

# El papel de Geomarketing Worldwide en el desarrollo y la expansión internacional de los negocios

**Geomarketing Worldwide, una herramienta geoestratégica basada en la Analítica de Localización y Visualización de Geodatos. Desarrollada por inAtlas-Infarma, da acceso a la información de 500 millones de empresas de todo el mundo. El conocimiento apoyado en el análisis de los datos es indispensable en los procesos de desarrollo y expansión de internacionalización empresarial**

En España, el impulso de la internacionalización empresarial por parte del gobierno se articula a través de la Estrategia de Internacionalización de la Economía Española 2017-2027. Esta estrategia, que se establece en torno a seis ejes, tiene por objeto maximizar la contribución del sector exterior al crecimiento y a la creación de empleo, así como la mejora de la productividad.

Según los informes de Comercio Exterior Español de mercancías con datos de Aduanas desagregados del Ministerio de Industria, en Comercio y Turismo, las exportaciones españolas de mercancías crecieron un 23,6% en el periodo enero-noviembre de 2022 respecto al mismo periodo del año anterior y alcanzaron los 357.111 millones de euros, cifra récord. El crecimiento interanual de las exportaciones españolas entre enero y noviembre (23,6%) fue superior al registrado en la UE-27 (21,8%) y zona euro (22,0%). Los principales compradores de los productos españoles, a nivel general, son: Francia, Alemania, Italia, Portugal, Reino Unido, China, Estados Unidos, Países Bajos, Bélgica y Marruecos; demostrando que España exporta productos principalmente a países vecinos, más que otros miembros de la Unión Europea, siendo marcada la presencia de países desarrollados como principales destinos de los productos exportados por España.

El proceso de internacionalización empresarial conlleva ventajas, inconvenientes y riesgos, máxime en un contexto geoeconómico futuro marcado por incertidumbres y amenazas continuas, además de las actuales circunstancias adversas de inflación, fluctuaciones del precio de la energía, desaceleración económica o las tensiones geopolíticas. Los riesgos, en la estrategia de expansión, son asumibles o menores si se analizan y planifican con rigor en el proceso de internacionalización. El conocimiento apoyado en el análisis de los datos es la mejor baza para mitigar los riesgos, y garantizar el éxito de expansión, el dónde, el qué, cómo o cuando. En este sentido, el geomarketing se ha convertido en un nuevo instrumento de inteligencia y gestión del dato fundamental, una herramienta de análisis que garantiza la eficacia del proceso de internacionalización.

Los datos son relevantes, pero más lo es su análisis, la información y el conocimiento que aportan. Geomarketing Worldwide es la primera herramienta a nivel mundial capaz de integrar y actualizar, a diario, los datos de los mercados B2B y B2C para dar soporte a los procesos de desarrollo y expansión nacional e internacional. Realiza un análisis de prospección de mercados y expansión para España, Portugal y también a nivel global. Una información comercial, financiera y de marketing de más de 500 millones de empresas en todo el mundo: África Asia Pacífico, Europa, Oriente Medio, América Latina y América del Norte, que facilita el enriquecimiento de cartera y la prospección comercial del mercado

B2B gracias al acceso al mayor volumen de información cualificada sobre el comportamiento de las empresas (clientes y competidores) y su distribución por zonas, asimismo permite conocer de forma continua los perfiles de consumo de las personas y las mejores ubicaciones donde hacer crecer un negocio. Los datos de negocios son generados y actualizados a diario por Dun & Bradstreet, empresa líder mundial en información empresarial. Los datos socio-demográficos, de renta, poder adquisitivo, rango de edad, nivel de estudio, entre otros, usados para segmentar el mercado y para el enriquecimiento de clientes B2C, con más de 160 indicadores son generados y actualizados por MBI (Michael Bauer International).

Geomarketing Worldwide, basada en tecnologías avanzadas de Analítica de Localización y Visualización de Geodatos, es una herramienta inteligente a nivel internacional que integra en una única aplicación web, online, herramientas de análisis de la cartera de clientes, de búsqueda de prospectos o competidores y también zonas de mayor rentabilidad para la expansión y la optimización de las acciones de marketing de captación y retención. Esta herramienta es de gran utilidad a la hora de trazar las estrategias eficientes, minimizar riesgos y conocer las mejores oportunidades para llevar un negocio a Europa, Estados Unidos, China y al resto del mundo al tener acceso a una información georreferenciada y a su visualización en un mapa de cualquier rincón del mundo, llegando potencialmente a cualquier persona o negocio.

La globalización de los mercados conlleva el salto internacional de muchas empresas españolas y penetración en nuevos segmentos y nichos de mercado para ampliar el crecimiento de sus negocios y mejorar la rentabilidad. La internacionalización empresarial es un proceso complejo que exige identificar los riesgos, preverlos o mitigarlos, así como los segmentos críticos y de expansión. No sólo las empresas, también los gobiernos e instituciones han de contribuir a forjar e impulsar sinergias en los mercados extranjeros con el fin de adecuar las estructuras, operaciones y soluciones de las empresas. En este sentido, Geomarketing Worldwide constituye una fuente de conocimiento sólida y representa una enorme ventaja en la estrategia de desarrollo y expansión internacional empresarial, una herramienta indispensable en los "nuevos atlas inteligentes de los negocios".

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.

912792470

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

Categorías: [Internacional](#) [Franquicias](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Turismo](#) [Emprendedores](#) [Logística](#) [Software](#) [Ciberseguridad](#)  
[Industria](#) [Téxtil](#) [Sector Energético](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>