

RESEARCH



# LOGÍSTICA

ESPAÑA

2017

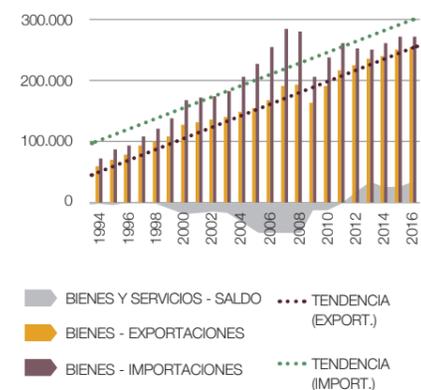
# CONTEXTO ECONÓMICO

Las exportaciones han tenido un papel fundamental en la recuperación económica española, convirtiendo al sector logístico en un factor trascendental para la competitividad de nuestros productos en el exterior.

La economía española creció un 3,1% interanual en el tercer trimestre de 2017, crecimiento que según las perspectivas del FMI se mantendrá a final de año. En la actual fase de expansión participa el 75% de la economía mundial y aquellos mercados con los que España tiene relaciones comerciales más intensas como son el resto de Europa, Estados Unidos o China, están experimentando una aceleración de su crecimiento, lo que hace que la recuperación de la economía española sea más sólida.

En el actual escenario de crecimiento, el Índice de Confianza de los Consumidores en España se situó en 103,2 puntos en el mes de septiembre, 12 puntos por encima del mismo mes del año anterior. La mejora de las perspectivas económicas ha apoyado el aumento del gasto en consumo final de los hogares, un 4,6% en el segundo trimestre con respecto al año anterior. Se espera que en lo que queda de año, tanto el consumo interno como la demanda externa sigan teniendo una aportación positiva al crecimiento de la economía a pesar de la apreciación del euro y del desvanecimiento del efecto del bajo precio del petróleo.

**GRÁFICO 1**  
Saldo de la balanza comercial España. Exportaciones e importaciones de bienes 1994-2016. Millones de euros.



Fuente: Banco de España

## LA LOGÍSTICA Y LA COMPETITIVIDAD DE LA ECONOMÍA

El transporte y la logística tienen una importancia estratégica creciente en la economía no sólo porque apoyan el desarrollo de sectores como la industria y el comercio, sino porque tienen un papel fundamental en cuanto a la competitividad de la economía en general.

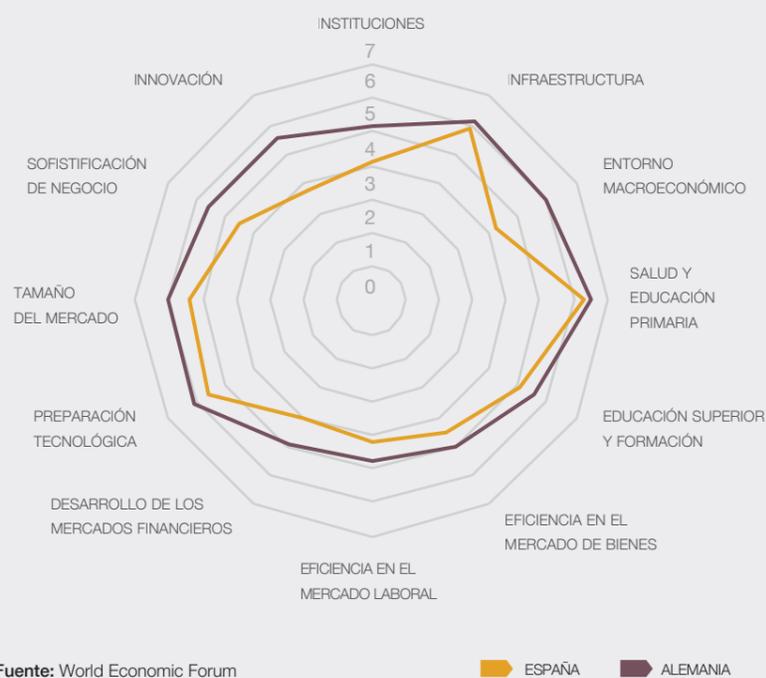
El aumento de la automatización y digitalización está revolucionando los procesos de producción al mismo tiempo que se optimiza la logística.

Los precios se vuelven más competitivos y refuerzan la necesidad por parte de las empresas de situarse por delante del resto, apoyando la innovación de los productos y los procesos.

El sector logístico ya está tomando las medidas oportunas para adecuarse a los criterios de sostenibilidad que le permitan seguir creciendo en el contexto de la Cuarta Revolución Industrial impulsada por innovaciones como robots, drones o la inteligencia artificial.

**GRÁFICO 2**  
Factores de la competitividad. España y Alemania\* 2016-2017

\* Las puntuaciones en cada una de las áreas van de 1 a 7, siendo 7 el mejor resultado posible.



Fuente: World Economic Forum

# LA REVOLUCIÓN DEL E-COMMERCE

Según los datos de la CNMC, el volumen de negocio del comercio electrónico realizado a través de terminales de punto de venta virtuales en España aumentó casi un 25% en el primer trimestre de 2017 con respecto al mismo trimestre del año anterior. Se espera que a cierre de año el incremento sea cercano al 20% respecto a 2016.

El aumento de la seguridad y privacidad en las compras online, la búsqueda de la expansión a otros mercados, la mejora en los tiempos de entrega y el abaratamiento de los costes de transporte son algunos de los factores que explican el incremento del e-commerce en España.

Además, las grandes marcas están apostando por la omnicanalidad, lo que ayuda a aumentar las ventas gracias a las sinergias que se generan entre la experiencia de compra online y offline.

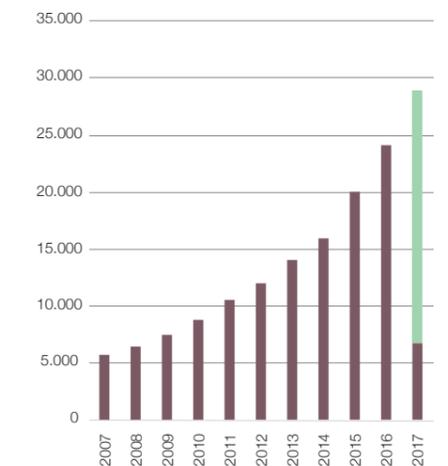
Para el cliente, la compra finaliza en el momento de recepción del artículo adquirido. La logística cumple un papel fundamental en

la disponibilidad de los artículos en el lugar y el tiempo acordados. Con el desarrollo del comercio electrónico, la logística ha dejado de ser un elemento operacional para convertirse en un elemento que aporta valor a los productos, en relación con la disponibilidad del mismo.

Los operadores son conscientes de la importancia creciente del último eslabón de la cadena. Por ello, son cada vez más los que optan por mantener el control de la distribución de sus productos. Según el Observatorio de eCommerce & Transformación Digital, en 2017 el 14% de los operadores de e-commerce aseguraron que optarían por encargarse ellos mismos de la logística de sus productos, frente al 7% de 2016.

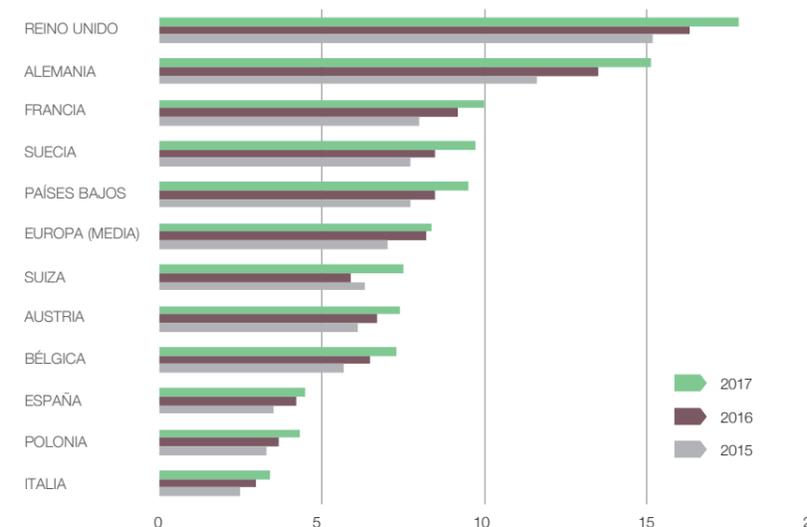
La pujanza del comercio electrónico y la necesidad de reducir los tiempos de entrega hace que la ubicación y/o el tamaño de las instalaciones logísticas cobren más importancia, desplazándolas más cerca de las ciudades o hacia ubicaciones con óptimas comunicaciones.

**GRÁFICO 4**  
Volumen de negocio e-commerce España. Millones de euros.



Fuente: ONTSI | CNMC | últimos datos disponibles hasta T1 2017. Resto de 2017 basado en estimación propia.

**GRÁFICO 3**  
Comparativa europea ventas e-commerce en retail (%)\* 2015-2017 (previsión cierre)



Fuente: Centre for Retail Research. \* Excluye entradas, viajes y vehículos.

**GRÁFICO 5**  
Tendencias e-commerce Principales pilares del comercio electrónico

- REDES SOCIALES**  
Permiten conocer las opiniones de otros consumidores, información de las propias marcas, ofertas.
- MOBILE COMMERCE**  
Proporciona rapidez, flexibilidad, sencillez y movilidad.
- MEDIOS DE PAGO Y FINTECH**  
Dan acceso a servicios (desintermediación), transparencia, seguridad, rapidez.
- SISTEMA CLICK & COLLECT**  
Ofrece inmediatez, seguridad, comodidad, ahorro de tiempo y de costes.

Fuente: Knight Frank Research

# e-commerce

¿CÓMO SE REFLEJA  
EN EL SECTOR LOGÍSTICO?

El e-commerce ha supuesto todo un reto para el sector logístico, modernizándolo y mejorando su percepción y competitividad frente a otros mercados.



LOGÍSTICA MULTICANAL CON **MAYORES OPCIONES DE RECOGIDA**, EN TIENDA, EN PUNTOS DE CONVENIENCIA, EN ESTACIONES Y AEROPUERTOS, ETC.

**TIEMPOS DE ENTREGA MUY REDUCIDOS**, HASTA EN MENOS DE DOS HORAS. YA NO SE PIDE RAPIDEZ, SE ESPERA INMEDIATEZ.

EL COMPRADOR PUEDE SEGUIR **A TIEMPO REAL EL ESTADO DE SU PEDIDO**.

SE REDUCEN LAS INCIDENCIAS AL HABER **MAYOR CONTROL** EN LOS PEDIDOS.

**MAYOR ALCANCE INTERNACIONAL**, CAPACIDAD PARA VENDER A MÁS PAÍSES.

INTEGRACIÓN DE MÁS SISTEMAS DE **PAGO, MAYOR TRANSPARENCIA Y SEGURIDAD**.



EL OBJETIVO PRINCIPAL:  
**ENTREGAR SATISFACCIÓN**

**FACILITA LA PRÁCTICA DE LA LOGÍSTICA INVERSA**, TANTO EN LO RELACIONADO CON EL MEDIO AMBIENTE COMO EN LAS DEVOLUCIONES DE LOS PEDIDOS.

PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR COMBINANDO **ÚLTIMOS AVANCES CON PERSONAL CUALIFICADO**.

¿DÓNDE ESTÁ LA DIFERENCIACIÓN DE LAS NUEVAS INSTALACIONES?



#### UBICACIÓN ESTRATÉGICA

Espacios situados muy próximos a centros de consumo, o con buenas conexiones, con el objetivo de reducir al máximo los tiempos de entrega.



#### EQUIPACIÓN TECNOLÓGICA

Nuevas instalaciones técnicas y sistemas que mejoran la automatización de los procesos permitiendo entregas más rápidas, seguimiento y estadísticas de los productos, mayor control en los pedidos y disminución del riesgo de accidentes laborales, entre otros avances.



#### DISEÑO MÁS EXIGENTE

Instalaciones industriales más eficientes, sostenibles y rentables. El uso de materiales específicos y nuevos métodos de remodelación/construcción que ofrezcan más seguridad y facilidad de mantenimiento son claves. Es importante analizar cuál va a ser el objetivo de la edificación en concreto ya que variará en función de cada uso.



#### SUPERFICIE

Por un lado se están demandando espacios mucho más grandes que en años anteriores, no obstante se hace un uso más eficiente de esta superficie.

## NUEVAS INSTALACIONES LOGÍSTICAS

El e-commerce no sólo ha impulsado la contratación de superficie logística, también está cambiando el espacio de las instalaciones. Las compañías saben que tienen que rediseñar sus naves logísticas para adaptarse al nuevo modelo de negocio. Atrás quedaron las naves cuya función

se basaba principalmente en almacenar y distribuir el stock de productos, y se localizaban en parcelas ubicadas lejos de los centros urbanos ya fuera por precio o por espacio disponible. Ahora, si las compañías quieren ser competitivas en el actual entorno las prioridades son otras.

GRÁFICO 6

#### La tecnología en las nuevas instalaciones logísticas

Últimos avances en funcionamiento

#### REALIDAD AUMENTADA

Operarios con gafas inteligentes que les indica dónde colocar el producto de la forma más eficiente.

#### ROBÓTICA

Ayudantes robots capaces de realizar tareas repetitivas o de encargarse de las tareas que requieren mayor esfuerzo físico.

#### CODIFICACIÓN DE ARTÍCULOS ("EL INTERNET DE LAS COSAS")

Sistemas que permiten identificar el stock exacto de cada producto, dónde se encuentran y el ritmo al que se venden para controlar su producción entre otros aspectos.

#### BIG DATA

La constante recogida de datos abre grandes posibilidades en el campo del Big Data, donde conocer el comportamiento de los consumidores en relación con los artículos codificados es fundamental para optimizar recursos en los procesos de fabricación y detectar nuevos modelos de negocio.

#### DRONES

Posibilita la entrega a localizaciones de difícil acceso. Dentro del almacén, accede a los estantes más altos confirmando stock y espacio disponible.

#### IMPRESIÓN EN 3D

Creación de objetos, como las piezas de recambio, en el momento y ubicación precisos ahorrando costes de almacenamiento y de transporte.





# ¿CÓMO ES EL CORAZÓN LOGÍSTICO DE LAS EMPRESAS MÁS REVOLUCIONARIAS?

Compañías que apuestan por la innovación, la sostenibilidad, la eficiencia o la seguridad en los procesos productivos, entre otros aspectos, ya están reflejando en sus establecimientos logísticos los valores fieles a su marca.

## AMAZON | MADRID Y BARCELONA

Centro Logístico San Fernando de Henares, Madrid

Centro Logístico El Prat, Barcelona

## MERCADONA | MADRID

Centro Logístico Ciempozuelos, Madrid



AMAZON. Centro Logístico San Fernando de Henares, Madrid

Sirve a todo el sur de Europa miles de pedidos cada día y entrega en Barcelona en pocas horas.

**Distancia centro urbano** de Barcelona: 11 km.

**Dimensión:** 66.000 m<sup>2</sup> en parcela de 210.000 m<sup>2</sup>.

**Diferenciación:** 3.500 robots moverán automáticamente 30.000 estanterías. Los autómatas podrán mover 750 kilos a 1,7 metros por segundo.

**Otros aspectos:** Amazon es el fabricante de sus propios robots logísticos gracias a la creación de su línea de negocio "Amazon Robotics", tras la compra en 2012 de la compañía Kiva System. Valor de su marca que refleja: tecnología.

Sirve a toda Europa miles de pedidos cada día y entrega en Madrid en pocas horas.

**Distancia centro urbano** de Madrid: 21 km.

**Dimensión:** 77.000 m<sup>2</sup>.

**Diferenciación:** con el servicio "Entrega Hoy", los clientes pueden comprar hasta las 14.15 h y tener su pedido por la tarde. Con el sistema *Random Stow*, en pedidos múltiples, se tarda menos en recoger artículos ordenados de forma aleatoria, no temáticamente.

**Otros aspectos:** una vez al mes abre sus puertas para todo aquel que quiera visitar el centro con explicación del personal incluida. Valor de su marca que refleja: cercanía y transparencia.



AMAZON. Centro Logístico El Prat, Barcelona



MERCADONA. Centro Logístico Ciempozuelos, Madrid

El buque insignia de su logística y uno de los más modernos del mundo.

**Distancia centro urbano** de Madrid: 35 km.

**Dimensión:** 100.000 m<sup>2</sup> en parcela de 200.000 m<sup>2</sup>.

**Diferenciación:** procesos automatizados permiten el abastecimiento de las tiendas de la zona centro en un breve espacio de tiempo. También la tecnología permite eliminar cualquier tipo de sobreesfuerzo innecesario para los empleados a la vez que se reduce el riesgo de accidentes laborales.

**Otros aspectos:** servicio de guardería para los hijos de sus empleados. El actual plan estratégico de transformación digital de Mercadona optimizará todos los procesos y, de forma muy relevante, la logística. Valor de su marca que refleja: compromiso con sus empleados. Amplio conocimiento de lo que demandan sus clientes.

# EL COLOSO DIGITAL

## El caso Amazon

En el sector logístico existe un antes y un después de la llegada de Amazon. Para el gigante digital no ha sido necesario disponer de un establecimiento físico para ver como sus ventas crecían exponencialmente. Todo lo contrario. Su sello de identidad ha sido, desde el comienzo, la venta online. A medida que estas ventas crecían, ha sido necesario disponer de mayor superficie física para recibir, almacenar y despachar la gran cantidad de productos que vende. Así, la adquisición por parte de la compañía de superficie logística crece al mismo ritmo que sus ventas.

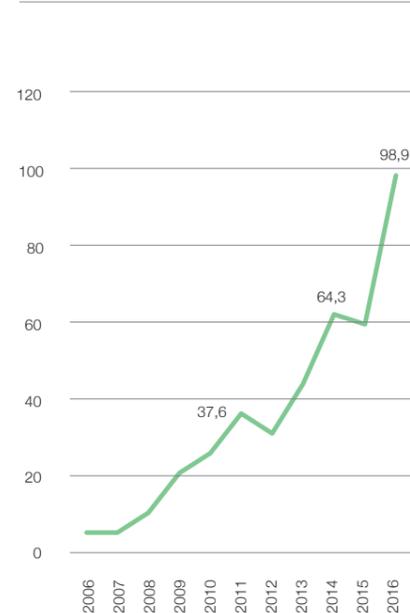
La estrategia de Amazon pasa por tomar el control absoluto de los productos que vende y no sólo por la fase de distribución. Los datos sobre los gustos de los consumidores que ha recopilado a través de la actividad de distribución, le permiten anticipar tendencias.

De hecho, ya está lanzando sus propias líneas de ropa. Otro de sus puntos fuertes es la flexibilización de los puntos de entrega como son el establecimiento de consignas inteligentes, la entrega de paquetes en coches con compartimentos seguros que almacenan las llaves del vehículo o el desarrollo de un timbre inteligente que permite acceder a la vivienda y entregar el paquete sin necesidad de que el cliente se encuentre en su domicilio.

El valor de marca de la compañía se ha incrementado prácticamente año a año situándose por encima de los 50.000 millones de dólares a partir de 2014. La rapidez, junto con la confianza que genera en los consumidores, es una de las principales ventajas de Amazon frente a empresas como AliExpress, que tiene tiempos de entrega superiores, que pueden verse incrementados debido a las retenciones en aduanas.



GRÁFICO 7  
Valor de la marca Amazon  
Miles de millones de US\$



Fuente: Statista

GRÁFICO 8  
Iniciativas de Amazon que cambian la forma de comprar y de recibir pedidos



Fuente: Knight Frank Research

## LAS INFRAESTRUCTURAS LOGÍSTICAS DE AMAZON



Gran número de centros logísticos repartidos por España que le permiten reducir tiempos de entrega. Cuenta con 314.800 m<sup>2</sup> de superficie logística en 11 unidades logísticas.



Amazon ha elegido Madrid como sede de su centro tecnológico para el sur de Europa, desde donde se da soporte a "Amazon Business", el marketplace para empresas de la compañía, y se desarrollan funcionalidades y servicios orientados a los clientes para las cinco páginas web que tiene en Europa.



Dota a las empresas de transporte con las que trabaja de un software que contiene los patrones diarios de tráfico y otras variables de las diferentes rutas que permite optimizar el tiempo de entrega.



Rediseñan los almacenes para que permitan el trabajo con tecnología de manera más eficiente.



Introducción de robots en los almacenes para reducir el tiempo necesario entre que el pedido se realiza y esté listo para ser enviado de 60-75 minutos a 15 minutos.

### AMAZON PANTRY

Sistema pensado para que los clientes de Amazon Prime puedan realizar sus compras del día a día llenando una caja virtual. Cada producto ocupa parte de las dimensiones de esa caja virtual en función de su tamaño y su peso.

### AMAZON PRIME NOW

Servicio de entrega ultra rápida (1 o 2 horas) de uso exclusivo para clientes Prime. A través de esta iniciativa se abre paso a la entrega de productos frescos, ya que la reducción de los tiempos de entrega permite mantener la cadena de frío y los alimentos en perfecto estado. Amazon estableció una colaboración con el Mercado de la Paz de Madrid, convirtiéndose en el primero del mundo que reparte sus productos a través de este servicio, integrando la compra tradicional de mercado con la rapidez de la tecnología que ofrece Amazon. Este servicio está disponible para entregas en Madrid, Barcelona y ciudades limítrofes.

### AMAZON DASH BUTTON

Sistema para realizar el pedido de un producto de forma automática, sólo pulsando un botón, que en realidad es un dispositivo con conexión wi-fi que conecta con la cuenta de Amazon del usuario. Según Amazon, en EEUU hay marcas que reciben la mitad de sus pedidos a través de este sistema.

### PRIME WARDROBE

Amazon permitirá que los clientes se prueben las prendas de vestir que elijan en casa antes de realizar la compra y que devuelvan lo que no quieren comprar. Este servicio no está disponible en España.

### AMAZON GO

Propuesta de supermercado sin cajeros. La idea es que el usuario coja lo que necesite y que a través de códigos y sensores se identifique los productos que adquiera cada cliente para que se realice el cobro de forma automática, sin tener que pasar por caja ni esperar cola.

### PRIME AIR

Proyecto de Amazon para reparto por drones para entregar paquetes. El primer envío (en entorno de prueba) se ha realizado a un cliente en Reino Unido en sólo 13 minutos después de la compra.

# MERCADO DE MADRID

## SUBMERCADO

Las zonas industriales y logísticas de Madrid se distribuyen en tres áreas principales o coronas, establecidas según la distancia a la capital:

### PRIMERA CORONA

La zona más cercana al centro de Madrid, con una distancia máxima de 15 km. En esta zona se encuentra el parque logístico de Coslada, en el Corredor del Henares.

Principales poblaciones:

- |                           |                         |
|---------------------------|-------------------------|
| 1 Madrid                  | 5 Leganés               |
| 2 Coslada                 | 6 Getafe                |
| 3 San Fernando de Henares | 7 Rivas-Vaciamadrid     |
| 4 Barajas                 | 8 Alcobendas            |
|                           | 9 Velilla de S. Antonio |

### SEGUNDA CORONA

Formado por el área que abarca entre los 15 y los 42 km desde Madrid.

Principales poblaciones:

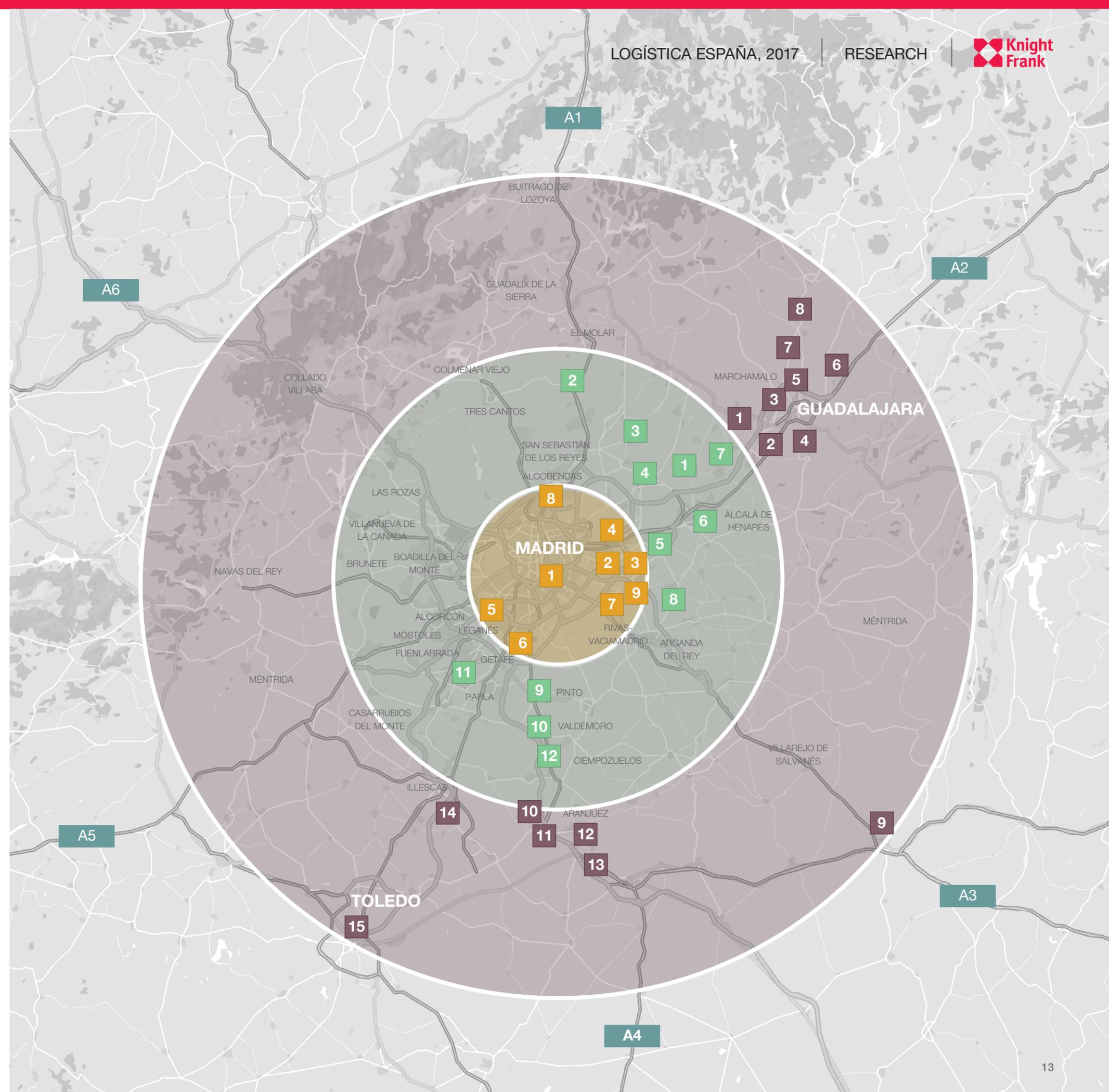
- |                           |                 |
|---------------------------|-----------------|
| 1 Camarma                 | 7 Meco          |
| 2 San Agustín de Guadalix | 8 Loeches       |
| 3 Algete                  | 9 Pinto         |
| 4 Daganzo                 | 10 Valdemoro    |
| 5 Torrejón de Ardoz       | 11 Fuenlabrada  |
| 6 Alcalá de Henares       | 12 Ciempozuelos |

### TERCERA CORONA

La zona más periférica. Incluye plantas logísticas a una distancia de Madrid superior a los 42 km. Incluye los parques logísticos en la frontera de Madrid con las provincias de Guadalajara y Toledo.

Principales poblaciones:

- |                            |             |
|----------------------------|-------------|
| 1 Quer                     | 8 Yunquera  |
| 2 Alovera                  | 9 Tarancón  |
| 3 Cabanillas del Campo     | 10 Seseña   |
| 4 Chiloeches               | 11 Borox    |
| 5 Guadalajara - Marchamalo | 12 Aranjuez |
| 6 Torija                   | 13 Ontígola |
| 7 Fontanar                 | 14 Illescas |
|                            | 15 Toledo   |



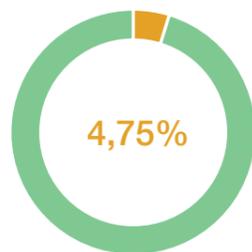
# DISPONIBILIDAD Y OFERTA FUTURA

La tasa de disponibilidad de superficie logística en el entorno de Madrid se sitúa en 4,75%. Sin embargo, un porcentaje muy elevado de esta superficie es producto obsoleto muy poco competitivo.

La limitada oferta de producto que se pueda adaptar a los requerimientos de los operadores actuales está favoreciendo el desarrollo de nuevos proyectos. En el último trimestre de 2017 está prevista la incorporación de más de 50.000 m<sup>2</sup> al stock de superficie logística en el entorno de Madrid.

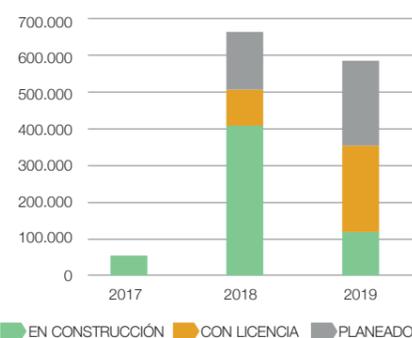
Para 2018 están planeados más de 650.000 m<sup>2</sup> nuevos de superficie logística, de los

GRÁFICO 9  
Tasa de disponibilidad  
Mercado de Madrid. T3 2017.



Fuente: Knight Frank Research

GRÁFICO 10  
Desarrollos futuros según fase del desarrollo. Mercado de Madrid



Fuente: Knight Frank Research

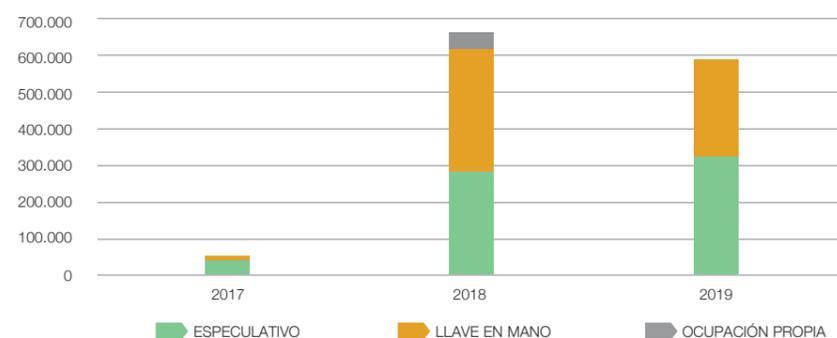
cuales cerca de 330.000 serán proyectos llave en mano y casi 300.000 desarrollos a riesgo aunque, seguramente, gran parte de estas promociones se terminen alquilando antes de finalizar su construcción. La superficie restante será para ocupación propia.

Entre los desarrollos llave en mano destacan los más de 100.000 m<sup>2</sup> de P3 Logistic Parks en Illescas, los 70.000 m<sup>2</sup> que Merlin desarrollará en Azuqueca de Henares y los 50.000 m<sup>2</sup> que Inversiones Montepino está desarrollando para Luis Simões en Cabanillas. Entre los proyectos especulativos con mayor superficie previstos para el año que viene encontramos cerca de 54.000 m<sup>2</sup> de Mountpark en Plataforma Central Iberum así como el proyecto "Puerta de Madrid", dos edificios en San Fernando de Henares que GreenOak ha encargado y que suman más de 38.000 m<sup>2</sup> de superficie logística.

En 2019 destacan los más de 100.000 m<sup>2</sup> de Inversiones Montepino para XPO en la Ciudad del Transporte en Marchamalo. Además, Goodman cuenta con capacidad para construir más de 75.000 m<sup>2</sup> en La Dehesa Logistics Centre de Alcalá de Henares, donde desarrollará proyectos llave en mano a partir de 22.000 m<sup>2</sup>.

En el entorno de Madrid, San Fernando de Henares es la localidad donde está previsto el desarrollo de mayor superficie logística en los

GRÁFICO 11  
Desarrollos futuros según tipo de desarrollo. Mercado de Madrid



Fuente: Knight Frank Research

próximos dos años. Allí, VGP va a desarrollar 140.000 m<sup>2</sup> de naves logísticas en un suelo adquirido recientemente por 35 millones de euros, donde ya han empezado a levantar la primera fase a riesgo, que estará terminada a finales de este año. Destacan también los 90.000 m<sup>2</sup> en desarrollo de Prologis y el parque logístico de Axiare, que incorporará más de 130.000 m<sup>2</sup>, incluyendo dos naves que la SOCIMI está desarrollando para Transaher.

Además, destaca el proyecto Puerta Centro-Ciudad del Transporte y que se extenderá sobre más de 200 Ha entre Guadalajara y Marchamalo y que incorporará nueva superficie logística al mercado de Madrid.



# TAKE-UP

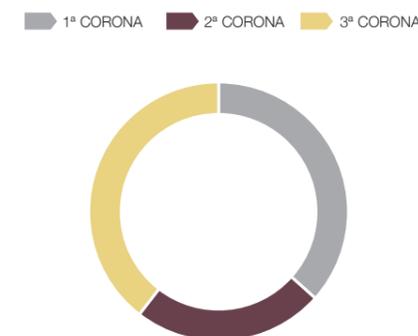
La superficie logística contratada en los tres primeros trimestres de 2017 se ha situado por encima de los 675.000 m<sup>2</sup>, superando ya la absorción total de años anteriores, y esperándose que a cierre de año se sitúe cerca de los 800.000 m<sup>2</sup>.

Este incremento de la superficie contratada se ha producido por un aumento del número de operaciones, especialmente en activos de grandes dimensiones. En lo que va de 2017 se han registrado siete operaciones en activos que superan los 40.000 m<sup>2</sup>.

Sobre la distribución geográfica de la contratación, es en la primera y la tercera corona donde se acumula una mayor superficie de contratación. En lo que va de 2017, se ha observado una mayor tendencia a la contratación de activos situados en la tercera corona.

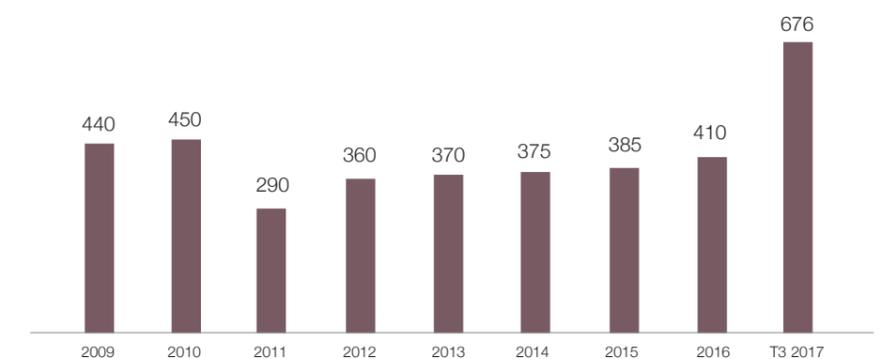
Los desarrollos en Illescas y Cabanillas del Campo han situado la contratación en la tercera corona cercana al 40%. Las rentas ligeramente inferiores en este segmento favorecen la contratación de superficies de mayor tamaño, mientras que en la primera corona se alquilan espacios de una menor superficie media para solucionar el problema de la última milla.

GRÁFICO 12  
Absorción por coronas Madrid  
T1-T3 2017



Fuente: Knight Frank Research

GRÁFICO 13  
Evolución de la absorción Madrid ('000 m<sup>2</sup>)  
2009-T3 2017



Fuente: Knight Frank Research

Entre las grandes operaciones del año destaca el alquiler del proyecto de P3 Logistic Parks en Illescas, que supera los 100.000 m<sup>2</sup>, y los casi 60.000 m<sup>2</sup> que ocupará Amazon en Getafe.

En la primera corona, encontramos dos operaciones más en San Fernando de Henares. Entre ellas el desarrollo de Axiare para Transaher de una nave logística y un edificio de *cross-docking*, con los que sumará 42.000 m<sup>2</sup>, con especificaciones Clase A y certificación LEED Oro.

En la segunda corona se han firmado casi 60.000 m<sup>2</sup> de Leroy Merlin en Meco.

Por último, en la tercera corona DSV gestiona 50.000 m<sup>2</sup> en el nuevo parque logístico desarrollado en el polígono Si-20 propiedad de Merlin, en el Corredor del Henares, en el que tendrá capacidad de almacenaje para 65.000 pallets. En el mismo parque, donde también están Logista y Luis Simões, XPO ocupa 48.000 m<sup>2</sup>.

GRÁFICO 14  
Principales transacciones de ocupación Madrid  
T1-T3 2017

USUARIO	POBLACIÓN	PROVINCIA	CORONA	SUPERFICIE (M <sup>2</sup> )
CONFIDENCIAL	Illescas	Toledo	3	103.000
LEROY MERLIN	Meco	Madrid	2	59.814
AMAZON	Getafe	Madrid	1	58.215
CONFIDENCIAL	San Fernando de Henares	Madrid	1	56.937
DSV	Cabanillas del Campo	Guadalajara	3	49.800
XPO	Cabanillas del Campo	Guadalajara	3	47.934
TRANSAHER	San Fernando de Henares	Madrid	1	42.000
GRUPO MIQUEL	Torrejón de Ardoz	Madrid	2	20.880
JAGUAR LAND ROVER	Cabanillas del Campo	Guadalajara	3	15.074

Fuente: Knight Frank Research

# RENTAS

Las rentas en los activos logísticos del mercado de Madrid están ligeramente al alza. Se va acortando la diferencia de rentas entre la primera y la tercera corona. Ya que en la tercera corona hay muchos proyectos nuevos de una elevada calidad, que se adaptan a las necesidades actuales del usuario y donde el margen de negociación es inferior.

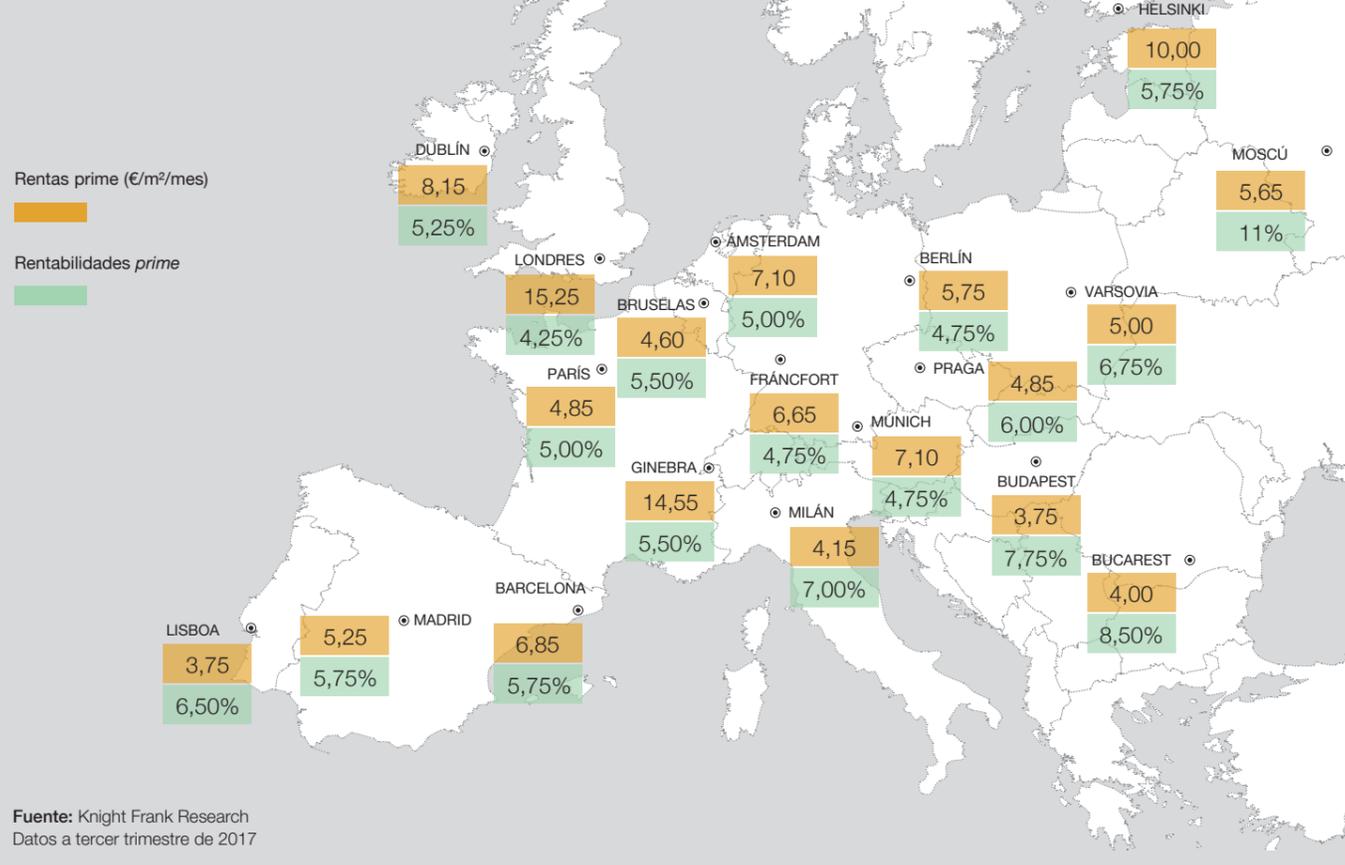
La renta *prime* en Madrid se sitúa en 5,25 €/m². El aumento de la demanda y la mejora de la calidad de las nuevas instalaciones logísticas presionarán las rentas al alza en los próximos años, esperando un crecimiento anual medio en Madrid en torno al 3%.

GRÁFICO 15  
Evolución de las rentas *prime*\* Madrid  
€/m²/mes. 2007-T3 2017



Fuente: Knight Frank Research. \*No incluidas operaciones no representativas.

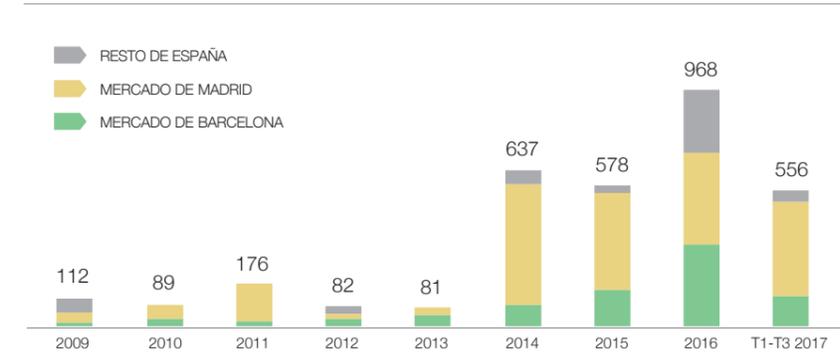
## COMPARATIVA EUROPEA MERCADOS LOGÍSTICOS



Fuente: Knight Frank Research  
Datos a tercer trimestre de 2017

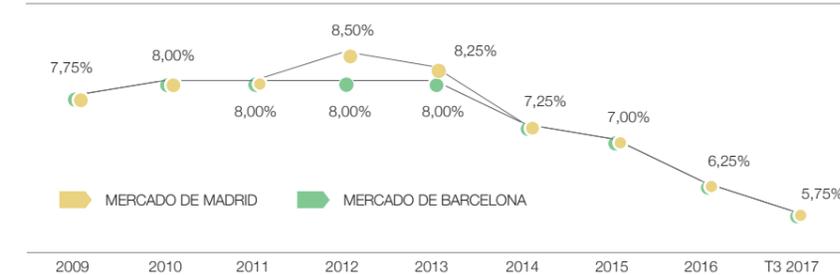
# INVERSIÓN

GRÁFICO 16  
Evolución del volumen de inversión en España  
2009-T3 2017



Fuente: Knight Frank Research

GRÁFICO 17  
Evolución de las rentabilidades *prime*  
2009-T3 2017



Fuente: Knight Frank Research

GRÁFICO 18  
Principales operaciones de inversión en España  
T1-T3 2017

COMPRADOR	VENDEDOR	UBICACIÓN	PRECIO (M€)
P3 LOGISTIC PARKS	GREENOAK	Varios	243,35
GREENOAK	GOODMAN	Quer, Daganzo y Valdemoro	45,00
TH REAL ESTATE	CONFIDENCIAL	Ribarroja (Valencia)	38,50
AXIARE	GRUPO BARRAL	San Fernando de Henares	38,00
BARINGS	GLL	Ontígola	37,56
UBS	INVESCO	Leganés	35,15
GREENOAK	BANCO SABADELL	Quer	26,33
TH REAL ESTATE	GRUPO GALCO	Valdemoro	21,50

Fuente: Knight Frank Research

El volumen de inversión logística en España ha superado en los nueve primeros meses del año los 550 millones de euros, esperando que se alcancen los 1.200 millones a cierre de año. La gran operación del año ha sido la compra por parte del fondo soberano de Singapur GIC a través de P3 Logistic Parks del portfolio de GreenOak por 243 millones de euros.

La compra de otro portfolio, el de Goodman, formado por 4 activos situados en Quer, Daganzo y Valdemoro, por parte de GreenOak por 45 M€, ha sido la segunda operación por volumen en lo que va de año.

La necesidad de las empresas de contar con plataformas logísticas más cerca del consumidor final favorece que otros mercados, como el de Valencia o Sevilla, empiecen a cobrar una mayor relevancia para los inversores internacionales. Así, la compra por parte del gestor de fondos inmobiliarios TH Real Estate de la plataforma logística de Carrefour en Ribarroja ha sido la operación de mayor volumen en el tercer trimestre del año.

El apetito inversor presiona los precios al alza mientras que la subida de rentas está siendo contenida, continuando con un escenario de compresión de yields.

En una encuesta realizada por Knight Frank a inversores en el marco del European Breakfast, el 51% de los inversores eligieron industrial y logística como el tipo de activos preferido para invertir en los próximos 3 a 5 años, por lo que se espera que se mantenga el dinamismo en el sector durante los próximos años.



Plataforma logística Carrefour en Ribarroja, Valencia

# LA LOGÍSTICA DEL FUTURO YA HA COMENZADO

ALEJANDRO GALÁN | Director de Industrial y Logística Knight Frank España

Con más de 20 años de experiencia en el sector Industrial y Logístico, Alejandro Galán es director del área en Knight Frank desde hace más de siete años. A través de una entrevista, muestra su visión de cómo está evolucionando el sector en este momento de plena expansión.



El mercado inmologístico ha batido récords de contratación este año, ¿qué factores han afectado más al crecimiento de la logística en el último año?

Si algo ha caracterizado al sector logístico este año, sin duda ha sido la revolución tecnológica que estamos viviendo. El modelo de negocio e-commerce ha generado un volumen de más de 24.000 millones de euros durante el 2016 en España, y será aun superior en 2017, lo que sin duda repercute de forma considerable en el exponencial crecimiento que está viviendo el sector inmologístico.

¿Qué papel crees que ha jugado el comercio electrónico hasta ahora y cómo evolucionará en los próximos años?

Ha sido un factor determinante ya que la prioridad de grandes compañías de productos se está basando, en parte, en su estrategia online. Compañías como Media Markt o Inditex ya han seleccionado sus nuevas plataformas logísticas donde dar cobertura de forma eficiente a todos los productos comercializados a través de su canal online. Por otra parte, el modelo de negocio de Amazon ha sido tan exitoso, que probablemente entren nuevos operadores similares durante los próximos años en el mercado español.

¿Qué zonas del mercado de Madrid son en este momento las más atractivas para las empresas?

En Madrid provincia, las más demandadas continúan siendo El Corredor del Henares, San Fernando de Henares concretamente, y Getafe, en el sur de la provincia. En zonas colindantes de Madrid, Illescas, en Toledo, y Cabanillas, en Guadalajara.

¿Qué buscan las empresas a la hora de decidirse por un emplazamiento determinado?

Una localización con buenas conexiones desde donde no sea un hándicap el acceso a la contratación de personal, es un valor imprescindible. Por otra parte, que la zona cuente con una buena dotación de servicios y que la edificación sea sostenible, son otros de los factores más demandados.

¿Qué tipo de inquilinos/usuarios son los más habituales en el mercado inmologístico de Madrid y cómo se espera que cambien en el futuro?

Los más comunes son los operadores logísticos. Se espera que este actor se torne hacia un perfil más eficiente y especializado todavía, adaptándose a las necesidades del mercado y haciendo uso de las nuevas tecnologías a medida que éstas vayan surgiendo.

¿Con qué limitaciones se encuentran?

Sobre todo con la falta de producto que se ajuste a sus necesidades concretas. La diversidad de los servicios ofrecidos por los operadores logísticos es amplísima y cada uno requiere unas condiciones específicas.

¿Cuáles son los puntos fuertes de las plataformas logísticas en el mercado de Madrid?

Sus buenas conexiones a nivel nacional es una de sus fortalezas sin lugar a dudas. También las cifras que avalan el buen ritmo de la capital española: ostenta el primer puesto en datos de consumo del país y en cantidad de centros de producción. Como punto negativo, y a nivel nacional, encontramos el ferrocarril que no acaba de funcionar eficientemente para mercancías, como sí lo hace en otros países europeos.

¿Cómo ha evolucionado el sector con las nuevas plataformas de *cross-docking*?

Ha permitido perfeccionar los sistemas de distribución reduciendo los tiempos al mínimo y reduciendo costes de almace-

naje. Estamos ante un sector donde lo que prima es la eficiencia tanto en costes como en tiempos y las últimas tecnologías permiten que año tras año éstos se reduzcan.

¿Cómo ha afectado este cambio a las rentas?, ¿qué otros factores han podido influir?

Estas nuevas plataformas consumen más suelo por lo que el precio de la promoción se encarece. No obstante, optimiza espacio y tiempo por lo que la rentabilidad a largo plazo será mayor.

¿Qué porcentaje de promociones a riesgo frente a llave en mano sería adecuado en el actual contexto del mercado?

La mayoría de los operadores quieren crear espacios a su medida por lo que la demanda de llave en mano es mucho mayor, un 75% aproximadamente frente a un 25% de promociones a riesgo. Muchas de las promociones que se han comenzado a construir como especulativas acabarán siendo llave en mano ya que se alquilarán antes de que finalice su construcción.

¿Qué tipo de inversores están interesados en el mercado inmologístico español?

Todos los fondos institucionales, no solo los tradicionales, también los nuevos que están surgiendo, están realmente interesados. Las SOCIMIs también representan un alto porcentaje. Podríamos decir que el mercado inmologístico es actualmente una de las preferencias a nivel inversor.

¿Qué buscan?

Depende del perfil del inversor pero la mayoría está buscando producto *prime* en Madrid y Barcelona, u otros mercados como Zaragoza y Valencia, con un ticket estimado por encima de los 20 millones de euros. Otro factor importante para el inversor es la posibilidad de reposicionamiento del activo.

¿Cómo se espera que evolucione la inversión inmologística en el próximo año?

La escasez de producto es una de las principales limitaciones por lo que se espera una mayor rotación de los activos existentes y una mayor compresión de las yields.

¿Podrías mencionar alguna operación representativa del último año y por qué crees que es importante?

A lo largo de los últimos meses se han visto operaciones que reflejan el gran apetito del mercado por el sector. Un ejemplo es la compra por parte de UBS a Invesco de dos inmuebles logísticos por valor de 35 millones de euros en Leganés. O a nivel de operaciones corporativas, la compra de Logisor por parte de China Investment por más de 12.000 millones de euros, la segunda mayor operación inmobiliaria de la historia.



Inmuebles logísticos adquiridos recientemente por UBS en Leganés



## RESEARCH LOGÍSTICA

**Alejandro Galán**

Director de Industrial & Logística

+34 600 919 069

Alejandro.Galan@es.knightfrank.com

**James Cowper-Coles**

Consultor Capital Markets

+34 600 919 105

James.Cowper-Coles@es.knightfrank.com

**Rosa Uriol**

Directora de Research

+34 600 919 114

Rosa.Uriol@es.knightfrank.com

**Tamara de la Mata**

Consultora de Research

+34 600 919 126

Tamara.delaMata@es.knightfrank.com

Knight Frank Research ofrece asesoramiento estratégico, servicios de consultoría y previsiones a una amplia gama de clientes en todo el mundo incluyendo particulares, promotores, inversores, instituciones corporativas y el sector público. Todos nuestros clientes reconocen la necesidad de asesoramiento experto e independiente a su compañía, adaptado a sus necesidades específicas.

## INFORMES RECIENTES



[Snapshot Logística España | T3 2017](#)



[European Quarterly Q3 2017](#)



[E-commerce and logistics, the missing links | 2017](#)

Los estudios de mercado de Knight Frank están disponibles en [www.knightfrank.es/investigacion-de-mercados](http://www.knightfrank.es/investigacion-de-mercados) y en [www.knightfrank.com/research](http://www.knightfrank.com/research)

### Aviso importante

© Knight Frank LLP 2017 – El presente informe se publica a efectos meramente informativos, sin por ello animar al lector a confiar en la información contenida en el mismo. Si bien se han observado los parámetros más estrictos a la hora de preparar la información, el análisis, las opiniones y las previsiones presentadas en este informe, Knight Frank España, S.A.U. no asume responsabilidad alguna por los posibles daños que se deriven del uso, dependencia o referencia al contenido de este documento.

Cabe señalar que, en calidad de informe general, este documento no refleja necesariamente la opinión de Knight Frank España, S.A.U. sobre un proyecto o inmueble determinado. No se permite la reproducción de este informe —ni en su totalidad ni en parte— sin el consentimiento previo por escrito de Knight Frank España, S.A.U. en relación con la forma y el contenido en el que se presenta el informe. Knight Frank España es una Sociedad Anónima Unipersonal inscrita en el Registro Mercantil de Madrid con C.I.F. A-79122552. Nuestro domicilio social se sitúa en Suero de Quiñones 34, 28002 Madrid.

