

inAtlas lanza una herramienta inteligente para gestionar con eficacia polígonos industriales

inAtlas ha desarrollado una herramienta de Geomarketing inteligente que genera valor añadido a la industria clásica. Geomarketing genera un mapa nacional del suelo industrial actualizado, y con acceso, a través de su matriz Informa D&B, a más de 3,9 millones de mercantiles y empresas. Informa EKMB

La Estrategia Industrial Europea aborda la necesidad de reindustrialización y recuperación de la economía que, tras la pandemia, ha cobrado mayor fuerza y protagonismo, y está dotada económicamente con los fondos Next Generation EU. El mecanismo de aplicación de esta Estrategia en España es el 'Plan de Recuperación, Transformación y Resiliencia'. El Plan está estructurado en 10 palancas y 30 componentes e incorpora notables inversiones y reformas estructurales en pro de una España más verde, más digital, más cohesionada desde el punto de vista social y territorial y más igualitaria. El componente 12, 'Política Industrial España 2030', con una asignación de 3.781,5 millones de euros recoge un ambicioso plan de acción para reconvertir el ecosistema industrial clásico, cuyo reto pasa por la digitalización de la industria y la puesta en valor de la economía del dato. El papel de los polígonos industriales en el panorama industrial es indudable al constituir un motor económico fundamental para desarrollar sus espacios y áreas de influencia, donde implementar de forma eficiente la agenda energética y la economía circular.

Los polígonos constituyen áreas industriales y empresariales que concentran gran parte del PIB español y un alto porcentaje del empleo. En concreto, España posee más de 6.657 polígonos industriales que dan cabida a 299.221 empresas y unidades de trabajo. Estas áreas o espacios industriales son elementos claves al concentrar gran parte de la economía productiva porque, además del suelo que ocupan y su propia actividad, contribuyen a generar nuevas dinámicas y otros flujos de actividades. Su reconversión y transformación, así como una buena gestión innovadora y digital, requiere de un conocimiento riguroso y de una visión holística del tejido empresarial capaz de analizar con precisión, gracias a los datos facilita la toma de decisiones eficaces, a la vez que descubre y detecta las tendencias y oportunidades en estos espacios de innovación y desarrollo.

Ante esta situación, inAtlas, empresa de Big Data y Location Analytics, ha desarrollado una solución tecnológica de código propio: una cartografía nacional de suelo industrial para polígonos industriales. El análisis geoespacial y su cartografía son claves en la construcción de un 'Atlas Inteligente Nacional Industrial'. Su valor reside en la armonización, integración de calidad y frecuencia en la actualización de los datos. En esta solución, inAtlas primero ha establecido una clasificación de polígonos industriales y empresariales (taxonomía), después ha identificado y listado los nombres de los polígonos (nomenclátor), y, por último, ha construido la cartografía propiamente dicha, hasta una desagregación de portales postales, además de la delimitación de los propios polígonos.

La herramienta de Geomarketing inteligente para polígonos industriales, indica Luis Falcón, Chief Business Development & Data Strategist de inAtlas, permite: en primer lugar, caracterizar y seleccionar los Polígonos por diferentes atributos, filtrándolos en función de sus características: nombre de polígono, tamaño del polígono por m², m² de parcelas, m² construidos, facturación acumulada de los

centros productivos instalados, volumen de empleados agregados, número de parcelas catastrales o número de empresas activas. La clasificación obtenida está conformada por cinco tipos de polígonos: Parque Comercial (819), Parque Logístico (109), Parque Tecnológico (48), Polígono empresarial (195) y Polígono industrial (5.486); y, en segundo lugar, mostrar los resultados a cualquier escala geográfica: polígono empresarial, sección censal, código postal, municipio, provincia, CC. AA., a nivel nacional, por geometrías libres o áreas de influencia en distancia-tiempo.

La solución cruza cuatro bases de datos del Catálogo de Datos de inAtlas. La primera, la base de datos de agentes económicos, suministrada por la matriz de inAtlas, Informa D&B, compuesta por más de 3.9 millones de registros de empresas mercantiles y de empresarios individuales activos, con una información muy específica, y actualizada mensualmente. La segunda, la del Catastro, facilita información sobre parcelas, edificios, locales y bienes inmuebles y se actualiza semestralmente. La tercera, la base de datos socio-demográfica, en ella inAtlas ha inferido, a escala de portal, más de 200 indicadores, con el INE como fuente principal, como es la explotación de datos de personas y hogares a portal, de renta y gasto, nivel de formación, tasa de paro, población activa. Y, por último, la base de datos de oferta inmobiliaria en venta o alquiler, de suelos y naves, proveniente de los portales comerciales.

Entre las ventajas de Geomarketing en Polígonos Industriales, Falcón destaca "la capacidad de resolver las necesidades de ambos sectores, público y privado, cubriendo las necesidades comerciales para empresas al permitir mostrar resultados a cualquier escala geografía". Además, continúa el Chief Business Development & Data Strategist de inAtlas, "facilita a los órganos de gestión público o privado, el fomento de la inversión y la dinamización de los polígonos y a las empresas. Geomarketing aporta un valor añadido al permitir identificar concentraciones de clientes, proveedores o competidores en un espacio y su área de influencia, asesoramiento inmobiliario y logístico, búsqueda de proveedores, identificación de competidores. Asimismo, detecta oportunidades de negocio en suelo industrial; monitoriza el negocio en polígonos industriales; permite conocer la disponibilidad de activos inmobiliarios en venta y/o alquiler en naves industriales. La plataforma, también, contempla desarrollos personalizados para el diseño e integración de módulos, a medida, sobre las bases de datos sectoriales elegidas por el cliente".

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: [Nacional](#) [Logística](#) [E-Commerce](#) [Recursos humanos](#) [Digital](#)

NotasdePrensa

<https://www.notasdeprensa.es>