficie alquilada se producirá, previsiblemente, en el Q3 de 2021 tras la finalización de sus obras de adaptación del espacio.
- Recordamos que el planteamiento presentado por C&W consiste en la conversión del ABC Serrano en una ubicación donde convivan cuatro grandes locales que creen sinergias entre ellos, con el objetivo de aumentar el flujo de visitantes al Centro Comercial y reducir los gastos comunes, beneficiándose asimismo de la inversión en *marketing* de estas grandes locomotoras.
- En línea con lo anterior, el planteamiento al que se está dando preferencia consiste en dos grandes espacios de restauración que convivirían con las dos actuales anclas: **Mercadona** y **Reebok**.
- Tras la firma del contrato de arrendamiento de Life Gourmet, el foco está puesto en la comercialización del segundo espacio, ubicado en el edificio de Castellana. En este caso se está avanzando con distintos operadores, además de estar llevándose a cabo negociaciones con **Mercadona** de cara a acomodar la implantación de este potencial nuevo arrendatario. Tras el período de *stand-by* debido a la pandemia, se mantienen conversaciones con el **Inquilino Potencial A**.
- A pesar de la situación excepcional sobrevenida, se mantienen conversaciones con potenciales operadores adicionales que puedan suponer alternativas sustitutivas o complementarias para el Inquilino Potencial A.

ABC
SERRANO



COMERCIALIZACIÓN

PROYECTO LIFE GOURMET

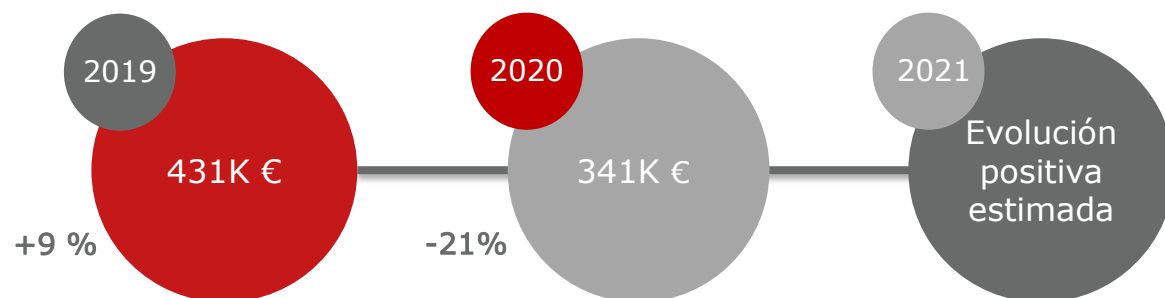


COMERCIALIZACIÓN

ZONAS COMUNES / POP-UPS: VISIÓN GLOBAL

Términos Económicos

Los datos económicos observados a continuación, hacen referencia a la totalidad de ingresos de Zonas Comunes y *pop-ups*. Esta modalidad permite generar rentas y actividad comercial, así como disponer de la flexibilidad contractual necesaria para la implantación de la estrategia comercial del activo.



- En 2020 se han obtenido 341 k€ (netos de bonificaciones) en concepto de ingresos de Zonas Comunes y *pop-ups*, lo que supone un descenso del 21% respecto al resultado de 2019 (431 k€). Este descenso está directamente relacionado con los efectos provocados por el confinamiento: cierres de comercio no esencial, bonificaciones de renta y caída de contrataciones.
- La evolución del año 2021 presenta un escenario más optimista, estimando un cierre con un incremento de ingresos con respecto a 2020.



COMERCIALIZACIÓN

ZONAS COMUNES / POP-UPS: VISIÓN GLOBAL

Política de comercialización

Redistribución de Afluencias

- Una de las prioridades en la gestión es la redistribución de la afluencia de cara a aumentar el tránsito de clientes en las zonas más perjudicadas. Para ello, se han llevado a cabo las siguientes iniciativas: instalación de zonas infantiles, *lockers* de Amazon, colaboraciones con entidades sin ánimo de lucro (entrega de dorsales, donación de sangre, etc.) etc.

Tipología de Operadores

- Se apuesta por operadores que, dotan al Centro Comercial de un posicionamiento acorde al público objetivo y, además, aportan visibilidad online y en medios de comunicación. Entre ellos encontramos los siguientes: Mäkelismos, Koker, Gafas.es, Sweet Space, Juguetrónica, Palmitas Café, etc.

Cercanía con los Cesionarios

- Una de las prioridades del equipo de gerencia se basa en la proactividad y cercanía a la hora de mantener reuniones y conversaciones con los cesionarios de cara a que se sientan cómodos en ABC Serrano y de esta manera garantizar relaciones duraderas entre ambas partes.



JUGUETRÓNICA®
LOS JUGUETES DEL FUTURO, HOY



COMERCIALIZACIÓN

NEGOCIACIONES PASADAS

Marcas interesadas

Confidencial 1

Confidencial 2

Confidencial 3

Confidencial 4

Confidencial 5

Confidencial 6

Confidencial 7

Confidencial 8

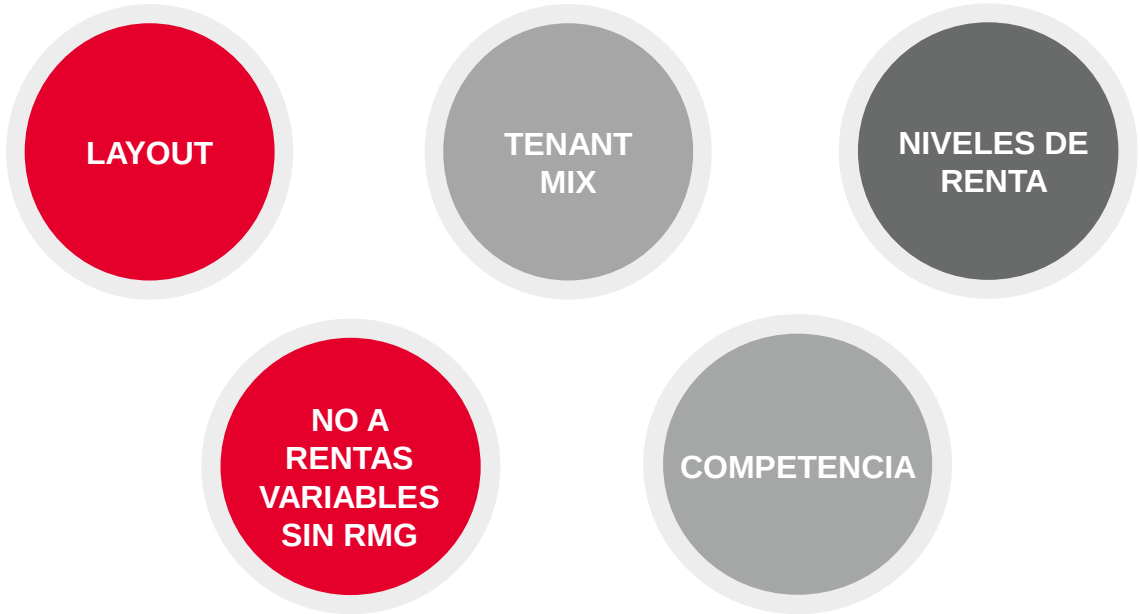
Confidencial 9

Confidencial 10

Confidencial 11

Confidencial 12

Motivos del desacuerdo



COMERCIALIZACIÓN

NEGOCIACIONES EN CURSO

Inquilino potencial A

En fase de oferta por el espacio que históricamente han negociado antes de la pandemia. Ofrece a ABC Serrano la posibilidad de mejorar ocupación, *footfall* y marca. La entrada de este operador podría ser una alternativa real para la consolidación del Centro Comercial.

Inquilino potencial B

Se está intentando avanzar con ellos según sus requerimientos debido a que mantienen el interés por la localización. No obstante, la marca necesita solucionar sus dudas técnicas, logísticas (carga y descarga) y de superficie disponible para validar el proyecto.

Inquilino potencial C

Planteamientos oportunistas por superficies del Centro Comercial que van de 600 a 1200 m². Están valorando otras opciones en la Calle Serrano y en el entorno del Barrio de Salamanca. Esta oferta disponible en la calle Serrano hace que tengan una posición de fuerza en las negociaciones.

Inquilino potencial D

Se trata de un concepto *flex* que podría aportar sinergias al Centro Comercial, produciéndose un cambio a edificio mixto.

Inquilino potencial E

A la espera de la segunda visita técnica. El operador está analizando sus requerimientos para un proyecto de restauración en planta 0 del edificio de Castellana. Concepto F&B de éxito y líder en otros países.

Inquilino potencial F

Están valorando opciones de, aproximadamente, 4.000 m², que nos permite entender cuál es el mercado de los *retailers* en estas superficies y poner en valor otras opciones activas.

3.

ABC SERRANO 2021



ABC SERRANO 2021

IMPACTO COVID-19 EN CONSUMIDORES / CENTROS COMERCIALES

Impacto en Consumidores



- Incremento de la compra online.
- Instauración del teletrabajo en la mayoría de las empresas.
- Cambios en las necesidades de compra y consumo.
- Incertidumbre provocada por los ERTES y el aumento del paro y como consecuencia, restricciones en el gasto del consumidor. Aumento de un 14% en el ahorro de las familias.
- Descenso del turismo de compras.

Impacto en Centro Comerciales



- Descenso acumulado anual de afluencias de un 33,2%*.
- Aumento de la fuerza de los arrendatarios en las negociaciones al encontrarnos con un aumento de la oferta y una bajada en la demanda de nuevos espacios.
- Aumento de las negociaciones debido a la inestabilidad del mercado y el miedo al compromiso a largo plazo.
- Aversión al riesgo y reducción de la inversión por parte de los arrendatarios.
- Adaptación a un nuevo mercado de retail: omnicanalidad, formatos híbridos, cambios en los formatos de las locomotoras, modelos experienciales etc.
- Fuerte impacto de la normativa en cuanto a horarios, aforos y medidas sanitarias a adoptar, con el consecuente descenso pronunciado en afluencias.

*Fuente: Índice Nacional de ShopperTrak

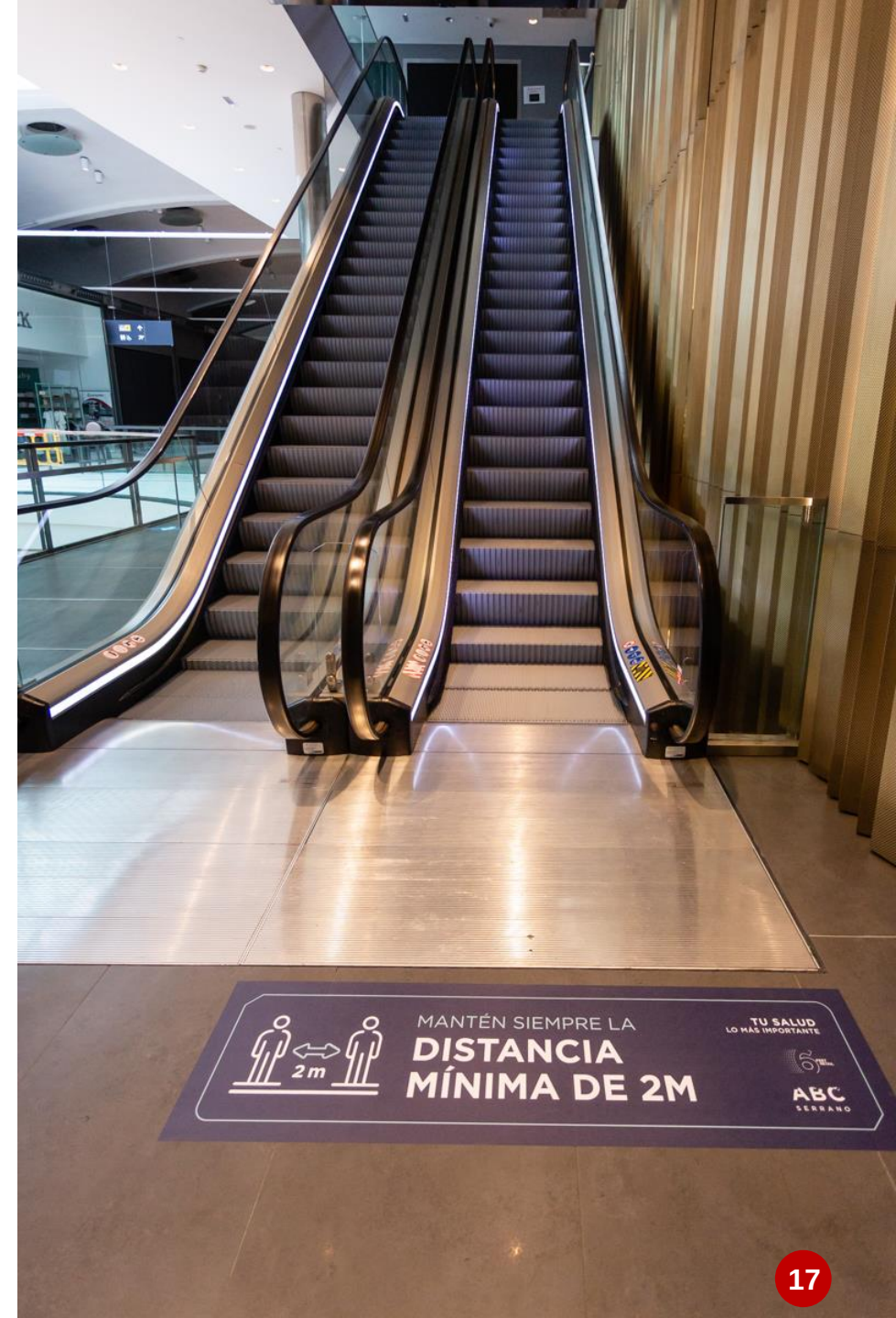


ABC SERRANO 2021

IMPACTO COVID-19 EN ARRENDATARIOS

A raíz del impacto de la COVID-19 se ha producido una drástica disminución del número de arrendatarios en búsqueda de espacios en el mercado. Este freno ha provocado los siguientes cambios:

- Aumento de la fuerza de negociación reflejada en nuevos modelos contractuales más beneficiosos para los arrendatarios, observando un aumento de bonificaciones, carencias y aportaciones a obras para reducir la inversión y el riesgo por parte de los mismos.
- Inclusión de cláusulas COVID-19.
- Aumento del cese de actividades y concursos de acreedores debido a los cierres obligatorios y el descenso pronunciado de afluencias y ventas.
- Planes de expansión en revisión: aumento de la exigencia, menor número de aperturas y mayor análisis financiero de las operaciones.
- Aumento de oferta de locales de calle.
- Modelo híbrido entre *online* y *offline*.
- Aumento progresivo del contacto entre arrendatarios, intermediarios y propiedades a medida que avanza el año.



ABC SERRANO 2021

IMPACTO COVID-19 EN ABC SERRANO

Tendencia afluencias primer cuatrimestre frente a cierre 2020:



Actuaciones llevadas a cabo para mitigar el efecto de la pandemia:

Elaboración del 6 feet retail

Plan de acción para garantizar la seguridad, higiene y distanciamiento social de los clientes.

Reajuste Presupuestario

Negociación con todos los proveedores de ABC Serrano con el fin de reajustar sus honorarios debido a una alteración de cargas de trabajo y distribución de horas.

Elaboración de un segundo Plan de Marketing

Reestructuración del Plan de Marketing del Centro Comercial, adaptándolo a las nuevas circunstancias, poniendo el foco en acciones *online* y de RSC. 

Aumento de las Negociaciones con Arrendatarios

Cierre de más de 30 acuerdos a fecha de hoy, incluyendo arrendatarios a largo plazo y operadores de Zonas Comunes, buscando la mayor productividad posible en los mismos y con la prioridad de mantener el mayor número de locales abiertos.



ABC SERRANO 2021

NEGOCIACIONES CON LOS PRINCIPALES ARRENDATARIOS



El 4 de junio de 2020 se firma el contrato de arrendamiento con Life Gourmet Catering, una de las principales empresas a nivel nacional dedicadas a la organización y gestión de eventos.

El 19 de octubre se produce la toma de posesión del local tras la salida de Pedro Larumbe. A partir de la mencionada fecha, el arrendatario comienza con la explotación parcial del local, manteniendo la cafetería y el salón de eventos abiertos hasta su apertura definitiva, estimada para mediados de 2021, donde se sumarán, entre otros espacios, la terraza y el restaurante.



Los gimnasios están siendo una de las actividades más afectadas por la COVID-19, con descensos de afluencias de aproximadamente, un 50%, provocado principalmente por las restricciones de aforo y las reticencias de los consumidores a los espacios cerrados.

Para ayudar al arrendatario, en el último año se han alcanzado dos acuerdos de bonificación puntual de la renta.



En el mes de noviembre de 2020 se produjo un cambio en la dirección de Habitat a nivel mundial. Según nos han informado, las prioridades de la nueva gestión consistirán en la mejora de la gestión y una renovación de imagen, marca y referencias.

Se ha alcanzado un acuerdo en diciembre de 2020 para los próximos años, estableciendo una nueva renta y una extensión del obligado cumplimiento.



Mercadona ha sido el único operador de ABC Serrano en mantener su local abierto desde el inicio de la pandemia debido a su condición de actividad esencial durante el estado de alarma.

ABC SERRANO 2021

MARKETING, PILARES

Adaptación a la Nueva Situación

- Campaña de Seguridad e Higiene: diseño e instalación de señalética y recomendaciones de higiene y seguridad mediante la instalación de un total de 150 vinilos informativos y 200 flechas.
- Desarrollo de un nuevo Plan de *Marketing* para abordar la estrategia a seguir tras el impacto de la COVID-19 e implementación del mismo.

Apuesta por la Visibilidad en Medios de Comunicación

- En el último año se han enviado 20 notas de prensa, obteniendo un total de 321 impactos en medios y alcanzando a una audiencia de más de 550 millones de personas. Entre los medios más destacados encontramos ABC, Informativos Telecinco y Telemadrid.
- 31 de estas repercusiones corresponden a las noticias y entrevistas sobre las medidas de seguridad e higiene, alcanzando a más de 9 millones de personas.

Dinamización del Activo a través de los Espacios Disponibles

- Desarrollo de actividades familiares (*ABC Kids*) con una programación variada y enfocada al arte y la cultura. El espacio cuenta con aforo limitado (32 personas), distancia de seguridad y limpieza y desinfección de la zona.
- Organización de *markets* con *Influencers* y otras marcas invitadas en formato *pop up* así como *stands* en zonas comunes para incrementar las afluencias e impulsar las ventas.

Consolidación del Posicionamiento de ABC Serrano

- Se refuerza la visibilidad y el posicionamiento de marca mediante la instalación de elementos decorativos como grandes columnas vegetales y moqueta en la fachada de la calle Serrano.



ABC SERRANO 2021

MARKETING, NUEVO PLAN

El Plan de Marketing de ABC Serrano para el año 2021 se plantea en base a tres objetivos principales:

Potenciar la Experiencia ABC

- Generación de experiencias diferenciadoras de dinamización (*ABC Arcade*, planes ABC, merienda con *mommy bloggers*, *ABC Kids*, etc.).
- Gran presencia en los medios de comunicación y en el entorno digital. Colaboración con *Influencers* para aumentar la visibilidad de la marca ABC Serrano.

Impulsar las Ventas de los Operadores

- Organización periódica de acciones que aportan afluencias y propician la compra en el Centro Comercial: *Markets*, charlas culturales, ponencias y talleres con operadores etc.
- Potenciar la visibilidad de los productos de los operadores: escaparates planta 2, reportaje “Dentro de” en redes sociales y sesiones de fotos periódicas para generar contenido de los operadores.

Proyecto de los Objetivos de Desarrollo Sostenible

- Desarrollo de más de 45 iniciativas sostenibles para cumplir con la agenda 2030 de la ONU.
- Colaboración con asociaciones y ONG, desarrollo de acciones solidarias en el Centro Comercial y aumento del vínculo con la comunidad local.



ABC
SERRANO



ORIGEN

Te presentamos el proyecto de sostenibilidad de ABC Serrano.

Un plan inspirado en los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas.



4.

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

COMERCIALIZACIÓN



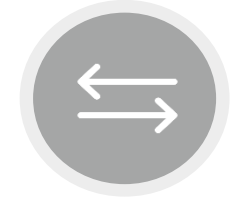
Tiempos delicados de incertidumbre, disparidad de expectativas (propietarios vs. operadores), proceso de comercialización más largo



La Actividad de Restauración es tendencia en el Madrid actual y futuro, que refuerza el atractivo de ABC Serrano



Posicionamiento hacia Servicio y Restauración de alta gama y diferencial



Nueva perspectiva con “*Out of towners*” que se vienen al centro.

AVANCE DEL PROYECTO

- Apertura total de Life Gourmet.
- Mantener la flexibilidad para la propiedad en la terminación de los contratos del Edificio Castellana, de modo que no interfieran en la implementación de la estrategia comercial.
- Consolidación de la estrategia de marketing y la comercialización de pop-ups en los espacios disponibles, generando visitantes y rentas para la sociedad.

PLANES DE ACCIÓN

- Consolidar el edificio de Castellana con un operador de restauración, que confirme el posicionamiento del centro, y mantener planes alternativos, por si no fuera posible.
- Cierre de las negociaciones con los actuales arrendatarios con la voluntad de evitar la salida de operadores estratégicos.
- Progresión en la reestructuración a la baja de los gastos comunes del Centro Comercial, acompañando la entrada de un posible gran operador de restauración.

MUCHAS GRACIAS

DISCLAIMER

Algunas declaraciones en este documento en relación con el mercado o los datos de posición competitiva pueden haberse basado en análisis internos, que implican suposiciones y estimaciones. Dichos análisis internos pueden no haber sido verificados por fuentes independientes y puede no haber garantía de que las suposiciones y estimaciones sean precisas. Por consiguiente, el destinatario no debería depositar una confianza indebida en esta información. Esta información se proporciona a los destinatarios con fines meramente informativos y los destinatarios deben llevar a cabo su propio estudio. La información que aquí se facilita, no debería sustituir el propio juicio del destinatario en cuanto a las transacciones, condición financiera y expectativas de su inversión.

Esta presentación puede incluir declaraciones prospectivas y asunciones comerciales que afecten al Plan de Negocio. Dichas declaraciones prospectivas implican riesgos conocidos y desconocidos, estimaciones, incertidumbres y otros factores que pueden variar y provocar que los resultados, comportamientos o logros, o resultados de industria, difieran de los resultados, expresos o implícitos, de estas declaraciones prospectivas. Estas declaraciones prospectivas se basan en numerosas estimaciones referentes a las estrategias de negocio presentes y futuras. Las declaraciones prospectivas toman como referencia la fecha en que se elaboró esta presentación; los emisores de este informe se eximen expresamente de toda obligación o garantía de publicar actualizaciones o revisiones de declaraciones prospectivas en esta presentación, cambios en sus expectativas o cambios de sucesos, condiciones o circunstancias en las que se basan dichas declaraciones prospectivas.

Tanto Banca March, S.A., Serrano 61 Desarrollo SOCIMI, S.A., Cushman & Wakefield, S.A. e IBA Capital Partners, S.L. como sus filiales, asesores o agentes, se exoneran de toda garantía, expresa o implícita, en relación con el documento, la información que aparece en el mismo, la precisión o integridad de cualquier información que contenga o a la que se refiera y renuncian expresamente a toda responsabilidad que pueda surgir en relación con el mismo.

La información que contiene esta presentación no pretende ser extensa o mostrar toda la información que un inversor pueda desear o necesitar.

Al revisar esta presentación el destinatario acepta y queda de acuerdo con las anteriores restricciones y limitaciones.