

"Ya está claro que no va a haber 'apocalipsis retail', pero sí que el sector tiene un techo"

Ruth Ugalde • original

Miguel Pereda es copresidente de Lar, grupo familiar que lleva medio siglo promoviendo viviendas, logística, oficinas y centros comerciales. En su opinión, ni el online acabará con lo físico, ni los centros comerciales con la última milla

Miguel Pereda, copresidente de Grupo Lar. (Alejandro Martínez Vélez)

Miguel Pereda (Madrid, 1963) es un inmobiliario de cuna. Apenas tenía seis años cuando su padre fundó Urbalar, compañía que medio siglo después se ha convertido en Grupo Lar, un gigante de la promoción residencial, logística, de oficinas y, sobre todo, de centros comerciales. En los peores momento de la anterior crisis, junto a un equipo que sigue acompañándole, supo convencer a un referente de la inversión internacional como Pimco de que apostara por Lar España, la primera socimi en salir al mercado continuo y, todavía hoy, la única de este parqué especializada en centros comerciales. De educación exquisita, hablar pasado y con una perenne mueca de sonrisa, Pereda se mantiene fiel al modelo de alianzas que ha permitido a este grupo familiar competir al nivel de multinacionales. Eso sí, nadie dijo que fuera fácil. Él tampoco lo espera.

Pregunta: No hubo apocalipsis retail, por mucho que se dijo, y el sector también sobrevivió al covid. ¿Ahora, qué?

Respuesta: Bueno, yo creo que eso es quizá el mensaje más positivo. Después de todo lo que hemos vivido, el retail se consolida de manera clara como un sector de inversión institucional, difícil de entender para muchos inversores, pero eso de que el físico va a ser sustituido al 100% por online, ya no se lo cree nadie. Con lo cual es un buen mensaje. Es cierto que todavía quedan coleos, que en la opinión de muchos inversores todavía sigue pesando ese mantra, pero bueno, los números están ahí.

Miguel Pereda cree que ya nadie duda de que el online no va a acabar con el comercio físico. (Alejandro Martínez Vélez)

P: ¿Por qué cree que a algunos inversores les sigue costando entender este sector?

R: Hay varios motivos. El primero es porque es un sector muy técnico, a veces no es muy fácil de entender. Es quizás uno de los más especializados en la parte inmobiliaria, porque hay otros, como salud, que son muy especializados en la parte de gestión y menos en la inmobiliaria. Y luego creo que hay una cierta sobreexposición, es decir, todavía hay muchos inversores institucionales que tienen sobreexposición a retail y quieren balancear las carteras con otra tipología de productos. Siempre nos fijamos en Reino Unido y en Estados Unidos, y quizá no nos fijamos en otros mercados donde el retail va mucho mejor. Tratamos de exportar consecuencias, y yo creo eso es uno de los errores, porque la industria es completamente diferente.

P: Si yo fuera un inversor institucional, ¿cómo me convencería?

R: Te enseñaría los números. Jajaja. Los números de la situación no son opinables y ahí están. Nosotros publicamos de manera trimestral un montón de datos que dicen que la pandemia quedó atrás, que el 2021 fue mejor que el 2020 y el 2022 es mejor que el 2021, ya que la progresión en todos los segmentos es a mejor en todas las magnitudes, y que estamos casi en todas las magnitudes mejor que en 2019. Estamos mejor en ocupación, estamos mejor en ventas, solamente en visitas todavía no hemos recuperado el 100%.

"Todavía hay muchos inversores institucionales que tienen sobreexposición a retail y quieren balancear las carteras con otros productos"

P: ¿En qué nivel están?