

**La Entrevista** Miguel Pereda,  
presidente del Grupo **Lar**, líder  
de los centros comerciales **P.10**

# “Los centros comerciales ya ingresan más que en el 2019”

**Entrevista**  
Iñaki de las Heras

“ Miguel Pereda (Madrid, 1963) lleva varias décadas auscultando el mercado inmobiliario y sus ciclos. Lo hace como presidente del grupo inmobiliario Lar y también como vicepresidente de la socimi Lar, la mayor en España en centros comerciales, con 14 activos valorados en cerca de 1.500 millones de euros. **¿Se encuentra revuelto el mercado inmobiliario?**

Hemos visto en el 2022 y en el inicio del 2023 una disociación bastante grande. Los fundamentales están bien: la vivienda se vende y alquila bien, y los centros comerciales se comportan de forma extraordinaria. Sin embargo, los cambios macro hacen que el sector se ralentice y que gran parte del capital reconsidere sus hipótesis.

**¿Desde cuándo ocurre eso?**  
Desde la guerra de Ucrania. Teníamos la esperanza de que, salidos de la covid y con la parte operativa normalizada, hubiera una recuperación más clara, que no se ha producido.

**¿Cómo se encuentran ahora las distintas categorías inmobiliarias?**

En vivienda, hay una necesidad creciente en todos los ámbitos. La oferta no es suficiente y los precios van al alza. En los centros comerciales ya se ingresa más que antes de la pandemia. En oficinas, los expertos son optimistas en cuanto a los niveles de ocupación y ventas en las ubicaciones más core. Y en logística, el apetito es francamente sano. Son parámetros para ser optimistas.

**¿Qué efectos tienen la inflación y las subidas de tipos?**

Principalmente, dos. El primero es que la capacidad de compra de al-

gunos clientes se resiente. La cuota que puedes pagar es menor y eso hace que se desplace más gente de la compra al alquiler. El segundo se refiere al inversor, para quien las dudas tienen que ver con cómo afecta el coste financiero a los activos apalancados y cuál va a ser el valor de los activos en términos de tasas de rentabilidad de inversión a futuro. Eso hace que haya una cierta incertidumbre sobre los valores de los activos y que el mercado se ralentice.

**¿Cómo afecta esta coyuntura a la socimi Lar?**

Nosotros el primer vencimiento de deuda lo tenemos en el 2026 y el coste financiero es fijo al 1,8%. El riesgo de financiación y el coste financiero son muy bajos.

**¿Los centros comerciales han sufrido mucho con el comercio electrónico?**

El comercio electrónico tuvo un pico en la pandemia y luego se ha estabilizado. Puede crecer más en el futuro, aunque afecta de forma distinta a cada categoría. No es lo mismo vender pescado que calculadoras. ¿A quién perjudica más? A los centros más débiles. Aquellos centros en los que la única razón para elegir es el hecho de comprar sufre más con el comercio electrónico, que es una competencia clara para ellos.

**¿Ya ha barrido entonces todo lo que tenía que barrer?**

No creo que sea una amenaza para el sector. Es una amenaza para algunos centros comerciales débiles, pero hoy el comercio electrónico se ha convertido en un complemento. Las tiendas tienen que aprender a vivir con un doble canal, el físico y el digital.

**Durante la pandemia, ¿alguna vez pensó que había llegado el fin de los centros comerciales?**

Nunca. Sí pensamos que lo que sí iba a hacer la pandemia era acelerar

comportamientos que iban a pasar en cualquier caso.

**¿Cómo se encuentran ahora los locales comerciales en términos de ocupación y rentas?**

En visitas estamos prácticamente igual que los niveles prepandemia, mientras que en ventas estamos sustancialmente por encima. En ocupación, nos encontramos al

96%. Los comerciantes pagan además las rentas. El nivel de impagos es bajísimo. En suma, los datos son muy positivos.

**¿Por qué fracasan los centros comerciales?**

Cómo compite y cómo se acopla un centro comercial al comercio local y a la forma de vivir de las ciudades es clave. Un centro comercial en el

sur de España funciona de una forma diferente a la del norte. Si baja de determinado nivel, la recuperación es muy complicada.

**¿Y cuáles son las claves del éxito? ¿Que haya un Zara?**

En parte sí. Primero, que esté en un sitio adecuado y esté dimensionado de la manera adecuada. Y luego, quién está dentro. Si no está bien ubicado y dimensionado, el operador no quiere ir. Planificar el mix comercial es clave. Nosotros hacemos un ranking acerca de qué superficie está ocupada por cadenas internacionales o nacionales de primer nivel. Eso hace que el centro tenga debilidades muy distintas.

**¿Se van a construir más centros o ya son suficientes?**

Creo que hay suficientes y que no tenemos un problema de capacidad. Unos podrán cerrar y otros abrir, pero no hacen falta más.

**¿Cómo es la estrategia de Lar?**

Primero, tenemos una cartera de activos ganadores, que son 14. No tenemos centros perdedores. Segundo, tenemos un pasivo muy bien armado, con una deuda larga y barata de bonos verdes. Tercero, tenemos una plataforma de gestión extraordinaria. Vamos a explotar los activos de la mejor manera. Y también hacer una rotación selectiva para replicar el modelo en otras ubicaciones.

**¿Limitar las rentas del alquiler como ha hecho el Gobierno es una buena solución?**

Limitar las rentas con carácter general para a mí es un error gravísimo. Creo que es grave, que va contra lo que es la propia esencia de lo que es una economía de mercado. Hay colectivos que requieren ayudas especiales a los que hay que atender, pero, la medida va a tener probablemente los efectos contrarios a los deseados. No puedo estar más en contra de ella.

**¿Cuál es su receta para solucionar el problema de la vivienda?**

Se ha ido o se va a un modelo de restringir, cuando la única receta probada en todo el mundo para mejorar la calidad y el precio de la solución habitacional es flexibilidad y es aumentar la oferta. Sería mejor que hubiera seguridad jurídica, que haya más gente que dedique su actividad y su capital a generar este tipo de producto. Eso es lo que genera competencia en calidad y en precio.

**Miguel Pereda**  
Presidente del Grupo Lar

El grupo gestiona también la socimi del mismo nombre, líder de los centros comerciales en España



EMILIA GUTIÉRREZ