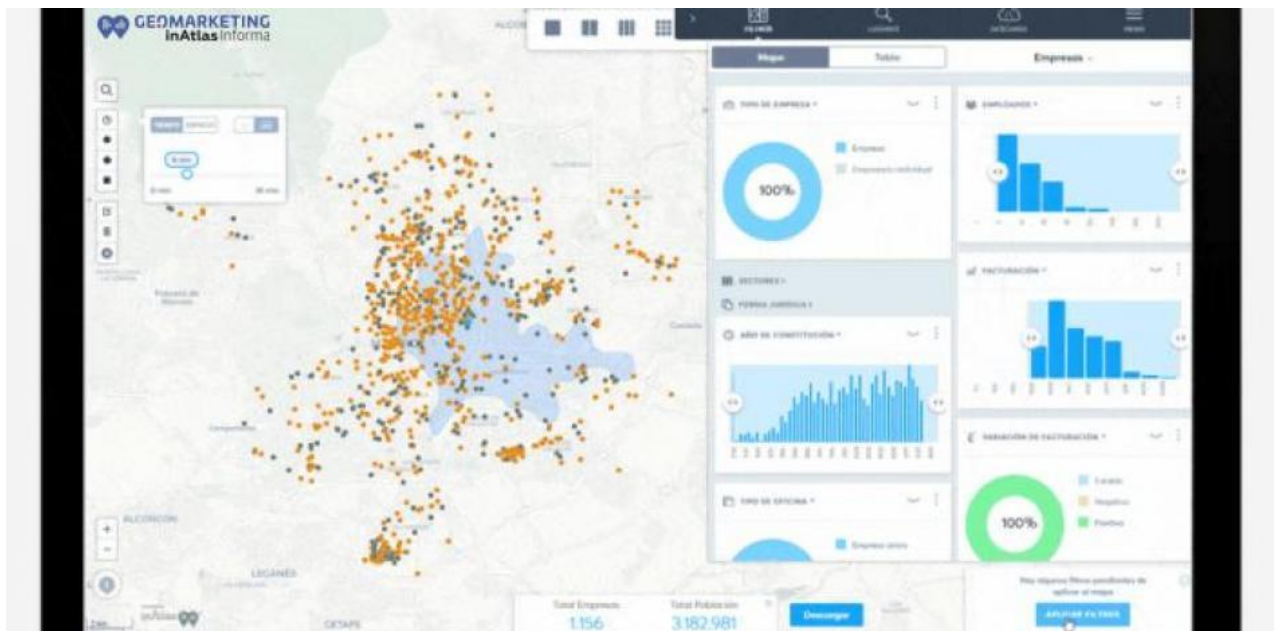


inAtlas, geolocalización al servicio de las empresas

lavanguardia.com/economia/20210621/7521930/inatlas-geolocalizacion-servicio-empresas-big-data-localizacion-brl.html

BIG DATA PARA EMPRESAS

Esta empresa de Big Data basada en la Localización tiene como misión dotar a las empresas (privadas y públicas) de soluciones, fáciles de usar, para analizar y visualizar desde un mapa el comportamiento de los mercados, el empresarial y el de consumo de las personas, y su relación inmediata con el negocio de sus clientes



Herramientas como las de inAtlas ayudan a las empresas a adquirir un mayor conocimiento del factor “dónde” inAtlas

La geolocalización forma parte de nuestro día a día, y aunque algunos sectores de la sociedad no la ven con buenos ojos, para Silvia Banchini, Directora General de inAtlas, el debate está mal planteado. “Entiendo que este debate en realidad no apunta tanto a la geolocalización, sino más bien al abuso de datos personales en ámbito comercial y a la falta aún de una regulación que a nivel internacional estipule claramente los límites de uso de dichos datos”.

Y es que el concepto de geolocalización se vincula a un único dato, anónimo, de posicionamiento de un punto en un mapa, descrito mediante sus coordenadas geográficas (x-y). La regulación del contenido que se pueda o no vincular comercialmente a este punto, es dónde reside el debate público.

El debate no apunta tanto a la geolocalización, sino más bien al abuso de datos personales en ámbito comercial y a la falta aún de una regulación que a nivel internacional estipule claramente los límites de uso de dichos datos”.



Silvia Banchini Directora General de inAtlas

inAtlas es una empresa de Big Data basada en la Localización. Su principal misión es dotar a las empresas (privadas y públicas) de soluciones, fáciles de usar, para analizar y visualizar desde un mapa el comportamiento de los mercados, el empresarial y el de consumo de las personas, y su relación inmediata con el negocio de sus clientes.

Entender dónde se concentran los competidores, proveedores y clientes, por dónde se mueven estos últimos y dónde suelen consumir más, dota a las empresas de una ventaja competitiva de alto valor. “Nosotros geolocalizamos datos empresariales y datos de perfiles socio-demográficos, disponibles de fuentes públicas oficiales, tratados estadísticamente y posicionados en un mapa para ayudar a las empresas a adquirir un mayor conocimiento del factor “dónde”, dentro de sus negocios (dónde están mis clientes, dónde hay un mercado potencial espejo de mis mejores consumidores, dónde está mi competencia...) y a dar soporte a las administraciones en la monitorización del comportamiento de la actividad económica y de su población dentro de sus ámbitos de gobierno”, explica Banchini.



inAtlas ofrece soluciones para la empresa pública y para la empresa privada
inAtlas

De este modo, ayudan a las empresas privadas especialmente en dos aspectos principales:

1. Cualificar los procesos de adquisición y fidelización de cartera de empresas, pequeñas, medianas o grandes dotándolas de información actualizadas y de conocimiento sobre el comportamiento de su mercado y competencia.

2. Ahorrar tiempo de gestión dentro de la cadena de valor de cualquier estructura comercial, empezando desde el diseño de estrategias de comercialización de los productos, hacia la distribución de objetivos comerciales personalizados por zonas a cada agente comercial, hasta el propio comercial de calle que puede acceder y optimizar sus mismas rutas de visitas a clientes y prospectos.

Entender dónde se concentran los competidores, proveedores y clientes, por dónde se mueven estos últimos y dónde suelen consumir más, dota a las empresas de una ventaja competitiva de alto valor

Además, y para una plena seguridad, inAtlas es miembro de Asedie, Asociación Multisectorial de la Información, que aglutina a empresas infomediarias de España, que desde distintos sectores tienen por objeto el uso, reutilización y distribución de la información, creando productos de valor añadido y siguiendo el Código de Buenas Prácticas de ASIEDIE en cumplimiento de la Directiva Europea 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales.

Las herramientas de inAtlas

inAtlas ofrece Soluciones de Geomarketing, Prospección Comercial y Expansión a las empresas privadas, y Soluciones para la Promoción Económica, Distribución de ayudas públicas y Monitorización de creación y mortandad de empresas para las Administraciones Públicas. “Dentro de nuestro Catálogo de Datos, también tratamos más de 500 indicadores sectoriales para el mercado de seguros, el inmobiliario, el retail y el sector turístico, entre los principales sectores con los que trabajamos, adquiribles en ficheros, vía API y/o integrados en nuestras soluciones online”, comenta la directora general.

Las Soluciones de inAtlas, de código propietario, reúnen tecnologías avanzadas de analítica de localización y visualización de datos de un total de las empresas y autónomos activos de España y Portugal, con sus sedes y sucursales, proporcionadas por INFORMA D&B, para integrar en una única aplicación web, online, herramientas de segmentación y estudios de mercado.

Éstas permiten analizar y enriquecer a diario, de forma automática, carteras de clientes, proveedores y competidores dentro de cualquier ecosistema de negocio, para buscar prospectos espejos, así como detectar zonas de mayor rentabilidad para optimizar acciones de captación, retención y expansión.

De este modo ofrece:

Consultas territoriales ilimitadas sobre 3,7M de empresas y autónomos activos y perfiles de consumo y movilidad de 2 distintas poblaciones: residentes y flotantes (trabajadores, estudiantes y turistas).

Segmentaciones por CNAE, volumen de facturación y empleados, índice de riesgo, entre otros indicadores comerciales y financieros.

Integración de las bases de datos de clientes, oficinas, distribuidores y puntos de ventas para visualizar su explotación analítica en mapas.

Descarga inmediata de los datos seleccionados en ficheros excel, csv, con datos de contactos (razón social, CIF, teléfonos y hasta 10 cargos directivos.)

También disponen de un servicio de normalización y enriquecimiento automático de direcciones que integra en un único sistema 7 fuentes de datos (INE, Red de Transporte, IGN, CartoCiudad, Catastro, Google Map API, Nokia Api), para alcanzar el mayor nivel de calidad del posicionamiento de cualquier dato que traten que contenga una componente geográfica.

Las principales ventajas competitivas

Gracias a todo lo que hemos comentado, los clientes de inAtlas gozan de una serie de ventajas competitivas, como son:

1

Disponer de herramientas que no son softwares vacíos, sino que ya vienen alimentadas de dos grandes bases de datos (mercado de empresas y mercado de consumo por hogar) que actualizan de forma continua para sus clientes, además de poder integrar bases de datos internas de los propios clientes y datos sectoriales.

2

Al ser tecnología propietaria, ofrecen una amplia flexibilidad de adaptación y personalización de las soluciones a los casos de negocios que el cliente requiera, apostando a entregar productos capaces de evolucionar, reconfigurarse y adaptarse al ciclo de vida del negocio dentro de la organización contratante.

3

La elevada inversión que inAtlas ha llevado a cabo en diseño y usabilidad ha permitido a perfiles de negocio como la dirección comercial y los mismos agentes comerciales acceder de forma fácil e intuitiva a un tipo de herramienta que tradicionalmente tenían que pasar por técnicos especializados en SIG (SIG – tecnología de Sistemas de Información Geográfica). Esto incrementa en sus clientes la eficiencia a la hora de analizar sus negocios, prospectar sobre nuevos mercados y entrar en acción comercial directa.

Las soluciones de inAtlas permiten analizar y enriquecer a diario, de forma automática, carteras de clientes, proveedores y competidores dentro de cualquier ecosistema de negocio, para buscar prospectos espejos, así como detectar zonas de mayor rentabilidad para optimizar acciones de captación, retención y expansión

Pero esto es solo el principio, porque “nuestro proceso evolutivo irá hacia una especialización analítica en sectores claves de la economía española, para proporcionar herramientas cada vez más eficientes a la hora de dar soporte a las estrategias de crecimiento y procesos de resiliencias de los negocios”, concluye Silvia Banchini, Directora General de inAtlas.

**Silvia Banchini, la autora del texto, es directora general de inAtlas*

MAS INFORMACIÓN