

EXPEDIENTE EMPRESAS

E-commerce activa más de US\$ 200 millones en centros de distribución y bodegas en la RM

■ Durante los últimos tres años, la superficie de estos recintos ha crecido en 350 mil m². La comuna de San Bernardo ha captado el mayor volumen.

POR R. OLIVARES Y M. ARCE

En la carrera del comercio electrónico, las capacidades logísticas son claves. Por ello, no es raro que los retailers hayan comenzado a activar importantes inversiones para potenciar esta área, entre otras cosas a través de modernos centros de distribución (CD).

Datos de la consultora Arenas & Cayo revelan que desde 2015, el crecimiento en superficie de estos activos y bodegas en la Región Metropolitana ha registrado importante crecimiento en medio del boom de dicho canal, que se espera represente ventas por US\$ 5.200 este año, según cifras de la Cámara de Comercio de Santiago.

En tres ejercicios, se han sumado dos parques industriales, lo que traduce en 350 mil metros cuadrados (m²) adicionales. "Tentativamente sería en torno a UF 5.250 mil, sobre US\$ 200 millones", calcula Cristián Gutiérrez, gerente de Estudios de Arenas & Cayo.

También, el avance de la plataforma ha implicado una fuerte baja en la vacancia de los recintos, desde sobre 8% en 2015 a 3,28% este año.

En línea con las estrategias logísticas de los retailers para lograr mejores tiempos de despacho hacia sus clientes -denominada "última milla"- los valores de arriendo de bodegas de menor tamaño dentro del anillo Américo Vespucio (**ver infografía**) también han comenzado a ajustarse.

"En el anillo Américo Vespucio estamos hablando de 0,20 UF/M², fuera del anillo estamos hablando de 0,9 a 0,11 UF/m². Adentro se usan formatos pequeños, y se repone el stock desde los grandes CD", dice Gutiérrez.

Dice también que a diferencia de

antaoño, cuando se preferían grandes CD, hoy los nuevos activos se están moderando en tamaño. "Los grandes centros de distribución están terminando, y se está bajando al formato de 1.000 m² a 3.000 m². Casos como el de Walmart (El Peñón), que sumará sobre 40.000 m², son puntuales", dice.

¿Qué comunas sobresalen en medio de este fenómeno? Arenas & Cayo expone que en término de valores de arriendo, los más altos se encuentran en Estación Central: "Están sobre los 0,20 UF/m². San Joaquín, Til Til, Peñaflo, que son fuera del anillo Américo Vespucio están bajo los 0,10 UF/m². San Bernardo y Pudahuel estamos hablando de 0,10 UF/m² y 0,15 UF/m²".

En términos de captación de crecimiento en superficie, Gutiérrez dice que "Quilicura, Pudahuel, San Bernardo y Cerrillos son las principales. En Pudahuel-Cerrillos, porque está Bodegas San Francisco (**ver entrevista**). San Bernardo es

la que más ha crecido, justamente porque hay poca logística en la zona sur de Santiago".

La apuesta del retail

¿Qué están haciendo los grandes actores del retailers? La más emblemática inversión en CD hoy es El Peñón de Walmart, por US\$ 180 millones. Además, La Polar debutará con su primer CD propio, y recientemente, la mayorista Alvi (SMU) sumó uno en Pudahuel.

Ripley, Cencosud y Falabella tienen sus propias estrategias en esta área. La primera -ligada a la familia Calderón- dice que "si bien hemos hecho inversiones importantes en nuestras operaciones de CD, el foco de los esfuerzos están centrados en transformar nuestra red de 70 tiendas en puntos de entrega y despacho de pedidos".

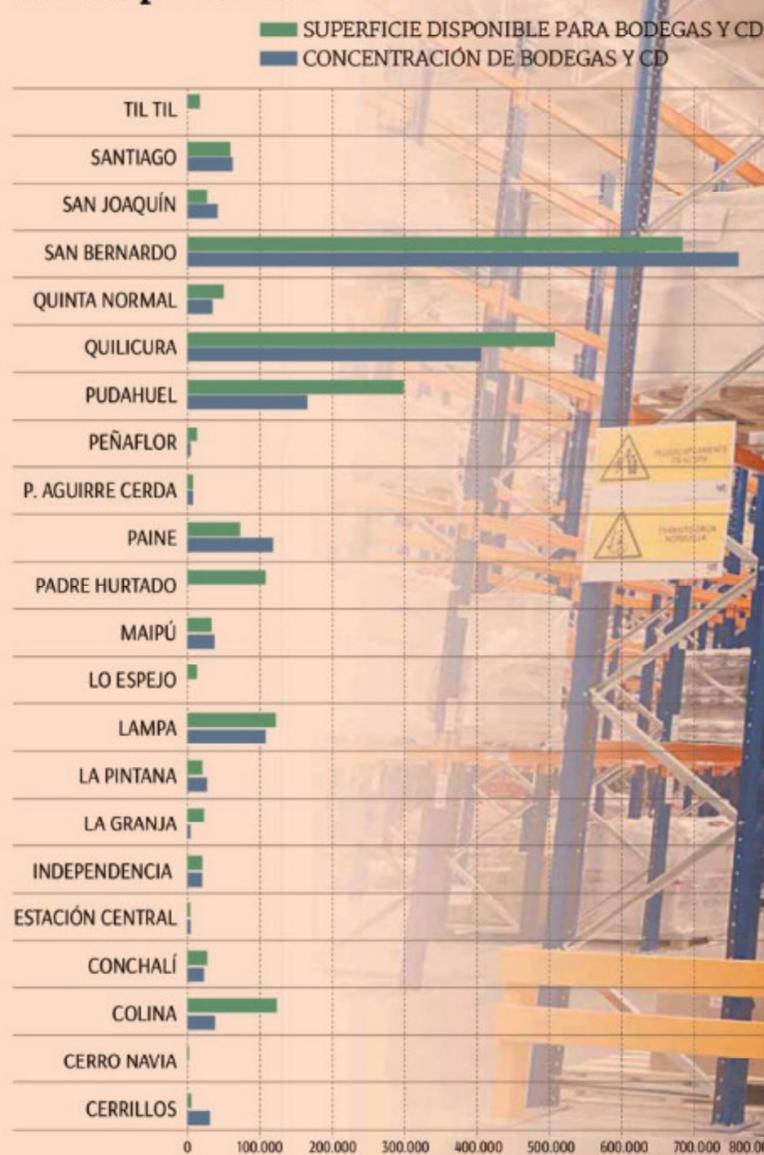
A través de su cadena de supermercados Jumbo, Cencosud sumó un centro de distribución, formando un portafolio de cinco a nivel nacional. "Tenemos un plan de expansión de los CD nacionales" dicen, en respuesta al "impacto" que ha representado el e-commerce. Así, están sumando tecnología para automatizar procesos y hacer frente a un mayor volumen de pedidos.

Falabella, que ha destacado por su actividad en e-commerce con la reciente compra de Linio, ha aumentado su cartera de CD desde 31 en 2015 a 58 a nivel holding, entre propios y arrendados.

"Esta cadena logística busca satisfacer la propuesta omnicanal de nuestra compañía, particularmente la de nuestras plataformas de e-commerce", explican.

Agregan que en Chile se encuentran desarrollando un activo en San Bernardo, que destacará por su tecnología y operará este año.

Análisis por comuna



CERET: bodegas irán ganando m² dentro de tiendas y grandes actores apuntarían a CD propios

■ Responder a la demanda de los clientes con mejores tiempos de entrega motiva potenciar el área logística, dicen.

Muchas cosas comenzarán a cambiar en la industria del retail en lo que respecta a espacios de almacenamiento producto del e-commerce.

De acuerdo a expertos, algunos de los escenarios apuntan a que las empresas irán dando más rol a la logística en la medida que este canal se vuelva más demandado por los consumidores.

Marcel Goic, director del Centro de Estudios del Retail (CERET), Ingeniería Industrial, U. Chile, estima que "las inversiones en la cadena logística están aún guiadas por el crecimiento agregado de las

firmas".

En base a ello, estima que "el comercio electrónico ha crecido a tasas muy superiores que las del comercio tradicional, por lo que toma relevancia al planificar al mediano plazo".

"Es previsible que en los próximos años exista un ajuste entre lo que se vende en tiendas versus con despacho directo, lo que presiona por una disminución relativa del espacio de tienda en relación a la operación desde bodega", dice.

Analiza también que en la industria "los retailers están

53%
de las superficies está en el sector poniente.

3.000m²
tienen en promedio los nuevos centros de distribución.



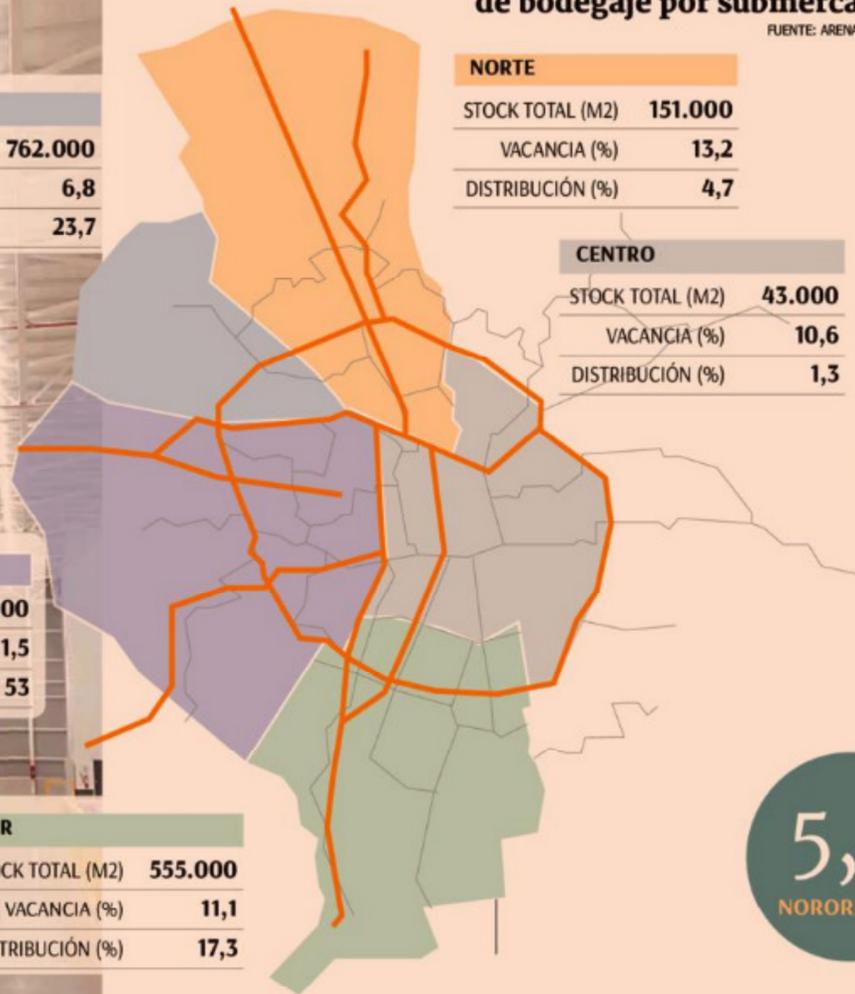
NORPONIENTE	
STOCK TOTAL (M2)	762.000
VACANCIA (%)	6,8
DISTRIBUCIÓN (%)	23,7

PONIENTE	
STOCK TOTAL (M2)	1.705.000
VACANCIA (%)	1,5
DISTRIBUCIÓN (%)	53

SUR	
STOCK TOTAL (M2)	555.000
VACANCIA (%)	11,1
DISTRIBUCIÓN (%)	17,3

Cifras de la distribución de vacancias de bodegaje por submercados

FUENTE: ARENAS Y CAYO



NORTE	
STOCK TOTAL (M2)	151.000
VACANCIA (%)	13,2
DISTRIBUCIÓN (%)	4,7

CENTRO	
STOCK TOTAL (M2)	43.000
VACANCIA (%)	10,6
DISTRIBUCIÓN (%)	1,3

Valores fuera del anillo Américo Vespucio

UF/M²

FUENTE: ARENAS Y CAYO



“La logística está en la mira de todo el mundo y dejó de ser el patio trasero de las empresas”

■ El gerente comercial de BSF, Matías Però, dice que la compañía creció un 15% a raíz de las ventas por internet.

En la base de la cadena logística de las ventas por internet se encuentran los centros de bodegaje. Matías Però, gerente comercial de Bodegas San Francisco (BDS), uno de los más grandes actores de este mercado, cuenta su visión.

– ¿Cómo ha influido el e-commerce en la industria?

– Ha sido muy relevante en los últimos años. Por una parte, puso a la logística en la mira de todo el mundo dejando de ser el “patio trasero” de muchas a empresas, a ser un factor clave y estratégico para el futuro, sobre todo de las ligadas al retail. Al mismo tiempo, ha empujado el crecimiento de la industria. Existen estudios en EEUU que demuestran que por cada peso que se vende online, se requiere 2 o 3 veces más de m2 de bodegas que la venta tradicional.

– ¿Y en cuánto estiman el crecimiento de BSF producto de las ventas por internet?

– Estimamos que al menos el 15% del crecimiento de los últimos 2-3 años lo explica solo el efecto de penetración de venta a través de internet.

– ¿Cómo ha cambiado la forma de distribución producto del e-commerce?

– Ha cambiado mucho. Hoy las empresas tienen que ser mucho más eficientes para poder responder al desafío de llegar directamente al consumidor final. Se han creado nuevos procesos en las bodegas para permitir el retiro de productos uno a uno con despachos más constantes. Además las empresas han tenido que adaptarse a la omnicanalidad en su logística.

– ¿Esta situación los ha hecho tener que adaptarse a las solicitudes de sus clientes, por ejemplo con bodegas más a la medida?

– Sí, hemos tenido que adaptarnos a algunas solicitudes de nuestros clientes, como por ejemplo mayores y mejores espacios de oficinas, mejor aislación y luminosidad, andenes para camionetas de reparto o camiones más pequeños, entre otros. Sin embargo, no con bodegas Build to Suit, ya que nuestra infraes-

tructura responde a estos nuevos requerimientos y la flexibilidad que ofrecemos tanto en tiempos como espacios es clave para afrontar el fuerte e incierto crecimiento que trae consigo el desarrollo del e-commerce.

– En días especiales, como los de Cyberday, ¿cuánto aumenta su capacidad de bodegaje?

– Hemos visto como nuestros clientes requieren mayores espacios 2 a 3 meses antes de los Cyberdays para poder afrontar esa fuerte demanda puntual. Estimo que para un retail, al menos debe aumentar su capacidad de almacenamiento entre 10% a un 15%. Lo que ha pasado con estos días ha hecho que la demanda sea un

poco más estable durante el año, así los meses pre-navidad no son tan relevantes en las ventas del año como era antes.



Claudio Pizarro
Investigador CERET



Marcel Goic
Director CERET

explorando soluciones mixtas. Esto es especialmente relevante para firmas con surtidos amplios, como las tiendas por departamento. La importancia relativa que puede tener el despacho para electrónica mayor puede ser bien distinta a la ropa de temporada, por lo que los retailers deben tener soluciones que se adapten a distintos escenarios de compra”.

Claudio Pizarro, investigador del mismo centro, agrega que la tendencia de los retailers más grandes sería el desarrollo de

centros de distribución (CD) propios.

Añade que en este avance, “las inversiones en infraestructura logística, sistemas de información de apoyo a la logística y su integración con los restantes sistemas de la empresa es clave”.

Y explica que “no deberían haber inversiones en nuevas tiendas, sino más bien innovando y perfeccionando los sistemas logísticos, a fin de responder con tiempos más cortos y mejor cumplimiento”.

