

Papel que juegan los Sistemas de Información Geográfica en el crecimiento de las empresas según inAtlas

Los Sistemas de Información Geográfica (SIG) juegan un nuevo y relevante papel en la toma de decisiones claves de las empresas. inAtlas ha desarrollado Geomarketing, una aplicación basada en la localización, útil y eficaz en los procesos de optimización empresarial

Los Sistemas de Información Geográfica (SIG) han adquirido un enorme potencial en la era digital, con innumerables aplicaciones prácticas de apoyo y planificación en las estrategias empresariales. Los SIG se han incorporado a las empresas con el objetivo último de incrementar su productividad. La utilidad de cualquier SIG reside en la capacidad de detectar más fácilmente patrones de comportamiento dentro de la información relevante para los negocios, a partir de su componente geográfica, para capturar, almacenar, integrar, consultar, analizar o presentar resultados relacionales.

Las organizaciones se han ido familiarizando cada vez más con el valor del factor “donde”, a partir del lanzamiento de Google Maps en 2005. Actualmente están más interesadas y preparadas para la explotación de una información vinculada a la ubicación de sus clientes en el mercado, y a elaborar segmentaciones y mapas de su negocio con el objetivo de conocer tanto las concentraciones territoriales de sus propios casos de éxito como las áreas potenciales de nuevas captaciones a partir de la visualización de mapas de hábitos de consumos y características sociodemográficas, útiles a la hora de personalizar la oferta.

La variable geográfica juega un papel esencial en el reconocimiento de las áreas más eficientes para captar potenciales clientes o para ampliar y diversificar negocios. En 2018 en España, el sector que más ha alimentado el negocio infomediario, del tratamiento de la información, tanto en volumen de empresas como en volumen de negocio, es el sector de la Información geográfica que según el último informe publicado por ASEDIE, mueve actualmente un volumen de 455M€.

Los SIG junto con las nuevas metodología de analítica predictiva y de inteligencia artificial aportan enormes ventajas en el mundo del geomarketing.

inAtlas, ha desarrollado y gestionado una aplicación, pionera, denominada Geomarketing, basada en la Inteligencia de Localización que relaciona contextos geográficos con datos empresariales y sociodemográficos para negocios B2B y B2C.

Esta herramienta de Geomarketing permite: geolocalizar a los clientes y analizar su distribución según sus perfiles; obtener información de los clientes; buscar clones; buscar mayores concentraciones de prospectos; optimizar las rutas comerciales, hallar lugares óptimos para la apertura o cierre de establecimientos, locales o franquicias y también analizar la canibalización entre establecimientos

propios y de la competencia basándose en la saturación de cuota de mercado.

La solución inAtlas ofrece un amplio abanico de utilidades para empresas, cadenas de franquicias, redes de negocios, así como para organismos asentados, al dar una información holística y estratégica, de valor añadido, que simplifica el proceso de toma de decisiones de negocios. Permite decidir cuál puede ser la mejor localización para un nuevo negocio o sucursales, mediante estudios de mercado e información de la competencia; busca oportunidades e información rápida sobre negocios, mercados, oferta inmobiliaria y puntos de interés en las principales ciudades de España.

Silvia Banchini, directora general de inAtlas indica “nuestra aplicación SIG es un software necesario, dado que las empresas cada vez más necesitan de la asistencia de herramientas sofisticadas para la toma de decisiones basada en la información geoespacial” y termina afirmando “el desarrollo de nuestro SIG provee enormes ventajas en términos económicos, sociales científicos y tecnológicos a las organizaciones empresariales”.

inAtlas: empresa especializada en 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 mayorista y minoristas, concesionarios, fabricantes, así como modelos analíticos a medida para la búsqueda de prospectos espejos, lugares óptimos de expansión, oportunidades de ventas cruzadas y prevención de fugas. En joint venture con Informa D&B, líder español en la oferta de Información comercial y financiera de empresas, ofrecen una competitiva herramienta de Geomarketing que permite descubrir los patrones de comportamientos y dinámicas de proximidad entre clientes, proveedores y competidores, para optimizar las acciones de marketing dirigidas tanto para captación de nuevos clientes como para su retención.

Datos de contacto:

En Ke Medio Broadcasting
912792470

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

Categorías: [Nacional](#) [Franquicias](#) [Inmobiliaria](#) [Finanzas](#) [Marketing](#) [Turismo](#) [E-Commerce](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>