

TRANSPARENCY

ecommerce y logística

NOVIEMBRE 2021

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 online 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 desde el 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 Covi19 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

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.

En cuanto al volumen de operaciones a través de internet, se han registrado más de 289 millones de transacciones durante T1 2021, un 28% superior al mismo periodo un año antes.

Estos datos del comercio electrónico, más allá de su magnitud numérica, enseñan un cambio estructural: se ha ido incrementando el número de consumidores que han accedido al canal online para comprar 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, una vez la pandemia esté controlada.

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

En términos globales, los incrementos 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 significativos.

Desde julio 2020 hasta marzo 2021, los porcentajes trimestrales de incremento de la cesta de bienes adquiridos vía on-line son menores comparados con el segundo trimestre de 2020, lo cual refleja que una parte de las compras de bienes físicos han vuelto al canal físico, pero otra parte se ha mantenido a través del comercio electrónico.



VARIACIONES PORCENTUALES T1 2021 VS. T1 2020:

+28%	Materiales de construcción		+105%	Hiper/Supermercados	
+161%	Muebles, iluminación y hogar		+68%	Cosméticos y perfumería	
+58%	Electrodomésticos, imagen y sonido		+51%	Prendas de vestir	
+68%	Artículos de deporte y juguetes		+49%	Calzado y artículos de cuero	

Los últimos datos publicados muestran que en el primer trimestre de 2021, la cesta de bienes vendidos por internet fue de 53% superior respecto al mismo trimestre, un año antes y el volumen total de negocio del comercio electrónico se incrementó un 2% comparado con el primer trimestre de 2020.

VARIACIÓN ANUAL VOLUMEN TOTAL COMERCIO ELECTRÓNICO			
T2 2020	Vs. T2 2019		+2.0%
T3 2020	Vs. T3 2019		+2.6%
T4 2020	Vs. T4 2019		+5.8%
T1 2021	Vs. T1 2020		+1.9%

VARIACIÓN ANUAL CESTA DE BIENES COMPRADOS ON-LINE			
T2 2020	Vs. T2 2019		+90%
T3 2020	Vs. T3 2019		+56%
T4 2020	Vs. T4 2019		+62%
T1 2021	Vs. T1 2020		+53%

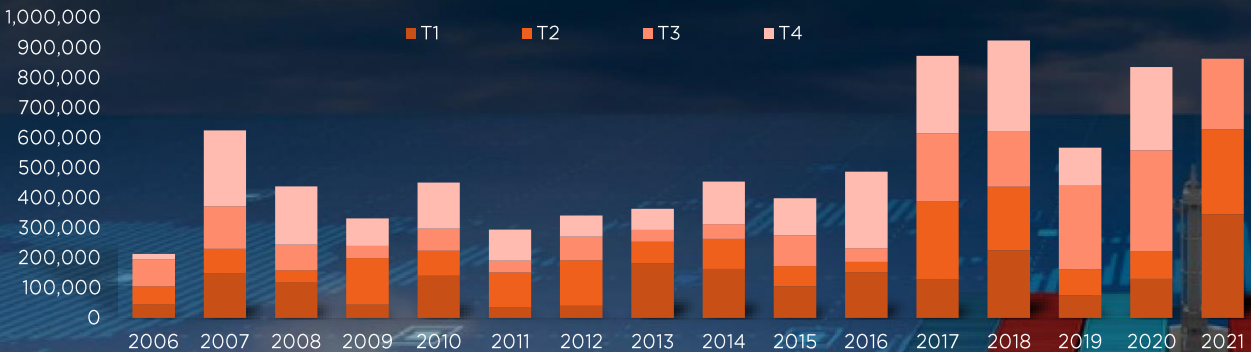
IMPACTO EN LA LOGÍSTICA

El impulso de las ventas de bienes a través de internet está teniendo un impacto directo en la logística 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 en los 18 meses comprendidos entre marzo 2020 y septiembre 2021. En concreto, la absorción de naves logísticas en el

mercado de Madrid y su zona de influencia alcanzó los 830.000 m² durante 2020, lo que supone una cifra significativa, situándose en el nivel de los años récord de contratación logística y un aumento de casi el 50% si se compara con el año 2019.

El volumen de superficie logística contratado durante los 9 primeros meses de 2021 ha sido todavía más contundente con una absorción de casi 848.000 m², lo que hace prever un récord de absorción para el año 2021.

Absorción superficie logística - Madrid



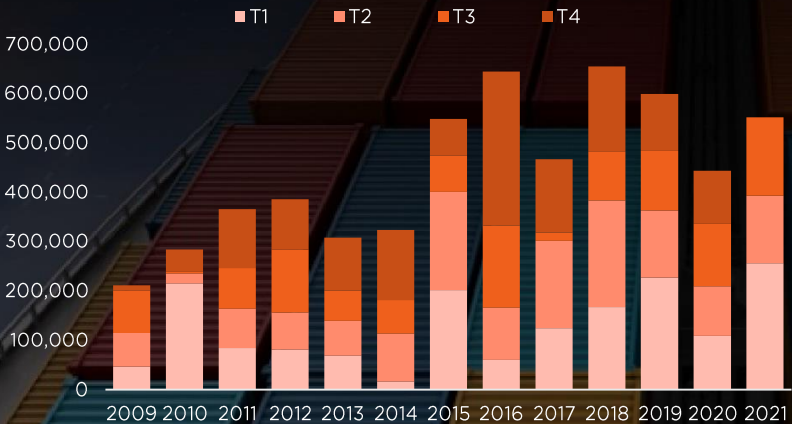
Misma dinámica se ha observado en el mercado logístico de Barcelona, aunque con un decalaje temporal: durante 2020 la absorción logística fue de 443.300 m², un 25% menos comparado con los 600.000 m² de absorción logística de 2019.

Pero el periodo enero-septiembre 2021 ha sido excepcional, con una absorción de 552.000 m², lo que supone un nivel cercano a la absorción total de 2019 y un 20% superior al total anual de 2020.

Estas cifras en los dos principales mercados logísticos del país reflejan el impulso del comercio electrónico.

Al mismo tiempo los *retailers* apuestan por la omnicanalidad entendiendo el e-commerce dentro del triángulo que forman las tiendas físicas, la logística y el retail virtual.

Absorción superficie logística - Barcelona



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.

Para ampliar información sobre C&W Research & Insight:

Contacto Medios:

Jenny Pizarro

Partner
Head of Marketing & Communications
jenny.pizarro@cushwake.com

Research España:

Daniel Caprarin

Senior Research Analyst
daniel.caprarin@cushwake.com

cushmanwakefield.es

[@CushWakeSPAIN](https://twitter.com/CushWakeSPAIN)

DISCLAIMER

Este informe contiene información disponible al público y ha sido preparado por Cushman & Wakefield sobre la base de que es exacto y completo. Cushman & Wakefield no acepta ninguna responsabilidad si esto no fuera el caso. Ninguna garantía o representación, expresa o implícita, se hace a la exactitud o la integridad de la información contenida aquí, y se somete a errores, omisiones, cambio de precio, alquiler u otras condiciones, retiro sin previo aviso, y a cualquier listado de condiciones especiales impuestas por nuestros directores.