

RESUMEN

PLAN DE MERCADEO APLICADO AL PARQUE INDUSTRIAL LOGIKA II

Autores: CAROLINA BEJARANO

RESUMEN

El traslado de empresas industriales ubicadas dentro de la ciudad y con intención de ubicarse en una zona perimetral cada vez es mayor. La calle 80, es uno de los sectores favoritos por las empresas debido a su vocación logística y a la cantidad de oportunidades que se ofrecen en la zona.

El presente documento, pretende mostrar un plan de mercadeo para el Parque Industrial Lógica II, ubicado en el sector de Siberia. Se dedica fundamentalmente al arrendamiento de bodegas para almacenamiento y procesos industriales, ofreciéndole a través de distintas variables la oportunidad a las empresas de reubicarse y mejorar sus condiciones operativas.

Para el desarrollo del proyecto, se examinan las investigaciones de antecedentes históricos sobre parques industriales, el comportamiento del sector, el análisis de la oferta y el inventario competitivo, entre otros. Adicional a esto, se observan los resultados de la investigación de mercados que permite identificar la necesidad de la demanda en cuanto a parques industriales se refiere. Finalmente, se propone una serie de estrategias que permitirán conocer la viabilidad y la funcionalidad del proyecto.

PALABRAS CLAVE: Parque Industrial, Arriendo, Bodegas

ABSTRACT

Increasingly, the transfer of industrial companies located on the city with the intention of being located in a perimeter zone. The street 80 corridor is one of these sectors that enjoys the favoritism of the companies owing to their logistical possibilities and the amount of opportunities that are extend in the zone.

This essay proposes to do a marketing plan for the Industrial Park Logica II, located in The street 80 corridor, specifically in sector of Siberia. It is maidly about dedicated to the lease of warehouses for storage and industrial processes, offering companies the opportunity to relocate or shift and enhance their operating conditions through different variables

For the development of the project, this analysis examines the background of industrial parks, the behavior of the sector, inquiry the relationship between supply and demand, investigates the competitive stocktaking, in regard to industrial parks are concerned. Finally, a series of strategies are proposed that empower to know the feasibility and the functionality of the project.

KEY WORDS: Industrial Park, Lease, Warehouses

INTRODUCCIÓN

El incremento de la construcción de parques industriales se ha hecho de manera exponencial durante los últimos años en Colombia, gracias al interés de las empresas de mejorar sus operaciones optimizando en espacios con altas especificaciones y al interés de salir de la ciudad. El Plan de Ordenamiento Territorial (POT) pretende organizar las zonas según los usos permitidos haciendo que las empresas deban buscar nuevas opciones en cuanto a ubicación se refiere.

Para el 2009 se contaban con 14 parques industriales, que alcanzaban un área aproximada de 506.000 m². Se autorizó la creación por parte de gobierno de 58 zonas francas para distintos sectores productivos que proyectaban la creación de cerca de 93 mil nuevos empleos aproximadamente. (Revista TERRACOTA ED. 36). Hoy en día, Colliers International, la multinacional prestadora de servicios inmobiliarios más grande del mundo monitorea 64 parques industriales y 6 zonas francas que componen el inventario competitivo de bodegas ubicadas únicamente en Bogotá y la Sabana. Número que concentra cerca de 3.612.000m² (COLLIERS INTERNATIONAL, 2016).

Los parques industriales, reúnen cierto tipo de empresas que generalmente se dedican a la manufactura, almacenamiento, prestación de servicios lo que permite desarrollar proyectos que mejoran su desempeño económico y ambiental, obteniendo además beneficios colectivos que les permitan alcanzar objetivos mejorando su desempeño individual.

A través de la construcción de parques industriales, se plantea el ordenamiento de los establecimientos industriales y la desconcentración de las zonas urbanas, darle un uso adecuado al suelo, generar condiciones adecuadas para que la industria opere de manera eficiente estimulando la creatividad y la productividad dentro de un ambiente agradable, además de contribuir con las estrategias de desarrollo industrial de una región (EL TIEMPO, 1995)

En comparación con las zonas francas, los parques industriales ofrecen beneficios similares a excepción de las ventajas tributarias que proporcionan las primeras. De igual manera, estimulan el crecimiento y establecimiento de empresas industriales en regiones donde quiere generar progreso, favoreciendo el nacimiento de nuevos empleos, bienestar económico y social, atrae inversión extranjera directa, facilitan el desarrollo tecnológico, el reordenamiento industrial y el desarrollo sustentable de la región y la empresa.

Dentro de los más comunes en Colombia, se encuentran los parques con vocación logística, que presentan los más altos estándares con relación al tamaño, seguridad, servicios al usuario y especificaciones técnicas de las bodegas, en ésta categoría se encuentran parques como ZOL Funza, San Carlos III y Lógika, entre otros, comprendiendo el 10% del inventario.

METODOLOGÍA

Se realizó un plan de mercadeo para el Parque Industrial Lógika II teniendo en cuenta el siguiente proceso:

Etapas

Etapas

Etapas

Se debe definir hacia dónde va a apuntar el plan de mercadeo que se va a realizar.

Etapas

Debe partir de una investigación exploratoria, determinar las variables que se van a analizar, determinar las fuentes de información, diseño del proceso de obtención de información primaria, búsqueda en fuentes secundarias y trabajo de campo, procesamiento y análisis de los datos.

Etapas

Etapa 4. Planificación estratégica, adoptar un conjunto de decisiones relativas al futuro objeto de análisis.

Etapa 5. Redacción del plan. Se estructura el informe que se va a presentar (Extremadura, 2005).

RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Después de realizar las encuestas a las 76 Empresas, el análisis de datos arrojo lo siguiente.

Como es sabido, el corredor de la calle 80 es el preferido por las empresas, gracias a su vocación logística, ésta investigación arrojó que el 44% de las empresas encuestadas, prefiere el corredor de la calle 80, seguido por el 26% que prefiere una ubicación dentro de la ciudad, más específicamente dentro de la zona industrial de Oriente. El corredor de Mosquera, ocupa el tercer lugar de preferencia con el 17%

Las modalidades de adquisición que las empresas prefieren al momento de tomar un bodega son determinantes para saber cómo se está moviendo el mercado, en ésta ocasión el 57% de las empresas mostro preferencia por adquirir las bodegas en modalidad de Renta, argumentan que de ésta manera pueden liberar capital de trabajo y aumentar su flujo de caja, sin embargo el 43% de las empresas encuestadas indica que la modalidad de adquisición que prefieren es compra ya que les permite tener mayor libertad en la administración del espacio y cuentan con la capacidad económica suficiente para adquirirla, muchas de ellas están buscando incorporar actividades que hasta el momento mantenían tercerizadas.

Para las empresas es importante encontrar ciertas características en los parques industriales donde llegan a instalarse, clasificando en orden de importancia, servicios complementarios que le dan valor agregado a los parques: hoy en día para las empresas es más importante seleccionar adecuadamente el área con un interés del 16%, seguido de un 15% de relevancia en aspectos como el precio, la ubicación y la vigilancia 24/7; características como las oficinas incluidas, los

servicios complementarios y los muelles ocupan entre el 12% y el 14% de relevancia a la hora de seleccionar un espacio de bodega.

Dentro de los parques industriales, en su mayoría se pueden desarrollar distintos tipos de actividades industriales, hay algunos interesados en utilizar las bodegas como espacios de almacenamiento, otras empresas deciden llevar a cabo actividades de transformación y finalmente hay empresas que buscan espacios para desarrollos industriales desde el origen, en ésta investigación, el 68% de las empresas encuestadas destinan estos espacios para actividades de almacenamiento o bajo impacto, adicionalmente, 21% de las empresas encuestadas utiliza estos espacios para realizar actividades de medio impacto o transformación media y únicamente el 11% de las mismas, utiliza las bodegas para la generación de un producto nuevo.

Así las cosas, se abren las puertas para que la empresa analice la posibilidad de hacer un plan de mercadeo específico para éste proyecto, se logró demostrar que la inversión que debe hacer la empresa es mínima frente a las ganancias y la rentabilidad que le representa el alquiler de una bodega.

DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

Si bien el Parque Industrial Lógika II tiene muchas ventajas frente a los otros parques industriales del mercado, es importante analizar sus debilidades e identificar cuáles son tanto las oportunidades como las ventajas que tienen como parque industrial:

FORTALEZAS

- a) La ubicación del parque se encuentra sobre unos de los principales corredores industriales en la ciudad de Bogotá.
- b) Presta una variedad de servicios con altos estándares de calidad.
- c) Diseños en bodegas hechos a la medida.
- d) Permite la liberación de trabajo a través de contratos de arrendamiento
- e) Flexibilidad en los requerimientos
- f) Bodegas con respaldo constructivo por dos de las empresas más grandes del país.

DEBILIDADES

- a) No es un proyecto de un único socio, lo que genera dificultad a la hora de tomar decisiones
- b) No tiene instalación de sprinklers contra incendio

OPORTUNIDADES

- a) Cada vez más, las empresas buscan salirse del casco urbano por lo que se encuentran en la búsqueda de espacios fuera de la ciudad donde puedan llevar a cabo sus actividades operativas.
- b) Crecimiento del sector industrial y motor actual de la economía
- c) Llegada de empresas que busquen incrementar su operación desde una mejor ubicación
- d) Vías de acceso
- e) La demanda tiene vocación logística
- f) Podría implementar el uso de energías renovables y limpias como la solar.

AMENAZAS

- a) Hay actualmente un alto índice de construcción en la zona.
- b) Fuerte competencia en la zona

Una vez identificadas las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades, se debe plantear una serie de estrategias que le permita blindarse y prever las situaciones y sus posibles cambios.

Estrategias F – O

- Aprovechar la ubicación del parque para que las empresas que deseen salirse del casco urbano tengan entre sus opciones el parque Industrial Lógica II.
- Identificar cuáles son las necesidades de las empresas que pertenecen al sector industrial, para ofrecerles flexibilidad en el parque de tal manera que la oferta se adapte justo al requerimiento que pueda llegar a tener la empresa.
- Aprovechar que la demanda es de vocación logística para poner a su disposición todos los servicios del parque, mostrando cada una de las ventajas competitivas del parque.
- Implementar el uso de energías renovables, valiéndose de la capacidad de implementar nuevas tecnologías y optimizar la operación del parque.

Estrategias F – A

- Combatir la fuerte construcción de la zona y la amplia competencia, mostrando a las empresas la flexibilidad que tiene el parque (flexibilidad con la que pocos parques cuentan), y los beneficios a corto, mediano y largo plazo que conlleva instalarse justo en Lógica II.

Estrategias D – O

- Promover el desarrollo del parque y sus diferentes etapas, para poder tomar ventaja en el crecimiento industrial de la región y atraer mas clientes.
- Definir unas vías de acceso que sean competitivas y le faciliten a los usuarios del parque el ingreso al mismo, agilizar las negociaciones y divulgar la información para captar la atención de los clientes.
- Revisar la futura instalaciones de red contra incendio que se ajuste a los requerimientos del cliente sin que se incurra en gastos adicionales para el inquilino

Estrategias D – A

- Evaluar nuevos posibles mercados, cuyas actividades no presenten tantos requerimientos y se ajusten a la disponibilidad actual del parque.
- Crear una campaña agresiva y masiva de comunicación con el fin de que las empresas se interesen en estos espacios antes de culminar las etapas constructivas en otros parques (que aumente más la competencia).

CONCLUSIONES

Para concluir, es importante que la empresa designe un plan de mercadeo específico para éste proyecto, un plan de mercadeo que controle desde el inicio hasta el final, con el fin de implementar estrategias específicas y tomar el control en todo momento.

Actualmente, el mercado está muy inclinado a adquirir bodegas que se encuentren ubicadas en la zona correspondiente al corredor Calle 80, lugar donde se encuentra ubicado el Parque industrial Lógika II, lo que le amplía y mejora las capacidades de comercialización

Para las empresas hoy en día es más efectivo tomar áreas de bodegaje en arriendo, ya que les permite liberar capital de trabajo y optimizar su actividad operativa. PACTIA puede tomar eso como ventaja puesto que se puede de una manera u otra flexibilizar con el precio de renta siendo más competitivo

Una segunda conclusión hace referencia al interés que debe plantear la empresa en hacer un plan de mercadeo para cada proyecto, no sólo para el parque industrial Lógica II, ya que le permite tanto al gerente de mercadeo como a la empresa tener una mejor visión del mercado y del panorama en general. Se van a poder dirigir de mejor manera las prospecciones logrando la efectividad en la contactabilidad de los clientes. La investigación de mercados y su análisis demuestran que existe una demanda potencial interesada en ingresar y ser parte de un parque industrial, situación que debe ir acompañada de la mano de la aplicación exacta y correcta del plan de mercadeo para que sea efectivo su resultado y mejoren los niveles de posibles clientes. Finalmente, es viable llevar a cabo el plan de mercadeo, ya que la ganancia que obtendrá con la consecución de los clientes, va a ser mayor que la inversión económica realizada.

BIBLIOGRAFÍA

- REVISTA TERRACOTA EDICIÓN 36. (s.f.). La ola dde los parques industriales llegó a Colombia. *Revista Terracota*.
- COLLIERS INTERNATIONAL. (2016). *Reporte de mercado Q2*. Bogotá: Colliers International
- El Tlempo . (27 de Noviembre de 1995). En auge los parques industriales. *EL TIEMPO* .