

El Geodato: un activo empresarial de alto valor añadido

Descubrir, a través de inAtlas, los beneficios que reporta la integración de los geodatos en los modelos analíticos avanzados a las empresas privadas y estatales en la toma de decisiones, crecimiento o expansión empresarial. El geodato es un recurso estratégico operativo y rentable para aquellas empresas que buscan aprovechar al máximo el potencial de los datos, mejorar sus operaciones, satisfacer las demandas del mercado y lograr un crecimiento sostenible

En esta nueva era digital, el geodato o dato geográfico constituye, en sí, un activo generador de valor añadido imprescindible de utilizar en los diferentes ámbitos y sectores. Entender, transformar e interpretar los datos y su distribución espacial aporta una información y un conocimiento estratégico clave en el mundo empresarial a la hora de tomar decisiones informadas y precisas. El geodato genera nuevas oportunidades empresariales al mejorar la eficiencia operativa, optimizar los recursos, reducir los riesgos, incrementar la competitividad, aumentar la rentabilidad y mejorar la experiencia del cliente.

Las empresas que invierten en tecnologías y soluciones basadas en la data están mejor posicionadas a la hora de enfrentar los desafíos y aprovechar las oportunidades del mercado global. Los geodatos son cada vez más utilizados por las empresas para entender mejor la dinámica de los mercados y optimizar sus estrategias a través de la ubicación de los clientes potenciales, la competencia y las tendencias demográficas.

Desde inAtlas, empresa especializada en soluciones de Geomarketing y Location Analytics, afirman que "el geodato se ha convertido un recurso estratégico operativo y rentable para aquellas empresas que buscan aprovechar al máximo el potencial de los datos, mejorar sus operaciones, satisfacer las demandas del mercado y lograr un crecimiento sostenible. Gracias a su implementación, las empresas diseñan campañas más efectivas, ubicaciones estratégicas para punto de venta y personalizar ofertas en función de la localización de los consumidores". Los geodatos han cobrado gran relevancia en el desarrollo de modelos analíticos avanzados (Location Analytics) en diversos sectores, como el comercio minorista, la logística, la banca, el seguro, la planificación urbana y muchos otros. Además, permiten agregar una dimensión espacial a los análisis tradicionales, aportando contexto, precisión y nuevas perspectivas para la toma de decisiones. Según Market Research Future, el mercado de Location Analytics no para de crecer, está previsto que se incremente de 11 billones de USD en 2024 a 32 billones de USD para 2032, con una tasa de crecimiento anual compuesta (CAGR) del 14,30% durante el período de pronóstico (2024 - 2032).

La integración de los geodatos en los modelos analíticos aporta notables beneficios, según Silvia Banchini, sales director & COO de inAtlas. Entre ellos destacan:

- 1.-Visión más completa y detallada del entorno al incorporar la variable espacial. Conocer la ubicación de los clientes y de las tiendas permite identificar patrones de consumo por zonas, optimizar campañas de marketing locales y determinar las áreas con mayor potencial de crecimiento.

2. Modelos Predictivos Mejorados. Los modelos se enriquecen al incluir variables como la distancia, densidad poblacional, características del terreno, acceso a servicios e infraestructuras, entre otros. La información es utilizada para predecir comportamientos futuros, demanda de productos en una región específica, probabilidad de éxito de una nueva sucursal, o riesgos asociados a fenómenos naturales en determinadas áreas.

3. Análisis Espacial Avanzado. Posibilidad de realizar análisis espacial avanzado, como el análisis de proximidad, identificación de clústeres o patrones espaciales y optimización de rutas. Estos análisis resultan muy útiles para mejorar la eficiencia operativa y estratégica de diferentes sectores.

4. Visualización y Comunicación de Resultados de manera gráfica. La visualización geoespacial (mapa o gráficos interactivos) permite a los analistas y tomadores de decisiones explorar datos complejos de manera intuitiva y descubrir patrones. La representación visual ayuda a priorizar acciones y recursos.

Así pues, la implementación de los geodatos en los modelos analíticos beneficia la precisión de los mismos al incorporar factores críticos como la ubicación y el contexto geográfico. Las decisiones se tornan más efectivas, estratégicas y fundamentada gracias a que estos proporcionan insights más profundos y, por otra parte, los recursos se optimizan, al identificar las áreas para utilizar los recursos de manera más efectiva, mejorando operaciones y reduciendo costos. Los modelos predictivos con información geográfica son más robustos y más confiables.

Los modelos analíticos, afirma Banchini, basados en la data "poseen un amplio abanico de utilidades sectoriales en nuestras soluciones. En el Retail permiten entender el comportamiento de los consumidores en función de su ubicación, optimizar la ubicación de nuevas tiendas, y personalizar ofertas y campañas de marketing según las características demográficas de cada zona. En Logística son utilizados para optimizar rutas de entrega, gestionar inventarios de manera eficiente y reducir costos operativos al analizar variables como el tráfico, las condiciones de las vías y la ubicación de los almacenes. En el sector Inmobiliario se aplican para evaluar el valor de las propiedades, analizar la evolución de los precios en diferentes áreas y predecir tendencias del mercado inmobiliario. En los Gobiernos y Sector Público, la planificación urbana, la gestión de infraestructuras, la respuesta a emergencias y la implementación de políticas basadas en datos objetivos son esenciales".

Los geodatos, afirma Banchini, "son un recurso estratégico imprescindible para la elaboración de modelos analíticos avanzados por el valor añadido que reporta a las empresas que buscan tomar decisiones más informadas y basadas en datos. La capacidad de analizar el contexto espacial es una ventaja competitiva que impulsa la eficiencia, el crecimiento y la innovación empresarial".

inAtlas: empresa especializada en soluciones de Geomarketing y Location Analytics que ofrece soluciones estratégicas de negocios basadas en la ubicación. Ha creado una tecnología propia que aumenta la velocidad de cálculo de datos geoespaciales, permitiendo una alta flexibilidad de personalización, visualización e integración continua de bases de datos diversas. Desarrolla soluciones tecnológicas para gobiernos y para empresas privadas de bancos y seguros, telecomunicaciones, energía, hostelería, comercio, concesionarios, fabricantes, así como modelos analíticos a medida para la búsqueda de prospectos espejos, lugares óptimos de expansión, oportunidades de ventas. Desde

2021 es empresa participada por Informa D&B, líder en España y Portugal en la oferta de Información comercial y financiera de empresas, y partner de la red mundial de Dun&Bradstreet. inAtlas ofrece una competitiva herramienta de Geomarketing disponible tanto para el territorio ibérico, como a nivel internacional en más de 200 países, que permite descubrir los patrones de comportamientos y dinámicas de proximidad entre clientes, proveedores y competidores, optimizar las acciones de marketing dirigidas para captación de nuevos clientes y su retención y detectar las mejores ubicaciones para procesos de expansión.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting S.L

DG

912792439

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Nacional](#) [Finanzas](#) [Inteligencia Artificial y Robótica](#) [Marketing](#) [Emprendedores](#) [Software](#) [Innovación](#) [Tecnológica](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>