
Mercado

Miquel Laborde (Laborde-Marcet): “El propietario de retail tiene que entender que el mercado no puede seguir pagando las rentas actuales”

El socio y cofundador de Laborde-Marcet asegura que el mercado *high street* de Barcelona está “demasiado caro” y que la tecnología marcará la próxima década en todo el *real estate*.

Jabier Izquierdo
18 oct 2018 - 04:54



El socio y cofundador de Laborde-Marcet es un empresario dedicado por completo a la asesoría y a encontrar las oportunidades del mercado. “Los números casi no los toco, yo me centro en la gestión patrimonial y la inversión”, explica el ejecutivo catalán, asociado con Gerard Marcet. Por ello, Laborde reconoce rápido las realidades de un mercado *high street* demasiado caro en Barcelona, al que le falta comprender las

1 / 4

<https://www.ejeprime.com/mercado/miquel-laborde-laborde-marcet-el-propietario-de-retail-tiene-que-entender-que-el-mercado-no-puede-seguir-pagando-l>

El presente contenido es propiedad exclusiva de EJEPRIME EDICIONES, SLU, sociedad editora de EjePrime (www.ejeprime.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

necesidades del inquilino y en el que la tecnología marcará la próxima década en todo el *real estate*.

Pregunta: ¿Hay temor en el mercado de Barcelona a una inestabilidad política y social?

Respuesta: Todo esto es un cuento. Aquí, en Barcelona, con todo lo que ha pasado, el crecimiento de mi empresa es buenísimo, vendiendo más que el año pasado que ya fue brillante. Sí observo que los políticos son responsables de la inestabilidad que ellos mismos han creado, pero el inversor, tanto nacional como extranjero, sigue *a tope*.

P.: ¿El extranjero también?

R.: Sí, nosotros tenemos una gran demanda extranjera y muy poca oferta.

P.: ¿Qué opina de la moratoria que quiere llevar a cabo Colau en Barcelona?

R.: No nos ayuda en nada. Es una medida clarísima para cargarse a todos los fondos e inversores de edificios.

“La moratoria de Colau en Barcelona es una medida para cargarse a todos los fondos e inversores de edificios”

P.: ¿Madrid es actualmente más interesante que Barcelona para el *real estate*?

R.: Madrid es más grande, tiene puntos comerciales más amplios, pero Barcelona está más concentrada y Paseo de Gracia continúa siendo la calle más cara de Europa para el retail y no hay nada libre.

P.: ¿Cuál es el modelo de futuro de las inmobiliarias?

R.: Todos nos dirigimos hacia la tecnología, porque es la que va a marcar el camino de las consultoras durante los próximos diez años. La tecnología aplicada al asesoramiento va a dar un cambio en la prestación de servicios que ofrece una inmobiliaria. Tenemos que invertir en tecnología si queremos dar un punto de vista acorde a lo que está pasando en el mercado.

P.: ¿Aumentará así la confianza del cliente sobre las operaciones?

R.: Le va a dar la confianza, *data* y operaciones reales. ¿Qué es lo que se firma realmente? ¿Cuáles son las últimas operaciones? Porque ahí están los precios reales del mercado. No vale el “yo pido quince” porque, claro, y yo puedo pedir veinte. Este es un error que produce, a veces, en el inversor un cortocircuito en el cuál cree que el

propietario que está vendiendo barato y el comprador de que está pagando caro. Todo eso es creencia más que realidad.

“La tecnología va a marcar el camino de las consultoras durante los próximos diez años”

P.: ¿Está demasiado caro el *high street* en Barcelona?

R.: Completamente. Aquí hay tres aspectos que el propietario ha de entender. Tiene que ser consciente de que el inquilino tiene que hacer sus números para sobrevivir. Hasta que el propietario no comprenda que el inquilino tiene que facturar para que él también gane dinero, tenemos un problema gordo.

P.: ¿De dónde tiene que venir el cambio?

R.: Es responsabilidad absoluta de los asesores inmobiliarios intentar educar al propietario. Y no se está haciendo. Porque si el propietario hace una reunión a tres con diferentes consultoras y nosotros decimos que el precio es este pero el resto dice que es otro más elevado, ¿quién se lleva la propiedad?

P.: Ellos.

R.: Así es. Por eso, en nuestro caso, estamos intentando que los propietarios se den cuenta de que no se pueden pagar las rentas que se están pagando. Pero esto es una cuestión de tiempo y de que el propietario vea que la rotación no le interesa: que es mejor tener un buen inquilino durante tiempo sin problemas que no una rotación de inquilinos, porque en el periodo en el que el inquilino te deja y vuelves a alquilar, son dos o tres meses de renta donde pierdes todo lo que habías ganado. ¿No es mejor tener un inquilino con una renta razonable de mercado?

“El local ha pasado a ser ese sitio en el que la marca paga un alquiler por tener su ‘showroom’”

P.: ¿Y qué inquilino puede pagar esos altos precios que se piden? La moda se está centrando en pocos y grandes *flagships*...

R.: La tecnología y el e-commerce están haciendo que la tienda de calle se convierta en un *showroom*. El local pasa a ser un sitio en el que la marca paga un alquiler por tener ese *showroom*, no por las ventas que realiza en él. Tú pagas por un escaparate para que la gente vea tu ropa, aunque, muchas veces, esas personas van a comprar tu

producto por Internet. La moda está acostumbrada a pagar esas barbaridades que pagan porque Paseo de Gracia o Portal de l'Àngel son muy pequeños... Pero al final convertimos la tienda en un escaparate y no en un punto de venta.

P.: Entonces, ¿quién sule a la moda en el *prime*?

R.: A un restaurante no le puedes aplicar esta fórmula de la que hablamos, del *showroom*. Servicios es el sector que soporta más esta escala de precios.