

---

**SERRANO 61 DESARROLLO SOCIMI, S.A.**

**Centro Comercial ABC Serrano**

**Informe de situación - 3T 2025**

---



## Índice

1.	Principales indicadores.....	3
2.	Novedades de comercialización .....	4
3.	Marketing y acciones de dinamización .....	4

## 1. Principales indicadores

En cuanto a los principales indicadores de actividad de ABC Serrano:

- Afluencias (visitantes):
  - Durante el tercer trimestre de 2025, se observa un descenso en las afluencias en ABC Serrano de -1,1% respecto al mismo periodo de 2024. Esta caída se ha visto propiciada por una menor actividad de Life Gourmet durante el último trimestre, que actuaba como foco de atracción durante los meses de verano de 2024, así como por la ausencia de otros operadores como Juguetrónica.
- Parking (afluencia vehículos):
  - Se ha registrado una subida de la afluencia en los accesos de parking, motivado por el incremento del número de abonados, liderado por la gestión de New Capital 2000. Como resultado, se ha observado un ascenso en la afluencia de vehículos de +3,3% en este trimestre en comparación con el tercer trimestre de 2024. Se espera que el trabajo que está realizando New Capital 2000 siga impactando positivamente, con un mayor crecimiento de las afluencias en los próximos meses.
- Ventas comparables:
  - El tercer trimestre 2025 refleja una bajada de -7,0% en ventas comparables respecto al mismo trimestre de 2024, provocada por el empeoramiento en las ventas de los operadores Sweet Space y Life Gourmet. Este efecto se ha visto ligeramente paliado por Luis & Tachi, 5 à Sec y Viena Capellanes, quienes han logrado mejorar su nivel de ventas en este trimestre respecto al mismo periodo del año pasado. Las ventas de Selltoys (antiguo Poly) no han computado para estos cálculos, dado que Poly no reportó ventas durante el tercer trimestre de 2024 por el proceso de liquidación de la sociedad.
- Ocupación:
  - La ocupación del activo por superficie bruta alquilable a cierre de septiembre 2025 (considerando la superficie de locales ocupados por operadores con contratos a largo plazo), se mantienen en un 86,6%. Si se considera la superficie ocupada por operadores de pop-ups, la ocupación ascendería a 95,3%, situándose ligeramente por encima de la ocupación de junio 2025 (94,6%).
- Ingresos del centro:
  - En cumplimiento de lo establecido en la Circular 3/2020, de 30 de julio, de BME MTF Equity y en la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión, en el mes de octubre 2025 se presentaron los estados financieros intermedios de la sociedad (acompañados de informe de revisión limitada por parte del auditor), correspondientes a la primera mitad del ejercicio 2025.

- Asimismo, antes del final del mes de abril de 2026, en virtud de lo previsto en la Circular 3/2020, de 30 de julio, de BME MTF Equity y en la Ley 6/2023, de 17 de marzo, de los Mercados de Valores y de los Servicios de Inversión, se presentarán las cuentas anuales auditadas de la sociedad, correspondientes al ejercicio que se cerrará el 31 de diciembre de 2025.

## **2. Novedades de comercialización**

Durante el tercer trimestre se ha negociado con posibles operadores para completar el mix de ABC Serrano.

En relación con la comercialización de zonas comunes y pop-ups en locales, en este tercer trimestre se ha trabajado activamente en la búsqueda de nuevos operadores. En concreto, el foco principal se ha puesto sobre los locales del pasillo de Castellana, con el objetivo impulsar su ocupación y mejorar el mix comercial con nuevas actividades.

A continuación, se presenta un resumen de algunos de los hitos del tercer trimestre del año:

- Japan Market: a principios de julio se instaló una máquina vending de productos japoneses en la planta segunda.
- Sundara: en julio, el operador ubicado en planta baja traspasó el negocio a un tercero. Con el traspaso, se logró mantener la unidad ocupada, así como un incremento en el canon que será efectivo en enero 2026.
- Tannity: en agosto se alquiló el local de planta baja –anteriormente ocupado por CM Ferraro– a Tannity, marca de bronceado saludable sin exposición solar.
- KA Internacional: en septiembre se formalizó la entrada en planta baja de este operador, dedicado a la venta de productos para la decoración integral de interiores.

La incorporación de Tannity y KA Internacional, junto con el traspaso de Sundara, han permitido reforzar la ocupación y dinamizar el pasillo de Castellana, objetivo prioritario del trimestre. No obstante, las labores de comercialización del pasillo y del resto del centro continuarán en los próximos meses con el fin de maximizar su atractivo, especialmente de cara a la campaña de Navidad.

Por otro lado, durante este trimestre han abandonado el centro De Pablos (planta primera), Heidi Puk (planta segunda), y el operador de las pantallas Olisson Club, cuyos contratos finalizaron en julio.

## **3. Marketing y acciones de dinamización**

En el tercer trimestre de 2025, se llevaron a cabo distintas acciones promocionales, sorteos con operadores y nuevas colaboraciones. Entre las actividades destacadas se encontraron los talleres de vuelta al cole y la acción social de Salvando Peludos.

- Vuelta al cole: con motivo del inicio del curso escolar, se organizaron actividades infantiles durante los cuatro fines de semana del mes de septiembre, los viernes y

sábados entre las 18:00 y las 20:00 en la entrada de Serrano. Esta ubicación se eligió para maximizar la visibilidad y atraer afluencia al centro. En total, participaron alrededor de 50 niños en los talleres.

- Salvando Peludos: del 17 al 20 de septiembre se celebró este evento para promover la adopción de perros. El evento fue inaugurado por el actor Nicolás Coronado y el director de derechos de los animales del Gobierno de España, José Ramón Becerra. Además, el fotógrafo especializado en perros Emilio Cuenca realizó algunas de las fotografías.
- Toleta's Market: el domingo 21 de septiembre se organizó un market que contó con la presencia de influencers, quienes vendieron sus prendas en ABC Serrano. En conjunto, las influencers sumaban cerca de 2 millones de seguidores en Instagram, lo que impulsó la afluencia en más de 600 personas respecto al domingo anterior. Las participantes compartieron una media de ocho stories, incluyendo tanto las comunicaciones previas, como el contenido del propio día en el que se celebró el evento.
- Promoción audiovisual Diza: la consultora inmobiliaria del barrio de Salamanca solicitó autorización para grabar un video sobre el edificio emblemático de ABC Serrano. El impacto en redes fue muy positivo: se consiguieron 20,8k visualizaciones en Instagram, 2,9k en Facebook y 1,9k en Tik Tok.

Además, se difundió una newsletter del centro promocionando compras, ocio y restauración, así como los mejores atardeceres en Madrid del verano, bajo el lema "The place to be entre amigos".

## NOTA

El presente documento ha sido elaborado por Savills Consultores Real Estate, S.A. y Serrano 61 Desarrollo SOCIMI, S.A. (la “Sociedad”) con el exclusivo propósito que en él mismo se expone. En ningún caso puede ser interpretado como una oferta de venta, canje o adquisición, ni como una invitación a ofertar o comprar valores emitidos por la Sociedad.

Su contenido tiene un carácter meramente informativo y las manifestaciones que en él se contienen responden a intenciones, expectativas y previsiones de la Sociedad o de su dirección. Dicho contenido puede incluir datos o referencias a datos proporcionados por terceros. Ni la Sociedad, ni sus administradores, directivos, empleados, consultores o asesores, explícita o implícitamente, garantizan que dichos contenidos sean exactos, precisos, exhaustivos o completos. Asimismo, en la reproducción de estos contenidos por cualquier medio, la Sociedad podrá introducir las modificaciones que considere oportunas, pudiendo omitir parcial o totalmente cualquiera de los elementos de esta presentación, y en caso de discrepancia entre dicha versión y la presente, la Sociedad no asume responsabilidad alguna por las discrepancias existentes.

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.

Adicionalmente a la información financiera preparada de acuerdo con las Normas Internacionales de Información Financiera (“NIIF”), esta presentación incluye ciertas Medidas Alternativas del Rendimiento (“MAR”), según se definen en las Directrices sobre las Medidas Alternativas del Rendimiento publicadas por la Autoridad Europea de Valores y Mercados el 5 de octubre de 2015. Las MAR se utilizan con el objetivo de que contribuyan a una mejor comprensión del desempeño financiero de la Sociedad, pero deben considerarse únicamente como una información adicional y en ningún caso sustituyen a la información financiera elaborada de acuerdo con las NIIF. Por otra parte, la forma en la que la Sociedad define y calcula estas MAR puede diferir de la de otras entidades que empleen medidas similares y, por tanto, podrían no ser comparables entre ellas.

Tanto Serrano 61 Desarrollo SOCIMI, S.A, Savills Consultores Real Estate, S.A. 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.