

Dos millones de paquetes en 24 horas: la logística, a prueba en el Black Friday

Los operadores logísticos se preparan con antelación para la mayor jornada comercial del año con almacenes de diferentes dimensiones y ubicados en puntos clave de la geografía española.

Berta Seijo
23 nov 2018 - 04:57

Dos millones de paquetes en 24 horas: la logística, a prueba en el Black Friday

Proximidad, flexibilidad y mayores superficies. El sector logístico español afronta la jornada comercial más importante del año con las lecciones aprendidas de años anteriores. Operadores e inversores se preparan con antelación para el evento, implantado en España desde hace más de cinco años, con almacenes de distintas dimensiones, rentas más flexibles y plantas situadas en los puntos más estratégicos de la geografía nacional.

La inversión en el mercado logístico español superará los 1.200 millones de euros en 2018, un 40% más que en el mismo periodo del ejercicio anterior, según las últimas previsiones de Savills Aguirre Newman. Este apetito inversor se debe especialmente a la recuperación de la confianza del consumidor y al auge del comercio electrónico, que se dispara en días como el Black Friday, el Cyber Monday, las fiestas navideñas o las rebajas.

“La complejidad de estas jornadas recae en la gestión del enorme volumen de transacciones que ocurren en muy poco tiempo”, afirma Pere Morcillo, director de mercado industrial y logística de JLL en España. Durante días como el Black Friday, según explica Javier Martín, director de activos de TH Real Estate, **“se concentran alrededor del 6% de las ventas anuales, enviándose cerca de dos millones de paquetes en sólo 24 horas”**.

Durante días como el Black Friday, las empresas

envían cerca de dos millones de paquetes en sólo 24 horas

Esta actividad frenética empuja a muchas empresas a operar en espacios mayores y mejor preparados. Se trata, sin embargo, de una necesidad puntual que, para Alberto Larrazábal, director nacional del área industrial y logística de Cbre en España, provoca que **los contratos de arrendamiento de centros logísticos sean cada vez más cortos, de dos meses como máximo**. “Además, en estos casos suelen alquilarse naves de proximidad, cercanas a las grandes ciudades y enfocadas a la distribución urbana”, añade el ejecutivo.

No obstante, no todos los propietarios de activos logísticos están dispuestos a adaptarse a las demandas de los operadores de ecommerce, que requieren de espacios más flexibles en tiempo y ocupación. Como consecuencia, “la tendencia es que **las rentas para este tipo de inquilinos tiendan a incrementarse en los próximos años**”, según pronostica Larrazábal.

El encarecimiento de los alquileres y la escasez de producto en ciudades *prime* como Madrid y Barcelona motiva, asimismo, que **los mercados secundarios empiecen a consolidarse como foco de atracción para inversores en logística**. “Las grandes plataformas más alejadas del centro urbano son necesarias para la recepción de las mercancías y su posterior gestión”, explica el directivo de JLL.

Los mercados secundarios empiecen a consolidarse como foco de atracción para inversores en logística

El formato XXL, que suele estar ubicado en la segunda y tercera corona, debe convivir con las plataformas de menor tamaño situadas en la primera corona, a en torno veinte kilómetros de distancia del corazón de las ciudades. “Los centros pequeños que sirven para entradas y salidas diarias de paquetería complementan a los de mayor tamaño”, afirma el ejecutivo de TH Real Estate, quien pone como ejemplo el caso de Amazon, presente en las capitales de provincia, pero inquilino de una nave de más de 100.000 metros cuadrados de superficie en Illescas (Toledo).

De cara al futuro, tanto el directivo de Cbre como el de JLL pronostican que **el número de almacenes urbanos será cada vez mayor, impulsado por la consolidación del comercio electrónico**. “Los operadores se verán abocados a acercarse a los núcleos de las ciudades para favorecer las entregas rápidas al cliente final y para satisfacer el suministro constante a las tiendas del centro con sus continuos cambios en las líneas de productos”, explica Larrazábal.

Las naves preferidas por los inversores

Aunque el producto más demandado continúa siendo la nave triple A, existe una **nueva tendencia al alza en la búsqueda de naves cuya tipología no sea totalmente logística**, sino que cuenten además con potencial de transformación y ofrezcan mayores rentabilidades.

“No se trata sólo de construir una nave diáfana y con altura, sino que se deben tener en cuenta otras características no tan estándar en entreplantas, accesos y combinación de *cross-dock* y logística”, apunta Gloria Valverde, directora del área de industrial y logística de Savills Aguirre Newman en Barcelona.

La localización, el estado, la calidad del espacio, el contrato del alquiler y la solidez del inquilino son igualmente importantes. “El inversor considera que tener a una gran marca como arrendatario es todo un éxito: da prestigio y normalmente son las empresas que firman por períodos más largos”, explica Pere Morcillo, quien también afirma que “lo importante es saber adaptarse a la demanda con el paso del tiempo”.

Precisamente **la necesidad de dar respuesta a las exigencias de los operadores empuja a los inversores no sólo a adquirir activos logísticos sino también a desarrollar proyectos desde cero**. “Tanto la escasez de naves XXL y XXXL como la falta de producto acorde a los requerimientos de los operadores del ecommerce está dando lugar en los últimos meses a la puesta en marcha de un número notable de promociones de riesgo o llave en mano, sobre todo en localizaciones *prime*”, explica el directivo de Cbre.