

## **Los heatmaps, herramientas gráficas imprescindibles en Geomarketing**

**Los heatmaps o mapas de calor son un elemento de comunicación que representan visualmente la síntesis de una información geográfica simplificada. La App Geomarketing, basada en la inteligencia de localización, permite crear mapas de calor de lugares óptimos para ampliar o crear nuevos negocios empresariales**

Un mapa es una construcción selectiva y representativa de la realidad, cuyo propósito es comunicar, transmitir e interpretar de manera simple y clara el lenguaje gráfico y su simbolización de una determinada información geográfica. El mapa de calor o heatmap es una representación gráfica, a través de colores, de distintos parámetros analizados en un territorio o espacio concreto. Los colores utilizados indican la mayor o menor presencia de condiciones reconocidas de impacto sobre el éxito o el fracaso de una determinada ubicación en relación con el estudio requerido (concentración de mercado, zonas de oportunidad para la expansión comercial, áreas de mayor riesgo de fugas, etc.).

Los mapas han crecido en popularidad desde el efecto de democratización producido por Google cuando en febrero 2005 anunció el lanzamiento de Google Maps. Si durante un tiempo fueron considerados secretos de Estado, dada su relevancia geoestratégica, hoy su uso sigue siendo clave a la hora de tomar decisiones estratégicas no sólo para los Estados sino también para las empresas que los utilizan en sus planes de expansión, con la finalidad de optimizar sus recursos. La utilización y aplicación de nuevas tecnologías, de Business Intelligence (BI), Big Data y Sistema de Información Geográfico (SIG), han simplificado y agilizado la tarea de identificar nuevas y mejores ubicaciones de negocio, al recopilar, analizar y georreferenciar las complejas y voluminosas bases de datos, transformándolas en información, y esta a su vez en conocimiento. Conocimiento útil y fundamental (informes, mapas) a la hora de ahorrar tiempo y costes para el aumento de la rentabilidad de cada actividad empresarial.

InAtlas, empresa de referencia en el sector del Geomarketing, ha creado una aplicación, basada en inteligencia de localización, que relaciona contextos geográficos con datos empresariales y sociodemográficos para negocios B2B y B2C. Pone a disposición de sus usuarios datos actualizados y validados de diferentes fuentes, informes y mapas de calor que son accesibles universalmente y que pueden descargarse de manera sencilla. Su principal output, según su directora general Silvia Banchini es “el mapa de calor de lugares óptimos para ubicar nuevas tiendas (negocios minoristas y horeca) u oficinas (bancos, seguros, franquicias etc.)”.

Tras la realización de un análisis de la actual red de venta y distribución del cliente, la herramienta de Geomarketing desarrollada por InAtlas determina los patrones de las condiciones territoriales que impactan en la rentabilidad del negocio: composición empresarial del entorno, presencia de la competencia y/o de sectores prescriptores, características de la población residente por perfil socio-demográfico de capacidad de gastos y renta, datos de movilidad, entre otras variables. El reconocimiento de patrones de éxito y riesgo, basado en la medición de condiciones de impacto positivo o negativo sobre cada uno de los puntos de venta existentes del cliente, favorece la creación de un modelo predictivo de reconocimiento de lugares espejos en la totalidad del territorio de España y

Portugal. Este resultado permite, a las empresas, detectar áreas de oportunidad y descartar inmediatamente zonas que no reúnen las condiciones suficientes para el éxito y visualizarlo a través de los heatmaps o mapas de calor.

Por último, la directora general de inAtlas, explica que “los mapas de calor son una herramienta indispensable para diseñar estrategias de expansión en las empresas”. Asimismo, especifica “son mapas dinámicos, no estáticos, porque se retroalimentan de datos reales del propio negocio y de la información comercial y financiera del mercado empresarial de España actualizados a diario debido a su partnership con INFORMA D&B”. Concluye, resaltando, “nuestra aplicación de Geomarketing ofrece estrategias de expansión a las empresas de manera continua y monitorizable, al proporcionar un modelo analítico alimentado por información actualizada a diario”.

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 Marketing Turismo Dispositivos móviles Innovación Tecnológica](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>