

# El impacto del Geomarketing en la internacionalización del sector agroalimentario español

## [Multimedia](#)

**Geomarketing Worldwide de InAtlas-Infoma es una herramienta geoestratégica de Analítica de Localización y Visualización de Datos imprescindible para el sector agroalimentario en su estrategia de desarrollo, expansión y toma de decisiones. El conocimiento, apoyado en el análisis de los datos, es un activo estratégico internacional clave al aportar infinitas posibilidades a las empresas en sus estrategias a la hora de tomar decisiones tácticas, proporcionar una visión general y real del negocio**

El sector agroalimentario español, compuesto por la producción agrícola y ganadera, la industria y la comercialización agroalimentaria es clave en la economía española. Representa el 9,2% del PIB, el 17% de las exportaciones de toda la economía, y ostenta un superávit de 14.000 M€ en la balanza comercial de 2022. El número de ocupados en el sector agroalimentario en el cuarto trimestre de 2022, según el INE, era de 1.311.600, es decir un 6,4% del total.

España es líder en la exportación de varios sectores productivos tales como frutas y hortalizas, aceite de oliva, aceituna de mesa, vino o producciones cárnicas, siendo el primer productor cárnico de la UE, con un peso especial del porcino de capa blanca y del ovino de carne. Destaca por su competitividad, calidad y seguridad. Según el ICEX, en España operan unas 30.000 industrias agroalimentarias, desde pequeñas empresas a multinacionales que cubren toda la cadena de valor.

Según el informe de CAJAMAR, Análisis de las Exportaciones Agroalimentarias (2022), las exportaciones agroalimentarias de España alcanzaron una cifra récord de 66.947 millones de euros, la UE es el principal mercado con un 64% del total y fuera de ella, los destinos de las exportaciones agrarias fueron: Reino Unido (4.629 M€), Estados Unidos(3.119 M€), China (2.481 M€), Japón (1.354 M€), Marruecos (1.041 M€) y Corea del Sur (956 M€), en estos países sus importaciones a España crecieron en el periodo de 2021-22 entre un 5% del Reino Unido y un 21% de Corea del Sur.

A pesar del fuerte impacto de la pandemia, la guerra y los fenómenos climáticos en el comercio internacional, el sector está sabiendo resistir las dificultades, demostrando su resiliencia, asegurando el suministro del mercado interior e incrementando incluso las exportaciones gracias a las eficientes estructuras logísticas e infraestructuras, de las más competitivas del mundo, más de 50 aeropuertos, 46 puertos y más de 17.000 km de autopista, así como una

inmensa red de polígonos, 6.657 polígonos industriales que dan cabida a 299.221 empresas y unidades de trabajo. Asimismo, el cooperativismo agroalimentario cumple un papel clave en el crecimiento económico y la organización comercial de un sector tradicionalmente atomizado como son la agricultura y la ganadería. Cooperativas Agro-alimentarias de España representa a más de 3.600 empresas cooperativas agroalimentarias, cuya facturación alcanza los 38.428 millones de euros y da empleo directo a 123.700 personas, por lo que constituyen un verdadero motor vertebrador económico, social y medioambiental de las zonas rurales.

En este contexto, Geomarketing Worldwide de InAtlas-Infoma se convierte en una herramienta geoestratégica de Analítica de Localización y Visualización de Datos imprescindible en el sector agroalimentario en su estrategia de desarrollo, expansión y toma de decisiones. Geomarketing Worlwide ayuda al cliente a entender, desde España, el mercado de calidad en países a los que quiere exportar, facilitándole los procesos de crecimiento de otros internacionales, con un relevante ahorro de costes en adquisición de información y evaluación de las oportunidades en cada país.

Geomarketing Worlwide 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. Facilita el enriquecimiento de cartera y la prospección comercial gracias al acceso al mayor volumen de información cualificada sobre el comportamiento de las empresas (clientes y competidores) y su distribución por zonas. Además, permite conocer de forma continua los perfiles de consumo de las personas y encontrar las mejores ubicaciones para expandir el negocio o vender. Los datos de negocios son generados y actualizados a diario por Dun & Bradstreet, empresa líder mundial en información empresarial.

Los datos georreferenciados, bien analizados, señala Luis Falcón, Chief Business Development & Data Strategist de InAtlas "son un activo estratégico internacional clave al aportar infinitas posibilidades para ayudar a las empresas en sus estrategias a la hora de tomar decisiones tácticas, proporcionar visión general y real del negocio, alinear el negocio, optimizar procesos, maximizar la rentabilidad y fidelizar al cliente". Falcón puntualiza: "la coordinación, la rapidez y la monitorización de los recursos en centros de distribución y almacenes, lo que exige una planificación, optimización y análisis de los datos para ser competitivo e incrementar las posibilidades de expansión".

El sector agroalimentario, al igual que otros, ha apostado, por la innovación, eficiencia, digitalización, sostenibilidad, nuevas herramientas georreferenciadas para hacer frente a las nuevas exigencias del mercado, a los cambios de tendencias consumidores y a los nuevos desafíos y compromisos medioambientales. Geomarketing Worldwide ayuda a organismos, instituciones o empresas no sólo del sector alimentario, sino de todos los sectores: bancos y seguros, telecomunicaciones, energía, hostelería, comercio, concesionarios,

fabricantes... a tomar decisiones efectivas a la hora de desarrollar estrategias y oportunidades de negocios a nivel internacional.

[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.

---