

## Fortuna

INMOBILIARIO &gt;

## Por qué Serrano es la calle más deseada por las firmas de lujo

- Ha ido ganando terreno a Ortega y Gasset, la 'milla de oro' por excelencia en Madrid, ya que es una de las calles con más tráfico de personas y con locales para instalar 'flagship stores'



PAZ ÁLVAREZ

Una viandante pasea por la calle Serrano de Madrid. Juan Lázaro

[Ir a comentarios](#)

Madrid | 8 MAY 2019 - 07:21 CEST

La calle Serrano, trazada en la segunda mitad del siglo XIX e impulsada por el inversor malagueño José de Salamanca y Mayol, marqués de Salamanca, bulle. En la confluencia con Don Ramón de la Cruz se ha cerrado una de las mayores operaciones inmobiliarias de los últimos años, con la venta de una de las sucursales de **Bankia** a la firma italiana **Prada**. En total, 59 millones de euros por 908 metros cuadrados, repartidos en dos plantas, más un sótano, siendo el valor del metro cuadrado de uso comercial de 100.000 euros. Esta transacción convierte a esta calle, que hace nueve años vivió una profunda transformación con el ensanche de sus aceras hasta los 10 metros, en una de las más dinámicas dentro de la industria del lujo. **“La operación es bastante excepcional por el precio que se ha pagado, pero el local lo vale, porque la mayoría de los locales de la calle tiene entre 100 y 300 metros cuadrados y este tiene cerca de mil”**, explica Elaine Beachill, directora de *capital markets retail* y *flagships* de **Knight Frank**, quien añade que apenas el 7% de los locales en esa calle tienen esa dimensión. “Es un local único, que obviamente demanda un precio excepcional, a lo que se añade que no se trata de una operación realizada por un inversor sino por Prada, “y este tipo de operador es capaz de pagar algo más que un inversor”. En su opinión, el local lo merece y la calle también.

A pesar de que en Madrid, Ortega y Gasset siempre ha sido considerada la calle de la milla de oro por excelencia, desde la amplitud de las aceras de Serrano esta ha ido ganando cuota dentro de la industria del lujo. Hasta allí se mudó **Louis Vuitton**, que cambió el local que ocupaba desde 1988 en la primera por otro de 400 metros cuadrados en la segunda.

El interés de las marcas por Serrano obedece, según Susana Campuzano, directora del programa de dirección y gestión estratégica del universo del lujo del IE, a un mayor tráfico de personas en esta calle, que acoge tanto a firmas de lujo como premium, y a clientes tanto locales como internacionales. **“Madrid se está convirtiendo en una capital de turismo de lujo, sobre todo porque se está revitalizando la parte del centro de la ciudad. Cuando abran hoteles, como el Four Seasons o Mandarin Oriental, va a su subir más el nivel”**, recuerda la experta.

La calle Serrano, así opina Luis Gonzalez Martino, *senior manager* de *financial advisory* de **Deloitte**, está actualmente muy condicionada por el auge del comercio electrónico, lo que ha motivado una reconfiguración absoluta de los planes de expansión. “En anteriores ciclos expansivos, la escasez de disponibilidad en los ejes con mayor actividad comercial hacía que muchas de las enseñas consolidadas se interesasen en implantaciones en zonas en las que tradicionalmente la actividad comercial no era tan reseñable, buscando una mayor cobertura de demanda potencial”, afirma. Sin embargo, ahora las *flagship stores* se reservan a los espacios prime, **“lo que está generando que la demanda se concentre en zonas con una enorme escasez de oferta generando significativos incrementos en los precios de alquiler”**, afirma Martínez, lo que unido a la actual situación de las tasas de rentabilidad exigidas por los inversores, en mínimos históricos, genera que los *capital values* de los locales de estos ejes estén significativamente por encima de los máximos registrados históricamente, situando a Madrid en el top de las ciudades europeas.

Según el informe *Spanish excellence today and tomorrow*, elaborado por Bain & Company para **Círculo de Fortuny**, 5.100 millones de euros de los 9.200 millones que mueven en España las compras de lujo, corresponden a bienes personales (moda, perfumes, cosmética o joyería) y esto es lo que se encuentra en la calle Serrano. **“El 85% de esas compras las realizan turistas, y Madrid crece en el turismo de experiencia cultural, de gastronomía y de compras”**, afirma la directora de Círculo Fortuny, Lourdes Garzón.

## TAMBIÉN HAY SITIO PARA LA BANCA

Tiene un recorrido de más de cuatro kilómetros. Sin embargo, el área más exclusiva se extiende desde la Plaza de la Independencia, allí se ha instalado Abante Asesores, hasta la calle María de Molina. En este tramo, además de firmas de todo tipo, de lujo, premium, y también de *fast fashion*, se concentran cerca de una veintena de compañías de servicios financieros, desde gestoras de fondos de inversión a sociedades de valores, pasando por firmas de capital riesgo y bancos internacionales.

### Archivado en

[PRADA](#)[MIUCCIA PRADA](#)[IE BUSINESS](#)[KNIGHT FRANK](#)[DELOITTE](#)[ESCUELAS DE NEGOCIOS](#)[LUJO](#)[EMPRESAS TEXTILES](#)[AUDITORÍA](#)

## Contenido patrocinado

Recomendado por



Laconicum



HYALURONIC SERUM

DOUGLAS



SALLÓ Ipsogel Gel  
Hidroalcoholico Antiséptico  
75ml

Casa del libro



La Red De Alice - Quinn Kate

## CincoDías

[Newsletter](#)[Eventos](#)[Suscríbete](#)[© Ediciones EL PAÍS s.l.](#)[Aviso legal](#)[Política cookies](#)[Mapa](#)[Contacto](#)[Venta](#)[Publicidad](#)[CINCO DÍAS en Kioscoymás](#)[Índice](#)[RSS](#)

**EL PAÍS**  
**ECONOMÍA**

[EL PAÍS Economía](#)[CincoDías](#)[Retina](#)