

Septiembre
2022

UNA PUBLICACIÓN DE RESEARCH & INSIGHT ESPAÑA



E-COMMERCE Y LOGISTICA

Madrid y Barcelona



CUSHMAN &
WAKEFIELD

Se dispara la contratación logística impulsada por el comercio electrónico

El ecommerce se ha disparado desde la declaración del estado de alarma en marzo de 2020.

Ya antes de la pandemia, los consumidores utilizaban cada vez más el canal on-line para adquirir bienes y servicios y ello estaba repercutiendo en una mayor actividad de los operadores logísticos.

Una vez que comenzó el estado de alarma, y las tiendas físicas se vieron obligadas a cerrar, los consumidores se pasaron al canal on-line para poder seguir comprando los productos que antes compraban en las tiendas físicas.

/ LA PANDEMIA COMO IMPULSOR

Los datos publicados sobre el volumen total de ventas del comercio electrónico para el segundo trimestre de 2020 (primer trimestre marcado por la pandemia y el confinamiento duro) mostraron un incremento del +0,2% respecto al mismo periodo de 2019.

Aunque la diferencia apenas fue significativa, lo relevante fue el cambio estructural de los bienes y servicios que los consumidores compraron por internet. Antes del Covid19, el sector del ocio englobaba casi el 40% de las ventas online (agencias de viaje, operadores turísticos,

transporte aéreo y terrestre, hoteles y alojamientos similares, actividades artísticas y cinematográficas, etc.). Estos servicios prácticamente desaparecieron al comienzo de la pandemia.

Por otro lado, otros bienes y productos han tenido un comportamiento totalmente diferente, con incrementos considerables si se comparan los trimestres posteriores al Covid 19 con los trimestres anteriores.



Variaciones porcentuales T2 2020 vs. T2 2019

+295%	Materiales de construcción		+131%	Hiper/Supermercados	
+191%	Muebles, iluminación y hogar		+89%	Cosméticos y perfumería	
+183%	Electrodomésticos, imagen y sonido		+68%	Prendas de vestir	
+137%	Artículos de deporte y juguetes		+64%	Calzado y artículos de cuero	

Fuente: CNMV

Todavía es pronto para saber cómo será el reparto definitivo de las ventas de los *retailers* entre el canal físico y el virtual una vez que la pandemia esté controlada, pero es muy probable que una parte de las ventas vuelva al canal físico, aunque otra parte seguirá en la nube por el hábito aprendido por los consumidores y la experiencia adquirida durante la pandemia.

Estos datos del comercio electrónico, más allá de su magnitud numérica, enseñan un cambio estructural: ha ido incrementando la compra de bienes físicos, lo cual nos dice que una parte de las ventas físicas se ha trasladado al canal online desde el comienzo de la pandemia.

Pero para entender mejor el nuevo paradigma del mercado, se necesita poder estimar qué parte de las ventas físicas van a permanecer en la nube y qué parte volverá a las tiendas físicas.

Para tener más claridad en este binomio online/offline, se han analizado las ventas del comercio electrónico trimestrales desde el comienzo de la pandemia con especial énfasis en la cesta de bienes que se pueden

adquirir en las tiendas físicas, es decir, aquellos productos que necesitan almacenaje y transporte.

En términos globales, los incrementos trimestrales del volumen de negocio a través del comercio electrónico no son relevantes, pero si se separan los bienes que se pueden adquirir en las tiendas físicas, los incrementos son muy significativos.

Los últimos datos publicados muestran que en el cuarto trimestre de 2021, la cesta de bienes vendidos por internet fue 60% superior respecto al mismo trimestre de 2019. [se compara con datos de 2019 para mantener la variación intertrimestral con el periodo pre-pandemia].

Variaciones porcentuales T4 2021 vs. T4 2019

+129%	Materiales de construcción		+126%	Hiper/Supermercados	
+101%	Muebles, iluminación y hogar		+69%	Cosméticos y perfumería	
+101%	Electrodomésticos, imagen y sonido		+44%	Prendas de vestir	
+87%	Artículos de deporte y juguetes		+46%	Calzado y artículos de cuero	

En cuanto al volumen total de negocio del comercio electrónico, se incrementó un 16% comparado con el cuarto trimestre de 2020.

Este incremento es superior a los incrementos anteriores, lo que muestra el aporte por parte del ocio durante el cuarto trimestre de 2021.

Fuente: CNMV

VARIACIÓN ANUAL VOLUMEN TOTAL COMERCIO ELECTRÓNICO					VARIACIÓN ANUAL CESTA DE BIENES COMPRADOS ON-LINE				
T2 2020	Vs.	T2 2019	→	+0.2%	T2 2020	Vs.	T2 2019	→	+90%
T3 2020	Vs.	T3 2019	→	+2.5%	T3 2020	Vs.	T3 2019	→	+58%
T4 2020	Vs.	T4 2019	→	+9.3%	T4 2020	Vs.	T4 2019	→	+62%
T1 2021	Vs.	T1 2020	→	+1.9%	T1 2021	Vs.	T1 2020	→	+52%
T2 2021	Vs.	T2 2020	→	+14%	T2 2021	Vs.	T2 2019	→	+71%
T3 2021	Vs.	T3 2020	→	+15%	T3 2021	Vs.	T3 2019	→	+62%
T4 2021	Vs.	T4 2020	→	+16%	T4 2021	Vs.	T4 2019	→	+60%

Fuente: CNMV

Fuente: Cushman and Wakefield y CNMV

3

/ IMPACTO EN LA LOGÍSTICA

El impulso de las ventas de bienes a través de internet está teniendo un impacto directo en el mercado logístico en sus dos vertientes: almacenaje y transporte. La parte del almacenaje es la que tiene repercusión en el sector inmobiliario, y más concretamente en la contratación de superficie logística.

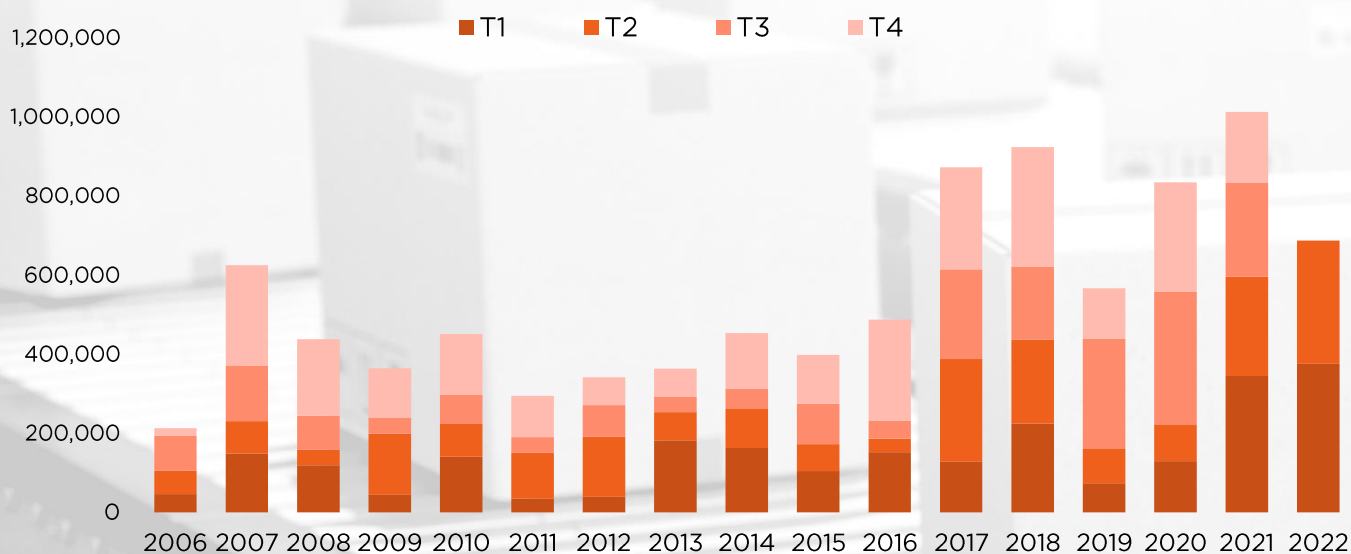
Como consecuencia, la absorción de espacios logísticos se ha mantenido muy dinámica a nivel nacional en los meses comprendidos entre marzo 2020 y diciembre 2021.

En el mercado de Madrid y su zona de influencia la absorción fue de 1.012.580 m² durante 2021, lo que lo sitúa en un nivel récord de absorción. Durante la primera mitad de 2022, la absorción ha sido de casi 690.000 m², lo cual supone un aumentado del 15% comparado con el mismo periodo de 2021.

El 99% del volumen de absorción en los primeros 6 meses de 2022 se ha ubicado a lo largo de los 2 principales ejes logísticos de Madrid: 58% en el Corredor de Henares y 41% en el Corredor Sur.



Absorción superficie logística – Madrid (m²)



Fuente: Cushman & Wakefield

Se espera que la actividad se mantenga muy dinámica en el sector de las naves logísticas.

Los *retailers* van a seguir apostando por la omnicanalidad entendiendo el e-commerce dentro del triángulo que forman las tiendas físicas, la logística y el retail virtual.

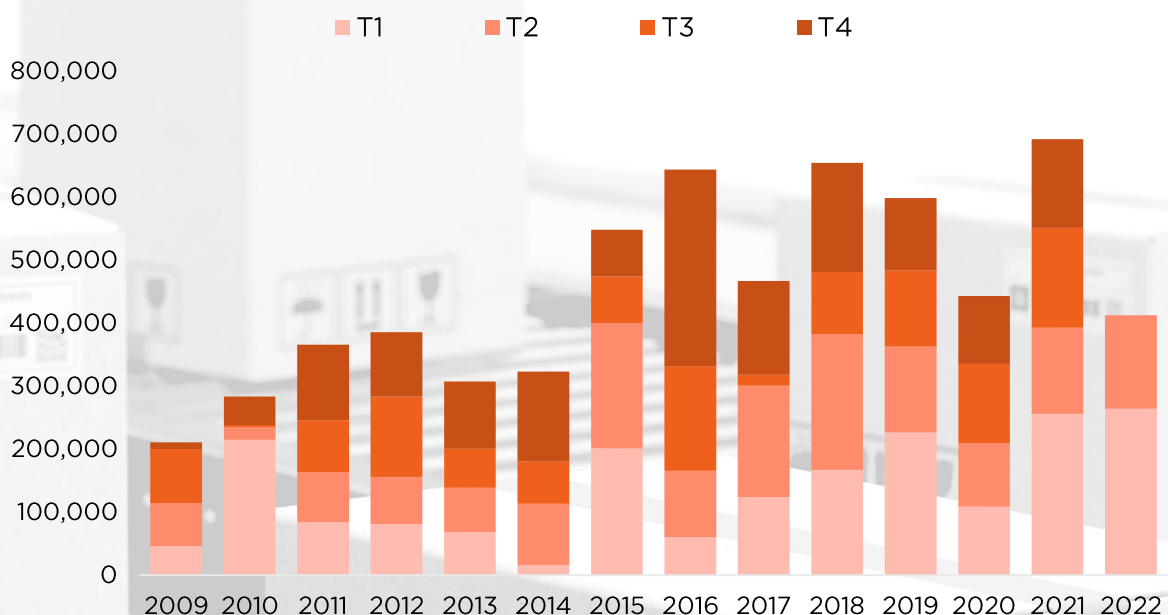
Las nuevas formas de comprar entrelazan lo físico con la virtual para una mejor experiencia de compra que siempre busca maximizar la satisfacción del consumidor.



Misma dinámica se ha observado en el mercado logístico de Barcelona, con una cifra de contratación en el 2021 de casi 700.000 m². Esto supone, al igual que en el mercado de Madrid, situarse en un nivel récord absorción. Durante la primera mitad de 2022, la absorción ha sido a los 415.000 m², lo cual supone un aumento del 5% comparado con el mismo periodo de 2021.

En cuanto a la ubicación del volumen de absorción en los primeros 6 meses de 2022 el 63% de la demanda se ha situado a lo largo de la AP-7 y el 10% se ha contratado en la zona *Prime* de Barcelona.

Absorción superficie logística - Barcelona (m²)



Fuente: Cushman & Wakefield

Para ampliar la información:

Pere Morcillo

Partner

Director Agencia Industrial & Logística- España

pere.morcillo@cushwake.com

Contactos medios:

Jenny Pizarro

Head of Business Development Spain

Marketing, Comms & Research

jenny.pizarro@cushwake.com

Daniel Caprarin

Senior Research Analyst

daniel.caprarin@cushwake.com

cushmanwakefield.es

[@CushWakeSPAIN](https://www.instagram.com/CushWakeSPAIN)



**CUSHMAN &
WAKEFIELD**

©2022 Cushman & Wakefield. All rights reserved.
The content of this report is gathered from multiple
sources believed to be reliable. The information may
contain errors or omissions and is presented
without any warranty or representation as to its
accuracy.