

PROLOGIS RESEARCH | Marzo de 2021

# Cambiado para siempre: el futuro de la demanda inmologística



Prologis Park Grande, Ciudad de México, México

La pandemia global ha alterado para siempre el panorama inmologístico: las decisiones de la cadena de suministro se han vuelto más integrales, más basadas en datos y más urgentes que nunca. Detrás de este cambio están los mismos factores —el proceso de urbanización, la digitalización y la demografía— que han cambiado nuestra forma de vivir, trabajar y comprar.

Este informe trata de separar el carácter transitorio del comportamiento de las personas y las empresas durante la pandemia, de los factores duraderos reales que seguirán determinando las cadenas de suministro del futuro.

Por ejemplo, Prologis Research espera un aumento del gasto en experiencias, como viajes y ocio, así como de las compras en tiendas físicas entre mediados y finales de 2021 debido a la liberación de la demanda contenida generada por las restricciones relacionadas con la covid-19. Entre los factores duraderos que determinan la demanda inmologística se incluyen:

**1. La tasa de crecimiento estructural a largo plazo de los inmuebles logísticos ha aumentado.** Los usos orientados al consumo han crecido como parte de la demanda de logística, mientras que los usos orientados a la producción y el comercio han disminuido.

**2. La tecnología y la demografía están transformando el comercio minorista.** Las expectativas de los consumidores han aumentado de forma permanente. Prologis Research pronostica que la penetración del comercio electrónico global se incrementará en unos 150 puntos básicos cada año durante el próximo lustro. El comercio minorista físico necesitará cada vez más unas rápidas operaciones de reposición para competir.

**3. Las buenas prácticas logísticas se están globalizando.** La resiliencia de la cadena de suministro se está poniendo a prueba por la expansión global de las empresas, lo que a su vez crea la necesidad de redes de stock modernas y descentralizadas. Junto con un aumento de la clase de consumidores, esta evolución debería generar la necesidad de entre 280.000 y 370.000 m<sup>2</sup> o más de stock logístico moderno durante el próximo ciclo.<sup>1</sup>

**4. La ubicación importa más que nunca para los clientes.**

Inmológicos. Las cadenas de suministro son una fuente importante de ventaja competitiva y seguirán determinando los resultados financieros.

**5. La elasticidad de los precios de la demanda ha disminuido.**

Las decisiones de planificación en red pueden producir ventajas de control de costes y generación de ingresos que superen sustancialmente los gastos inmobiliarios reales, que apenas suponen el 5% de los costes totales de la cadena de suministro.<sup>2</sup>

Aunque la correlación con las variables económicas ha cambiado, hay áreas del negocio que no van a cambiar. Muchos clientes pequeños y medianos dependen de las tendencias económicas y de inversión locales.

Para los clientes que están respondiendo más directamente a los cambios en las estrategias del comercio minorista y las cadenas de suministro, el futuro de la cadena de suministro y su efecto simultáneo en el comercio minorista determinarán la demanda y los perfiles de clientes durante muchos años.

**1. La tasa de crecimiento estructural a largo plazo de los inmuebles logísticos ha aumentado.**

**El crecimiento económico requiere ahora más inmuebles logísticos que en el pasado.**

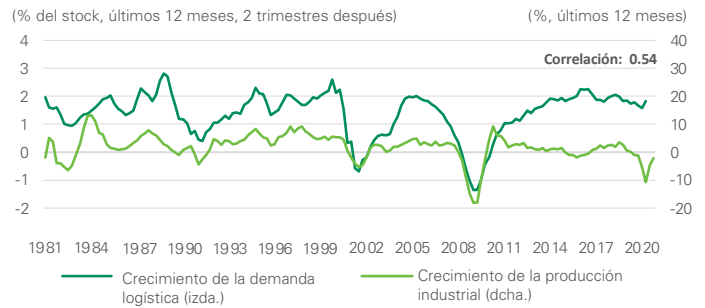
El consumo ha avanzado como primer factor de demanda a escala global. Las ventas minoristas tienen una mayor correlación con el crecimiento de la demanda logística que los factores del pasado, a saber, la actividad industrial y el comercio (véanse los gráficos 1 a 4). Además, los cambios en los modos de consumo están intensificando esta evolución porque el comercio electrónico requiere más espacio.

**2. La tecnología y la demografía están transformando el comercio minorista.**

Las tendencias demográficas, el rápido ritmo de cambio tecnológico y la covid-19 han transformado la forma en que vivimos y nuestra idea de lo que es posible, lo que ha provocado variaciones en el comercio minorista y alentado la demanda logística. Los *millennials* —nativos digitales que suponen actualmente el 23% de la población global<sup>3</sup>— han entrado en los niveles de renta superiores y son ahora el principal objetivo para el comercio minorista. Al mismo tiempo, los hogares con dos fuentes de ingresos siguen aumentando.<sup>4</sup> Internet como plataforma comercial sigue creciendo en todo el mundo; en la última década, unos 2.000 millones de personas lograron acceso a Internet.<sup>5</sup> Las expectativas de los consumidores han aumentado de forma permanente,

Gráfico 1

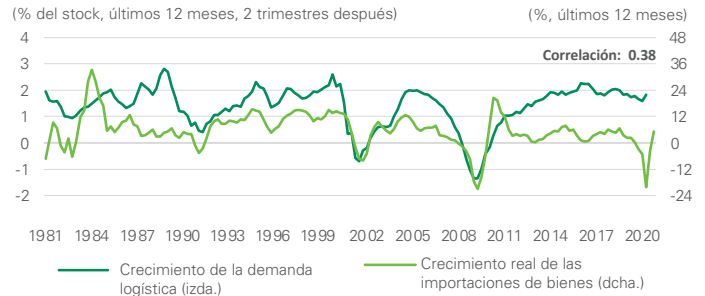
**DEMANDA LOGÍSTICA FRENTE A PRODUCCIÓN**



Nota: la demanda logística es la absorción neta como porcentaje del stock, principales mercados de EE. UU.; producción industrial: índice de actividad industrial (2012 = 100) Fuentes: CBRE, Cushman & Wakefield, JLL, Colliers, CBRE-EA, Consejo de Gobernadores del Sistema de la Reserva Federal, Prologis Research.

Gráfico 2

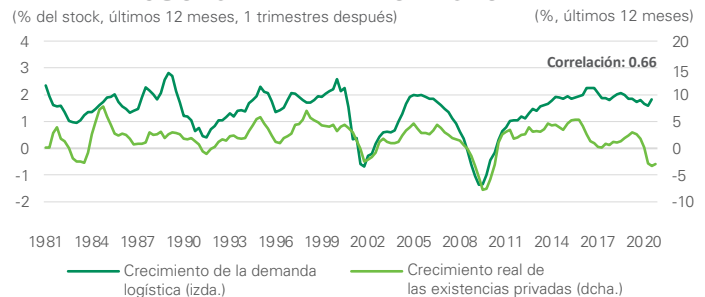
**DEMANDA LOGÍSTICA FRENTE A IMPORTACIONES**



Nota: la demanda logística es la absorción neta como porcentaje del stock, principales mercados de EE. UU.; las importaciones se expresan en dólares constantes de 2012. Fuentes: CBRE, Cushman & Wakefield, JLL, Colliers, CBRE-EA, Oficina de Análisis Económico de EE. UU., Prologis Research.

Gráfico 3

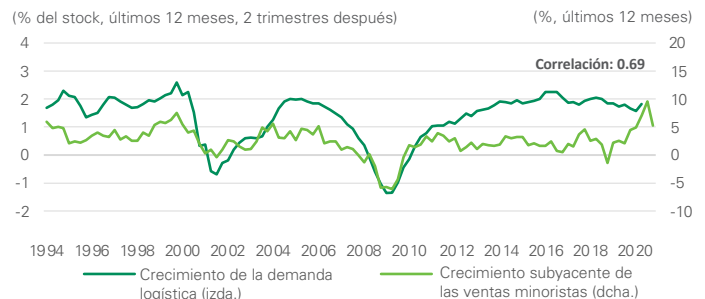
**DEMANDA LOGÍSTICA FRENTE A EXISTENCIAS**



Nota: la demanda logística es la absorción neta como porcentaje del stock; las existencias se expresan en dólares constantes de 2012. Fuentes: CBRE, Cushman & Wakefield, JLL, Colliers, CBRE-EA, Oficina de Análisis Económico de EE. UU., Prologis Research.

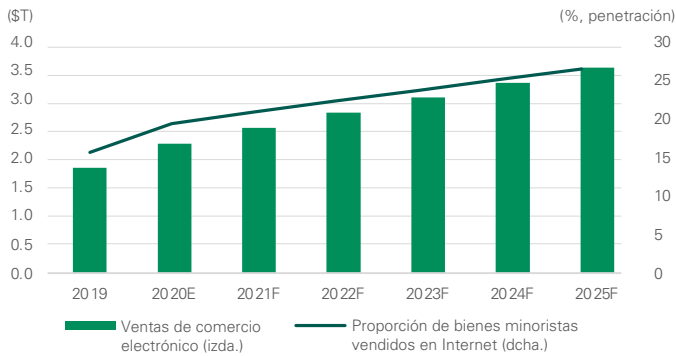
Gráfico 4

**DEMANDA LOGÍSTICA FRENTE A VENTAS MINORISTAS**



Note: Logistics demand is net absorption as a percent of stock, major U.S. markets; core retail sales excludes auto, gas, and food services. Sources: CBRE, Cushman & Wakefield, JLL, Colliers, CBRE-EA, U.S. Census Bureau, U.S. Bureau of Economic Analysis, Prologis Research

Gráfico 5  
**VENTAS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO GLOBAL Y TASA DE PENETRACIÓN**

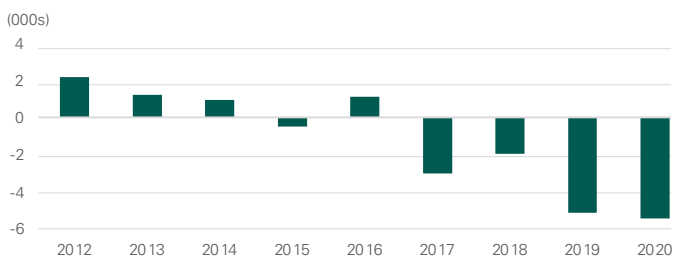


Fuente: Euromonitor, pronóstico de Prologis Research.

favoreciendo la comodidad, la variedad de elección, la fiabilidad y la inmediatez. Como es lógico, la combinación de nuevas opciones digitales y el deseo de comodidad han disparado la adopción del comercio electrónico. El comercio electrónico como parte de los bienes minoristas vendidos en todo el mundo creció desde aproximadamente el 4% en 2011 hasta casi el 20% en 2020.<sup>6</sup>

**La covid-19 y los confinamientos domiciliarios han impulsado la adopción del comercio electrónico, alentando la inversión en cadenas de suministro que producirán un futuro crecimiento.** A escala global, la penetración del comercio electrónico aumentó a un gran ritmo de 390 puntos básicos en 2020 debido a la pandemia, lo que equivale a unos cinco años de adopción (véase el gráfico 5). Las personas mayores y otros usuarios que se sumaron más tarde a las compras online, así como el comercio minorista, han superado por necesidad las barreras a las compras online. Dadas las restricciones en los servicios y la reducción del gasto en tiendas físicas a causa de la pandemia es posible que el crecimiento electrónico se ralentice temporalmente tras las campañas de vacunación masiva y los consumidores disfruten de la «novedad» de las compras en tiendas físicas, los viajes y el ocio. Sin embargo, antes de la covid-19, ya estaba en marcha un cambio estructural en el comercio minorista.

Gráfico 6  
**VARIACIÓN NETA DEL NÚMERO DE TIENDAS MINORISTAS, EE. UU.**



Fuente: Coresight

Prologis Research prevé que la penetración del comercio electrónico siga aumentando por las siguientes razones:

- Una vez que se superan las barreras a la adopción, los hábitos de los consumidores se mantienen.
- Las inversiones en innovación y cadenas de suministro realizadas durante la pandemia o después de esta deberían aumentar la competitividad de las opciones online. Es el caso especialmente de segmentos con una baja penetración del comercio electrónico antes de la pandemia, como los comestibles y las reformas del hogar.
- Los obstáculos a los que se enfrentan los minoristas físicos a corto plazo deberían mitigar la futura competencia de consumidores. Entre 2017 y 2020 cerraron más de 15.000 establecimientos minoristas estadounidenses en términos netos (véase el gráfico 6).<sup>7</sup>

Sin embargo, para competir el comercio físico tendrá que cumplir las mismas exigencias de comodidad y fiabilidad que ofrecen las compras online. Las opciones de compra por Internet y recogida en tienda podrían incrementar el tráfico y las ventas tras la pandemia, pero aumentarían la presión sobre las existencias en tienda, haciendo necesarias unas rápidas operaciones de reposición cerca de las tiendas para mantener los estantes abastecidos.

La ejecución de los pedidos por Internet requiere más del triple del espacio logístico que las tiendas físicas<sup>8</sup> porque:

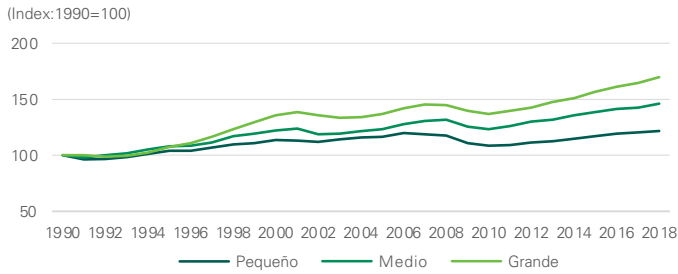
- Todas las existencias se guardan en un almacén. Los escaparates digitales ofrecen una mayor variedad de productos.
- La mayor volatilidad de los patrones de venta exige niveles de inventarios más profundos.
- El envío de paquetes requiere más espacio que los palés de envío.
- Muchas operativas de comercio electrónico incluyen actividades de valor añadido, como montaje y logística inversa.

Conjuntamente, esta intensidad de uso genera una demanda gradual importante, ya que la mayor proporción de los bienes comerciales se vende por Internet. Este cambio de proporción previsto por sí solo (de mantenerse igual las ventas) debería generar la necesidad de unos 11,5 millones de m<sup>2</sup> de espacio logístico o más por año de aquí a 2025 solo en EE. UU. y Europa.<sup>9</sup>

### 3. Las buenas prácticas logísticas se han globalizado.

El uso de datos y tecnología en el comercio minorista y la gestión de la cadena de suministro genera una ventaja competitiva que puede ayudar a las empresas a escalar y globalizar las operaciones de forma más eficiente. El aumento de las clases de consumidores en todo el mundo ha incrementado la oportunidad de crecimiento de las empresas capaces de establecer sus

Gráfico 7  
**CRECIMIENTO DEL EMPLEO POR TAMAÑO DE EMPRESA**

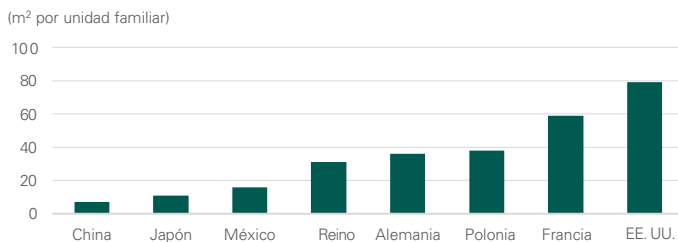


Nota: por pequeño tamaño de empresa se entiende menos de 500 empleados, por medio entre 500 y 9.999 empleados y por grande más de 10.000 empleados. Fuentes: Oficina del Censo de EE. UU., Prologis Research.

operaciones en nuevas ubicaciones. Al cruzar fronteras, los negocios requieren inmuebles logísticos y traen consigo buenas prácticas de la cadena de suministro, lo que crea la necesidad de instalaciones logísticas modernas.

Las grandes empresas, que suelen tener unos recursos financieros y tecnológicos más sólidos, han registrado mayores tasas de crecimiento que las pequeñas y medianas empresas, que a menudo no tienen la misma capacidad para adoptar buenas prácticas y beneficiarse del crecimiento en otras regiones geográficas (véase el gráfico 7). De media, la tasa de adopción de la logística moderna es actualmente de unos 3,25 m<sup>2</sup> por unidad familiar (véase el gráfico 8). Un aumento de dicha ratio a entre 3,7 y 4,6 de aquí a 2030 crearía la necesidad de entre 280.000 y 370.000 m<sup>2</sup> en los mayores mercados logísticos del mundo.<sup>10</sup>

Gráfico 8  
**TASA DE ADOPCIÓN DE INMUEBLES LOGÍSTICOS MODERNOS**



Nota: stock moderno indicado como porcentaje de unidad familiar (los que tienen unos ingresos de al menos 20.000 dólares anuales, ajustados a inflación y paridad de poder adquisitivo). Se muestra Ciudad de México como aproximación a la configuración de distribución nacional. Fuente: CBRE, JLL, Colliers, Cushman & Wakefield, Gerald Eve, Oxford Economics, Armstrong & Associates, Inc., Prologis Research, a diciembre de 2020.

**Los problemas de las cadenas de suministro han puesto de manifiesto la necesidad de resiliencia.** Durante décadas, las cadenas de suministro se han ido globalizando, aprovechando las diferencias de costes y optimizándose hacia un modelo «justo a tiempo» para reducir los costes de transporte de stocks (véase el gráfico 9). Al mismo tiempo, los problemas se han incrementado más allá de los desastres naturales, la congestión y los conflictos laborales para incluir importantes renegociaciones comerciales

y una pandemia global. Entre los riesgos de la cadena de suministro que han quedado expuestos están:

- Existencias disponibles mínimas, lo que hace que el stock se agote cuando la demanda de consumidores cambia rápidamente.
- Una única fuente de origen y escasa visibilidad de la cadena de suministro, que en conjunto limitan la capacidad de abastecerse de bienes cuando se producen los problemas.
- Largos plazos de entrega y retrasos en el comercio, que impiden que los bienes lleguen a los consumidores finales con la rapidez necesaria.

Gráfico 9  
**RATIO EXISTENCIAS-VENTAS, COMERCIO MINORISTA**



Fuentes: Oficina del Censo de EE. UU., Prologis Research.

**El aumento de las existencias aporta resiliencia e incrementa la necesidad de inmuebles logísticos.** El paso de unas cadenas de suministro «justo a tiempo» a «por si acaso» podría aumentar las existencias entre un 5% y un 10% más. En EE. UU., Prologis Research prevé que este cambio podría generar entre 5,3 y 10,6 millones de m<sup>2</sup> de demanda logística adicional cada año durante el próximo lustro, sin contar un aumento de las ventas.<sup>11</sup>

Mantener las bases de producción cerca de los mercados de destino reduce los plazos de producción para las empresas y ofrece protección frente a la pérdida de ingresos, la pérdida de clientes y el incremento de los costes. Sin embargo, los salarios son prohibitivos para la relocalización a gran escala en Estados Unidos y gran parte de Europa. En su lugar, las multinacionales han optado por la relocalización cercana, estableciendo centros de producción en mercados adyacentes a los consumidores finales, como México y Europa central y del Este. No obstante, la mayoría de la producción de bienes de consumo y los primeros tramos de la cadena de suministro probablemente se mantendrán en Asia, donde reside la mitad de toda la clase media del mundo, con una fuerza laboral e infraestructuras industriales atractivas, especialmente en China.<sup>12</sup> Esta estrategia tiene una doble ventaja, ya que el aumento de la clase de consumidores de China ha dado lugar a una transformación de sus cadenas de suministro: inicialmente configuradas para las exportaciones, en la actualidad se están diseñando para servir al consumo interno.

#### 4. La elasticidad de los precios de los alquileres se ha reducido debido a que la selección de la ubicación importa más que nunca.

**Los clientes están ahora dispuestos a pagar alquileres más altos.** Esto se debe en parte a que el alquiler no representa un gran porcentaje de los costes de la cadena de suministro (solo alrededor del 5%).<sup>13</sup> Y lo que es más importante, las cadenas de suministro se perciben cada vez más de forma integral y se utilizan como ventaja competitiva. Para la mayoría de los usuarios, los beneficios de la generación de ingresos al poder cumplir las exigencias de los consumidores en cuanto a disponibilidad de productos, variedad de elección y velocidad de entrega superan con creces los costes inmobiliarios adicionales. Una ubicación más próxima a los consumidores reduce los costes de transporte, que suponen aproximadamente el 50% de los costes de la cadena de suministro.<sup>14</sup> Un estudio reciente del MIT sobre las emisiones de carbono reveló que añadir un centro logístico urbano de pedidos puede reducir las emisiones del transporte (y, por tanto, los costes) a la mitad comparado con la distribución fuera de la ciudad.<sup>15</sup> La tecnología ha reducido la sensibilidad a los precios, ya que ha permitido a los clientes aumentar la productividad, especialmente en ubicaciones urbanas con menor disponibilidad que tienen alquileres más altos y costes laborales más elevados que las ubicaciones no urbanas.

**El proceso de urbanización y las crecientes expectativas de los consumidores seguirán incrementando las ventajas de una ubicación urbana.** La población urbana mundial se ha multiplicado por dos en los últimos 30 años y se prevé que vuelva a doblarse en los próximos 30 años<sup>16</sup>, lo que tendrá importantes efectos en el consumo, el transporte y el uso del suelo.

Ya sea frente los estantes o en la puerta de sus casas, los consumidores se han acostumbrado a ser más exigentes. La densificación de los centros de consumo generará mayores oportunidades de ingresos, mientras que el aumento de las expectativas de los consumidores y la congestión producirán mayores desafíos para las cadenas de suministro globales. Los inmuebles logísticos ubicados cerca de los consumidores finales ofrecen la posibilidad de llegar a los hogares y a los puntos de venta con rapidez, así como ahorrar costes de transporte, factores clave de ventaja competitiva actualmente y en el futuro.

### En resumen

Las megatendencias demográficas, económicas y tecnológicas seguirán impulsando el futuro del comercio minorista y la planificación de la cadena de suministro, incrementando la tasa de crecimiento estructural a largo plazo de la demanda inmológica durante la próxima década y más allá. Prologis Research seguirá estudiando la evolución de la cadena de suministro y examinará cómo responderá la oferta a los futuros cambios estructurales en un próximo documento.

### Endnotes

1. Oxford Economics, Prologis Research
2. Deloitte, AT Kearney, IMS Worldwide, documentos presentados por empresas cotizadas, Prologis Research
3. Naciones Unidas
4. Instituto de Estadística de la Unesco (uis.unesco.org); datos a septiembre de 2020.
5. Unión Internacional de Telecomunicaciones, Informe sobre el desarrollo mundial de las telecomunicaciones/TIC y base de datos, y estimaciones del Banco Mundial.
6. Euromonitor, Prologis Research.
7. Coresight Research a marzo de 2021, neto = aperturas de tiendas – cierres de tiendas.
8. <https://www.prologis.com/logistics-industry-research/covid-19-special-report-6-accelerated-retail-evolution-could-bolster>
9. <https://www.prologis.com/logistics-industry-research/covid-19-special-report-5-supply-chain-shifts-poised-generate>
10. Previsiones de unidades familiares de Oxford Economics a marzo de 2021; entre los principales mercados se incluyen EE. UU., Europa, China, Japón, México y Brasil.
11. <https://www.prologis.com/logistics-industry-research/covid-19-special-report-5-supply-chain-shifts-poised-generate>
12. Foro Económico Mundial
13. Deloitte, AT Kearney, IMS Worldwide, documentos presentados por empresas cotizadas, Prologis Research
14. Deloitte, AT Kearney, IMS Worldwide, documentos presentados por empresas cotizadas, Prologis Research
15. <https://www.prologis.com/logistics-industry-research/logistics-real-estate-and-e-commerce-lower-carbon-footprint-retail>
16. División de Población de las Naciones Unidas. Revisión 2018 de las Perspectivas de Urbanización Mundial.

## Declaraciones prospectivas

Este material no debe interpretarse como una oferta de venta o como una solicitud para una oferta de compra de cualquier título. No estamos solicitando ninguna acción basada en este material. Es material concebido exclusivamente para la información general de los clientes de Prologis.

Este informe se basa, en parte, en información pública que consideramos fiable, pero no declaramos que sea exacta ni completa, y no debe ser considerada como tal. No se hace ninguna declaración con respecto a la exactitud o integridad de la información contenida en este documento. Las opiniones expresadas son nuestras opiniones actuales exclusivamente a la fecha de publicación de este informe. Prologis se exime de cualquier responsabilidad relacionada con este informe, incluyendo, sin limitación, toda representación expresa o implícita y cualquier garantía por declaraciones o errores contenidos en este informe u omisiones presentes en el mismo.

Todas las estimaciones, proyecciones o predicciones que figuran en el presente informe tienen por objeto ser declaraciones de carácter prospectivo. Aunque creemos que las expectativas de dichas declaraciones prospectivas son razonables, no podemos garantizar que ninguna de ellas resulte ser correcta. Tales estimaciones están sujetas a riesgos reales conocidos y desconocidos, incertidumbres y otros factores que podrían hacer que los resultados efectivos difieran materialmente de los pronosticados. Estas declaraciones prospectivas se basan exclusivamente en los hechos a la fecha de este informe. Declinamos expresamente cualquier obligación o compromiso de actualizar o revisar cualquier declaración prospectiva contenida aquí para reflejar posibles cambios en nuestras expectativas o cambios en las circunstancias en las que dicha declaración se basa.

Ninguna parte de este material puede ser (i) copiada, fotocopiada o duplicada en forma alguna por ningún medio o (ii) redistribuida sin el consentimiento previo por escrito de Prologis.

## Acerca de Prologis Research

El departamento de investigación de Prologis estudia las tendencias fundamentales y de inversión, así como las necesidades de los clientes de Prologis para ayudarles a identificar oportunidades y evitar riesgos en cuatro continentes. El equipo contribuye en el proceso de toma de decisiones de inversión y en iniciativas estratégicas a largo plazo, además de publicar libros blancos y otros informes de investigación. Prologis publica investigaciones sobre la dinámica del mercado que afecta a los negocios de los clientes de Prologis, así como sobre los problemas de la cadena de suministro mundial y sobre la evolución del sector inmobiliario y logístico. El equipo de investigación dedicado de Prologis trabaja en colaboración con todas las divisiones de las empresas para ayudar a guiar las estrategias de entrada en el mercado, expansión, adquisición y desarrollo de Prologis.

## Acerca de Prologis

Prologis, Inc. es el líder mundial en inmobiliaria logística con un enfoque en mercados de alta barrera y alto crecimiento. Al 30 de diciembre de 2020, la compañía poseía o tenía inversiones, como propietaria total o a través de empresas de co-inversión, en propiedades y proyectos de desarrollo estimados a sumar aproximadamente 984 millones de pies cuadrados (91 millones de metros cuadrados) en 19 países.

Prologis arrienda modernos centros logísticos a una base variada de aproximadamente 5.500 clientes en dos categorías principales: business-to-business y retail/online.