



John Derweduwe es el actual administrador de ProLogis Spain. Lleva 15 años en la logística española ocupando cargos de responsabilidad. El último fue director general de King Storage, fondo de inversión inmobiliaria.

PROLOGIS SPAIN gestiona 300.000 m² en toda España. Para sus planes de crecimiento ha realizado un estudio sobre las preferencias de las empresas. Los resultados los presentó su director general en el Salón Internacional de la Logística, el SIL, la semana pasada en Barcelona.

■ Defina brevemente ProLogis.

● Prologis, en pocas palabras, es el primer propietario-arrendador de naves, almacenes y parques logísticos en el mundo, con un total de más de 27 millones de metros cuadrados. El segundo tiene menos de la mitad, así que somos líderes con mucha diferencia. Es una empresa de origen americano que cotiza en la Bolsa de Nueva York, pero es una compañía global. En todos los focos industriales en los que se hacen necesarios almacenes logísticos estamos presentes. No tenemos presencia ni en África ni en Sudamérica, aunque en esta última nos lo estamos planteando.

■ ¿Cuál es su método de trabajo?

● Somos, en esencia, un fondo de inversión. A través de la bolsa, ProLogis recibe fondos para invertir en productos logísticos. Y lo hacemos a través de tres vías. La primera es ‘a riesgo’, sin cliente previo: compramos un terreno y, a medida que vamos construyendo las naves, las vamos alquilando. La segunda es ‘a medida’: un cliente nos dice que quiere una nave en tal lugar de tales características. Y la tercera posibilidad es la inversión pura y dura: empresas que nos venden sus infraestructuras logísticas, con o sin inquilino, como inversión. Somos inversores. También somos promotores, pero únicamente para aumentar nuestros fondos.

■ De ellas, ¿qué porcentaje de negocio corresponde a cada una?

● A nivel español, la principal línea de actuación es la primera, comprar un terreno y empezar a construir. Porque sabemos que no es un riesgo muy elevado, ya que conocemos cuáles son los sitios buenos. Por ello vamos ahí con la garantía que nos da el conocimiento del mercado. No necesitamos tener un contrato firmado. Cualquiera puede hacer un ‘I have en mano’, construir a cambio de un contrato de arrendamiento por 10 años, pero eso no es riesgo.

■ ¿La construcción a medida está muy extendida?

● En España todavía no, pero las negociaciones más importantes que estamos llevando son de este tipo. Porque tenemos unos cuantos clientes que piden unas superficies muy grandes ‘a medida’.

■ ¿Qué tipo de clientes tienen, y qué les pueden ofrecer?

● También tenemos tres tipos de clientes. Primero, el cliente logístico, como puede ser DHL, Exel o Azcar. El segundo tipo de cliente son grandes empresas, como IBM o Abbot Laboratorios. Y el tercer segmento de público objetivo que tenemos es la empresa de la gran distribución, como pueden ser Decathlon o Carrefour. ¿Por qué en 11 meses cotizando en la Bolsa de Nueva York ya somos la empresa más grande del segmento? Porque hemos ido hacia donde nos han pedido nuestros clientes, por nuestra orientación al cliente.

■ ¿Para qué esta encuesta?

● El sector logístico ha sufrido en los últimos 10 años un proceso de subcontratación de la parte inmobiliaria. Antes todos eran propietarios de sus naves. Pero se dieron cuenta de que no tenían que invertir en construcción, en ladrillo, sino en su negocio. No sabíamos adónde íbamos a ir y decidimos preguntárselo a nuestros clientes. Por eso hicimos este sondeo, orientado a nuestros clientes y al sector en general (o sea, nuestros posibles clientes). Hicimos una encuesta muy detallada a quienes trabajan con nosotros fuera de España. Les preguntábamos dónde querían implantar sus centros logísticos si se introdujeran en el mercado español.

La tendencia es hacia ‘mega’ centros logísticos más operativos

¿Por qué en 11 meses cotizando en la Bolsa de Nueva York ya somos la empresa más grande del segmento? Porque hemos ido hacia donde nos han pedido nuestros clientes.

■ ¿Van a aumentar su implantación en España próximamente?

● Nosotros hemos tenido cierta velocidad de crecimiento en España y, ahora, por las razones que sea, tenemos una importante inyección de capital a nivel europeo. Dinero que tenemos que invertir, y de ahí este estudio.

«Pensábamos que Madrid tenía más tirón que Barcelona y es al contrario. Pero igual que en Barcelona hay escasez de suelo, en Madrid hay mucho»

■ ¿Qué proyectos tienen en marcha en España actualmente?

● Estamos en Madrid y Barcelona, que son los mercados clave, y queremos potenciarlos. En el sur de Barcelona estamos a punto de hacer algo. Y el siguiente mercado que nos interesa es Valencia. Acabamos de firmar un acuerdo para hacer un nuevo parque allí, en dos meses concretaremos más. Málaga, Sevilla y Vitoria serán las

siguientes ciudades en las que nos implantaremos. Estos son los mercados objetivo en los que queremos estar. Otra cosa es que mañana un cliente nos pida una planta en cualquier otro sitio.

■ ¿Qué es lo que más le ha llamado la atención del estudio?

● Pensábamos que Madrid tenía más tirón que Barcelona y, aunque están muy a la par, es al contrario. Quizá por tradición industrial, porque Barcelona es la puerta de Europa, aunque hemos tenido casos de empresas catalanas que han tenido que llevar su logística a Madrid por el precio del metro cuadrado. En Barcelona la Zona Franca es el único sitio en el que todavía se puede encontrar algo. Igual que en Barcelona hay gran escasez de suelo, en Madrid hay una gran disponibilidad.

■ ¿Ha servido el estudio para tomar decisiones estratégicas?

● Me llamó la atención que a una ciudad que estábamos estudiando, Vitoria, sólo un 1% de las empresas la consideraban un lugar idóneo para implantar su logística. Por supuesto, ahora plantearemos el crecimiento antes en Valencia que en Vitoria. Ahora miraremos hacia Valencia, Málaga, Sevilla y Vitoria, en este orden aproximadamente.

■ ¿Cuál es la tendencia general del sistema logístico español?

● La tendencia es ir hacia ‘mega centros’. La tendencia es que un gran operador, que ahora tiene cinco naves en Madrid, deje estas cinco naves y decida construir un gran centro, porque es más operativo. Una vez que tiene el ‘mega centro’ en Madrid (que es lo lógico porque es el centro de la Península), tiene sentido que tenga otros más pequeños en cada capital de provincia.

■ Su estudio prevé un gran crecimiento logístico en España.

● Es una cifra brutal, un 80% de crecimiento. Esto para los que están en el sector logístico, es decir, los clientes, es buena noticia. Pero para nosotros también. De-seamos crecer, y para eso tienen que crecer los clientes.

■ ¿Tienen intención de seguir con esta iniciativa de sondeo?

● Cada año, aunque no sabemos si va a haber mucha variación de un año a otro. Pero nos interesa saberlo si ocurre. Una empresa europea hace cada año un sondeo preguntando cuál es la mejor ciudad de negocios de Europa, y hace un ranking. Nosotros queremos hacer lo mismo, pero para la logística en España.

■ ¿Cuál ha sido la muestra?

● Más de 300 participantes. No sólo empresas logísticas, también transportistas, usuarios finales, asesores inmobiliarios, directivos de empresas... Para sondear la opinión pública en España se suele tomar una muestra superior, pero para un tema tan específico, 300 es una muestra muy relevante.

■ ¿El ferrocarril es tenido en cuenta en los centros logísticos?

● Aquí hay que diferenciar entre España y el resto de Europa. Nosotros somos un inversor a muy largo plazo (no consideramos la idea de vender las naves en cinco años, por ejemplo). Como el problema del tráfico va en aumento, nos interesa contar con vías alternativas para saber que nuestras instalaciones seguirán siendo operativas dentro de 30 años, gracias al tren o a la intermodalidad que sea. Tenemos muchos parques junto a puertos, aeropuertos o con conexión ferroviaria. En España no, la inmensa mayoría de los clientes no nos piden conexión con el ferrocarril, también porque saben que no funciona. En Italia, en Polonia y en la mayoría de los países, el transporte por ferrocarril funciona. Nosotros tenemos naves en las que de un lado tienes los muelles de carga para los camiones y al otro la vía del tren. Y ambos se utilizan. Incluso un cliente francés nos pidió que las vías del tren entraran directamente en sus almacenes.

➔ **Al Volante**

El crecimiento no se ciñe a Madrid y Barcelona

BARCELONA Y MADRID SON los lugares preferidos por los clientes. Luego están Zaragoza y Valencia, ciudades grandes y bien situadas. En el caso concreto de Zaragoza hay actualmente demasiado suelo, demasiada competencia. Y además, con el suelo tan barato, las propias empresas pueden decidir comprar los terrenos y construir ellos los centros logísticos. Zaragoza ha hecho un trabajo impresionante, porque se ha convertido en la plataforma logística más grande de Europa en un par de años, pero creo que el potencial de crecimiento está muy cerca de llegar a su techo, si no lo ha hecho ya. Aunque ahora quiere ser la plataforma para los puertos de Valencia y Tarragona. Valencia, sin embargo, tiene un potencial todavía muy grande, es más industrial y tiene un puerto importante. Y Málaga también. Allí la presión urbanística del turismo mantiene precios altos y poco suelo industrial. Pero si hay un mercado grande, tienes que hacer logística. Hay muchas otras ciudades, pero les siguen a distancia.

